

**ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

КІРІАКІДІ ОЛЕНА ЮРІЇВНА

УДК 378.14:355.23/.353(477)(043.3)

ДИСЕРТАЦІЯ

**РОЗВИТОК МЕДІАГРАМОТНОСТІ МАЙБУТНІХ ОФІЦЕРІВ
ВІЙСЬКОВО-МОРСЬКИХ СИЛ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ
У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ**

011 Освітні, педагогічні науки

01 Освіта/Педагогіка

Подається на здобуття вищої освіти ступеня доктора філософії
Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ О. Ю. Кіріакіді

Науковий керівник – Діденко Олександр Васильович, доктор
педагогічних наук, професор

Хмельницький – 2024

АНОТАЦІЯ

Кіріакіді О. Ю. Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття вищої освіти ступеня доктора філософії за спеціальністю 011 Освітні, педагогічні науки. – Хмельницький національний університет, Хмельницький, 2024.

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення та вирішено важливе наукове завдання щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки.

У *першому розділі* – «Теоретичні основи розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України» – розглянуто формування та розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів у наукових дослідженнях вітчизняних і зарубіжних вчених, розкрито сутність, структуру і зміст медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України.

З'ясовано, що дослідники визначають медіаграмотність як здатність створювати, аналізувати й інтерпретувати медіатексти, а також як результат вивчення медіа і медіаосвіти. Учені дотримуються спільної думки щодо значення медіаграмотності, вважаючи, що воно зумовлено потребою належно відповідати на виклики щодо збільшення впливу інформації. Представники військової педагогіки розглядають медіаграмотність у контексті інформаційно-психологічної безпеки та необхідності формування у майбутніх офіцерів – представників сектору безпеки та оборони здатності протистояти інформаційно-психологічним впливам.

Зарубіжний досвід формування і розвитку медіаграмотності у військовослужбовців збройних сил свідчить, що для цього використовують різні практики: від відповідних інструктажів щодо вимог кібербезпеки до перегляду вебінарів і проходження курсів медіаграмотності. Різні практики

підвищення навичок медіаграмотності враховують те, що забезпечити інформаційний самозахист військовослужбовців можна через розвиток у них умінь аналізувати, перевіряти інформаційні потоки, визначати ознаки упередженості в повідомленнях засобів масової інформації, інтерпретувати медіапродукти як ідеологію та цінності.

Визначено, що медіаграмотність офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України – це професійно важлива особистісна властивість, що охоплює мотивацію до підвищення свого рівня медіаосвіченості, свідоме ставлення і зацікавленість медіатекстами, знання історії та ролі медіа, видів інформаційного впливу, уміння здійснювати пошук необхідної інформації, аналізувати медіаповідомлення, оптимально використовувати медіаресурси, протистояти маніпуляціям та дезінформації. Її складовими є особистісний, пізнавальний та діяльнісний компоненти.

У *другому розділі* – «Науково-методичні засади розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки» – подано методику виконання дослідження, визначено критерії, показники та рівні розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України, з'ясовано стан розвитку цієї професійно важливої властивості, обґрунтовано педагогічні умови її розвитку в курсантів у процесі професійної підготовки.

Відповідно до результатів аналізу наукової літератури, структури медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил розвиток їхньої медіаграмотності запропоновано визначати за трьома критеріями: особистісно-мотиваційним, пізнавально-когнітивним і діяльнісно-результативним. Відповідно до цих критеріїв прийнято трирівневу шкалу розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів: низький, середній і високий.

За результатами констатувального етапу педагогічного експерименту виявлено, що переважна більшість майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України має недостатній рівень розвитку медіаграмотності.

Високий рівень розвитку медіаграмотності мають лише 17,33 % курсантів. Переважна частина майбутніх офіцерів перебуває на середньому – 46,21 % та низькому – 36,46 % рівнях. Курсанти розуміють значення медіаграмотності, її важливість для свого особистісного та професійного життя. Разом з тим виявлено недостатню обізнаність курсантів про загальні особливості медіа, їхню історію та роль у суспільстві, слабкі знання про послідовність оцінювання змісту медіатекстів, вимоги до медіаповідомлення та новинні стандарти. Виявлено також, що курсанти не вміють належним чином створювати власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності, брати участь в онлайн-дискусіях; критично оцінювати медіатексти, виявляти маніпуляції історичною й актуальною для суспільства інформацією, перевіряти її достовірність, розпізнавати фейки та дезінформацію.

Визначено й обґрунтовано педагогічні умови розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки: забезпечення майбутніх офіцерів базовими знаннями медіаграмотності та інформаційної безпеки; використання засобів неформальної освіти (дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів), покликаних розширити уявлення курсантів про значення медіа та специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень; упровадження інтерактивних технологій навчання для відпрацювання навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань; застосування дослідницького методу для набуття курсантами досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу. Для системної організації роботи щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил запропоновано використовувати структурно-функціональну модель, що містить цільовий, технологічний і результативний блоки.

У *третьому розділі* – «Організація і результати формувального етапу експерименту» – подано зміст і методику впровадження педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил

Збройних Сил України у процесі професійної підготовки, результати формувального етапу експерименту, а також методичні рекомендації науково-педагогічним працівникам щодо розвитку цієї професійно важливої властивості.

Для перевірки дієвості обґрунтованих педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки проведено педагогічний експеримент, де визначено доцільність їхнього упровадження в освітній процес експериментальної групи. Після завершення формувального етапу експерименту курсанти експериментальної групи мають переважно високий (31,09 %) і середній (54,87 %) рівні розвитку медіаграмотності. У контрольній групі ці дані становлять відповідно 18,52 % і 45,68 %. Результати експериментальної роботи підтвердили, що запропоновані педагогічні заходи необхідні для розвитку в майбутніх офіцерів медіаграмотності та роботи з медіа.

За результатами проведеного дослідження опрацьовано методичні рекомендації науково-педагогічним працівникам щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. Рекомендовано дотримуватись вимог системного, діяльнісного, особистісно орієнтованого та інформаційного підходів. Під час викладання навчальних дисциплін «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Політологія та соціологія», «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України», дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів важливо забезпечити майбутніх офіцерів базовими знаннями медіаграмотності та інформаційної безпеки, розширити їхні уявлення про значення медіа та специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень. Для відпрацювання у курсантів навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань необхідно використати потенціал інтерактивних методів і технологій навчання, зокрема дискусій, обговорень відеоповідомлень,

аналізу конкретних ситуацій. Велике значення має застосування дослідницького методу, що допоможе курсантам набутти досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу.

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає в тому, що:

вперше обґрунтовано педагогічні умови розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки (забезпечення майбутніх офіцерів базовими знаннями медіаграмотності та інформаційної безпеки; використання засобів неформальної освіти (дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів), покликаних розширити уявлення курсантів про значення медіа та специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень; упровадження інтерактивних технологій навчання для відпрацювання навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань; застосування дослідницького методу для набуття курсантами досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу);

удосконалено: діагностичний апарат для з'ясування стану розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки завдяки використанню критеріїв (особистісно-мотиваційного, пізнавально-когнітивного і діяльнісно-результативного), відповідних їм показників та характеристики рівнів (високого, середнього, низького);

уточнено: сутність поняття «медіаграмотність офіцера Військово-Морських Сил Збройних Сил України» (професійно важлива особистісна властивість, що охоплює мотивацію до підвищення свого рівня медіаосвіченості, свідоме ставлення і зацікавленість медіатекстами, знання історії та ролі медіа, видів інформаційного впливу, уміння здійснювати пошук необхідної інформації, аналізувати медіаповідомлення, оптимально використовувати медіаресурси, протистояти маніпуляціям та дезінформації);

подальшого розвитку набули наукові уявлення про зміст і структуру медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України (як єдності особистісного, пізнавального та діяльнісного компонентів), а також особливості її розвитку шляхом моделювання цього процесу і розроблення відповідної структурно-функціональної моделі.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що:

– розроблено методичні рекомендації науково-педагогічним працівникам щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки, в яких запропоновано використовувати засоби неформальної освіти, зокрема дистанційні та онлайн-курси, вебінари для розширення уявлень курсантів про значення медіа і специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень. Передбачено впровадження інтерактивних технологій навчання та системи дослідницьких завдань для відпрацювання у курсантів навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах, набуття досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу;

– підготовлено та впроваджено в систему професійної підготовки навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін «Українська мова за професійним спрямуванням», «Політологія і соціологія», «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України», а також матеріали для дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів з урахуванням особливостей професійної діяльності та потреби у розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України;

– запропоновано систему дослідницьких завдань на виявлення порушень новинних стандартів, маніпулятивності медіатекстів, розпізнавання фейкових заголовків, пропагандистських матеріалів і ворожих інформаційних операцій.

Отримані результати дослідження можуть бути використані в системі професійної підготовки майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил

Збройних Сил України та інших сил сектору безпеки й оборони, а також за умов адаптації – для проведення занять із професійної підготовки з різними категоріями офіцерів, на курсах підвищення кваліфікації військовослужбовців Збройних Сил України та інших військових формувань.

Ключові слова: медіаграмотність, майбутні офіцери, Військово-Морські Сили Збройних Сил України, педагогічні умови, професійна підготовка, медіаресурси, інформаційна безпека, неформальна освіта, інтерактивні технології навчання, протидія дезінформації, інформаційний вплив.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

1. Кіріакіді О. Ю. Критерії, показники та рівні розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України. *Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія : педагогічні науки*. Хмельницький : Вид-во НАДПСУ, 2023. № 3(34). С. 102–112 (індексується в наукометричних базах даних: Google Академія, США; Index Copernicus, Польща; Open Ukrainian Citation Index (OUCI), Україна; внесений до переліку фахових видань України категорії «Б»). Посилання на публікацію: <https://periodica.nadpsu.edu.ua/index.php/pedzbirnyk/article/view/1470>

DOI: <https://doi.org/10.32453/pedzbirnyk.v34i3.1470>

2. Беньковська Н. Б., Кіріакіді О. Ю. Методи розвитку критичного мислення у молодших командирів Військово-Морських Сил Збройних Сил України. *Наукові інновації та передові технології. Серія «Державне управління», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»*. 2023. № 4(18). С. 334–346 (індексується в наукометричних базах даних: Google Академія, США; Index Copernicus, Польща; ResearchBib, Японія; внесений до переліку фахових видань України категорії «Б»).

Посилання на публікацію: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/4291>

DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-4\(18\)-334-346](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-4(18)-334-346)

3. Кіріакіді О. Ю. Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки як предмет наукових досліджень. *Освіта. Інноватика. Практика*. 2023. Т. 11, № 8. С. 32–37 (індексується в наукометричних базах даних: Google Академія, США; Index Copernicus, Польща; внесений до переліку фахових видань України категорії «Б»). Посилання на публікацію: <https://oip-journal.org/index.php/oip/article/view/213>

DOI: <https://doi.org/10.31110/2616-650X-vol11i8-005>

4. Кіріакіді О. Ю. Сутність і структура медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України. *Інноваційна педагогіка*. 2023. Вип. 63. Т. 1. С. 159–162 (індексується в наукометричній базі даних Index Copernicus, Польща; внесений до переліку фахових видань України категорії «Б»). Посилання на публікацію: http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2023/63/part_1/29.pdf

DOI: <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2023/63.1.29>

5. Кіріакіді О., Діденко О. Результати дослідження та досвід розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. *Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія : педагогічні науки*. Хмельницький : Вид-во НАДПСУ, 2024. № 1(36). С. 53–67 (індексується в наукометричних базах даних: Google Академія, США; Index Copernicus, Польща; Open Ukrainian Citation Index (OUCI), Україна; внесений до переліку фахових видань України категорії «Б»). Посилання на публікацію: <https://periodica.nadpsu.edu.ua/index.php/pedzbirnyk/article/view/1623>

DOI: <https://doi.org/10.32453/pedzbirnyk.v36i1.1623>

6. Кіріакіді О. Ю. Педагогічні умови розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі

професійної підготовки. *Вища освіта України*. 2024. № 1(92). С. 53–60 (індексується в наукометричній базі даних Google Академія, США; внесений до переліку фахових видань України категорії «Б»). Посилання на публікацію: <https://journals.udu.kyiv.ua/index.php/vou/article/view/223>

DOI: [https://doi.org/10.32782/NPU-VOU.2024.1\(92\).07](https://doi.org/10.32782/NPU-VOU.2024.1(92).07)

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

7. Кіріакіді О. Ю. Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України як актуальне завдання військово-педагогічної практики. *Філософські аспекти професійної освіти : матеріали X Міжнародної науково-практичної конф.* (м. Кропивницький, 17 листопада 2022 р.) / Херсонський державний аграрно-економічний університет. Кропивницький, 2022. С. 107–109. Посилання на публікацію: http://www.ksau.kherson.ua/files/konferencii/2022/11/conf_20221117mat_fil.pdf

8. Кіріакіді О. Ю. Зарубіжний досвід розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів. *Актуальні питання теорії та практики в галузі права, освіти, соціально-гуманітарних та поведінкових наук в умовах воєнного стану : матеріали міжнародної науково-практичної конференції* (м. Чернігів, 25–26 квітня 2023 р.) : у двох томах / Академія Державної пенітенціарної служби. Чернігів, 2023. Т. 2. С. 259–262. Посилання на публікацію: https://academysps.edu.ua/wpcontent/uploads/2023/06/Konferenciya-Tom-2-_25-26-kvitnya_2023-1.pdf

9. Кіріакіді О. Ю. Розвиток критичного мислення молодших командирів Військово-Морських Сил Збройних Сил України як психолого-педагогічна проблема. *Сучасні напрями вдосконалення педагогічної майстерності викладачів : матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції* (м. Чернігів, 27–28 квітня 2023 р.) / Академія Державної пенітенціарної служби. Чернігів, 2023. С. 117–119. Посилання на публікацію: <https://academysps.edu.ua/wp-content/uploads/2023/05/Konferenciya-27-28-kvitnya-MAKET256.pdf>

10. Кіріакіді О. Ю. Структура медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України. *Інноваційні дослідження та перспективи розвитку науки і техніки у XXI столітті*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Рівне, 19 жовтня 2023 р.) / Приватний вищий навчальний заклад «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука». Рівне, 2023. Ч. 1. С. 134–135. Посилання на публікацію: <https://zenodo.org/records/10060608>

11. Кіріакіді О. Ю. Медіаграмотність як предмет уваги представників різних галузей наукового знання. *Освіта під час війни: розвиток інформаційно-аналітичного забезпечення, цифрова трансформація, євроінтеграція*: матеріали V міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 26 жовтня 2023 р.) / Державна наукова установа «Інститут освітньої аналітики». Київ, 2023. С. 56–59. Посилання на публікацію: https://iea.gov.ua/wp-content/uploads/2023/11/book-of-abstracts_ssi-iea_2023.pdf

12. Кіріакіді О. Ю. Використання потенціалу дистанційних та онлайн-курсів для розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. *Інтеграція теорії у практику: проблеми, пошуки, перспективи в умовах воєнного стану*: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Чернігів, 01 листопада 2023 р.) / Пенітенціарна академія України. Чернігів, 2023. С. 354–355. Посилання на публікацію: https://academysps.edu.ua/wp-content/uploads/2023/12/Konferenciya_01.11.2023.pdf

13. Benkovska N. B., Kiriakidi O. Yu. Impact of Globalization on Education. *Особистість та освіта в умовах сучасних соціокультурних викликів: ціннісно-світоглядні та науково-методичні аспекти*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Дніпро, 22 лютого 2024 р.) / Дніпровська академія неперервної освіти. Дніпро, 2024. С. 49–51. Посилання на публікацію: https://www.dano.dp.ua/attachments/article/392/Збірник_Особистість%20та%20освіта%20в%20умовах%20сучасних%20соціокультурних%20викликів...22.02.2024.pdf

14. Кіріакіді О. Ю. Досвід розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. *Актуальні питання теорії та практики в галузі права, освіти, соціально-гуманітарних та поведінкових наук в умовах воєнного стану*: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Чернігів, 25 квітня 2024 року) / Пенітенціарна академія України. Чернігів, 2024. С. 377–380. Посилання на публікацію: <https://academysps.edu.ua/wp-content/uploads/2024/06/Konferenciya-25.04.pdf>

15. Кіріакіді О. Ю. Діагностичний апарат для визначення розвиненості медіаграмотності майбутніх офіцерів ВМС ЗСУ. *Орієнтири національної освіти в умовах сьогодення*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Луцьк, 17 травня 2024 р.) / Волинський інститут післядипломної педагогічної освіти. Луцьк, 2024. С. 35–36. Посилання на публікацію: <http://vipro.org.ua/files/conference/----1-1722282707878755.pdf>

Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації

16. Кіріакіді О. Ю. Особливості розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки: методичні рекомендації. Одеса : Інститут ВМС НУ «Одеська морська академія», 2024. 37 с.

ABSTRACT

Kiriakidi O. Yu. Development of media literacy to future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine in the process of professional training. – Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

Thesis for the degree of Doctor of Philosophy in the specialty 011 Educational, Pedagogical Sciences – Khmelnytskyi National University, Khmelnytskyi, 2024.

The thesis provides a theoretical generalization and solves an important scientific task of developing media literacy of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine in the process of professional training.

The first chapter – «Theoretical foundations for the development of media literacy to future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine» – considers the formation and development of media literacy to future officers in the scientific research of national and foreign scholars, reveals the essence, structure and content of media literacy of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine.

It has been found that researchers define media literacy as the result of media education and media study, the ability to analyze, interpret and create media texts. Scholars agree that the importance of media literacy is driven by the need to respond appropriately to the challenges of increasing the influence of information. Representatives of military pedagogy consider media literacy in the context of information and psychological security and the need to develop the ability of future officers – representatives of the security and defense sector – to resist information and psychological influences.

Foreign experience in the formation and development of media literacy in the Armed Forces shows that various practices are used for this purpose: from relevant instructions on cybersecurity requirements to watching webinars and taking media literacy courses. Various media literacy practices take into account the fact that information self-defense of military personnel can be ensured through the development of their ability to analyze and verify information flows, identify signs of bias in media reports, and interpret media products as ideology and values.

It has been determined that the media literacy of officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine is a professionally important personal property that includes motivation to improve their level of media literacy, conscious attitude and interest in media texts, knowledge of the history and role of media, types of information influence, ability to search for necessary information, analyze media

messages, make optimal use of media resources, and resist manipulation and disinformation. Its components are personal, cognitive, and activity-based.

The second chapter – «Scientific and methodological foundations for the development of media literacy to future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine in the process of professional training» – presents the methodology of the study, defines the criteria, indicators and levels of development of media literacy to future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine, clarifies the state of development of this professionally important property, substantiates the pedagogical conditions for its development to cadets in the process of professional training.

According to the results of the analysis of scientific literature, the structure of media literacy of future officers of the Naval Forces, the development of their media literacy is proposed to be determined by three criteria: personal-motivational, knowledge-cognitive and activity-resultant. In accordance with these criteria, a three-level scale for the development of media literacy to future officers has been developed: low, medium and high.

According to the results of the ascertaining stage of the pedagogical experiment, it has been found that the vast majority of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine have an insufficient level of media literacy development. Only 17,33 % of cadets have a high level of media literacy development. The vast majority of future officers have medium (46,21 %) and low (36,46 %) levels. The cadets understand the meaning of media literacy and its importance for their personal and professional lives. At the same time, insufficient awareness of the cadets about the general features of the media, its history and role in society, poor knowledge of the sequence of evaluation of media texts, requirements for media messages and news standards have been revealed. It has also been found that the cadets are not able to properly create their own oral or written statements necessary to perform various tasks of professional activity, participate in online discussions; critically evaluate media texts, identify manipulations with

historical and relevant information, verify its accuracy, recognize fakes and disinformation.

There have been determined and substantiated the pedagogical conditions for the development of media literacy to future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine in the process of professional training: providing future officers with basic knowledge of media literacy and information security; use of non-formal education tools (distance and online courses, webinars) designed to broaden cadets' understanding of the importance of media and the specifics of evaluating the content of media messages; introduction of interactive learning technologies to develop skills of searching, selecting information in media texts to participate in discussions on professional issues; use of the research method for gaining cadets' experience in countering disinformation, negative information and psychological influence. For the systematic organization of work on the development of media literacy to future officers of the Naval Forces, it is proposed to use a structural and functional model that includes target, technological and resultant blocks.

The third chapter – «Organization and results of the formative stage of the experiment» – presents the content and methodology of implementing pedagogical conditions for the development of media literacy to future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine in the process of professional training, the results of the formative stage of the experiment, as well as methodological recommendations for research and teaching staff on the development of this professionally important property.

In order to test the effectiveness of the substantiated pedagogical conditions for the development of media literacy to future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine in the process of professional training, a pedagogical experiment was conducted to determine the feasibility of their implementation in the educational process of the experimental group. Upon completion of the formative stage of the experiment, the cadets of the experimental group have mainly high (31,09 %) and medium (54,87 %) levels of media literacy development. In the

control group, these figures are 18,52 % and 45,68 %, respectively. The results of the experimental work confirm that the proposed pedagogical measures are necessary for the development of media literacy to future officers as well as for the development of media work.

Based on the results of the study, methodological recommendations for research and teaching staff on the development of media literacy to future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine in the process of professional training have been developed. It is recommended to comply with the requirements of systemic, activity, personality-oriented and information approaches. When teaching the disciplines «Ukrainian language (for professional purposes)», «Political science and sociology», «Moral and psychological support of training and use of the Armed Forces of Ukraine», distance and online courses, webinars, it is important to provide future officers with basic knowledge of media literacy and information security, to expand their understanding of the importance of media and the specifics of assessing the content of media messages. To train cadets in searching for and selecting information in media texts to participate in discussions on professional issues, it is necessary to use the potential of interactive teaching methods and technologies, including discussions, video discussions, and case studies. It is highly important to use the research method to help cadets gain experience in countering disinformation and negative information and psychological influence.

The scientific novelty of the research results is that:

for the first time there have been substantiated pedagogical conditions for the development of media literacy to future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine in the process of professional training (providing future officers with basic knowledge of media literacy and information security; use of non-formal education tools (distance and online courses, webinars) designed to broaden cadets' understanding of the importance of media and the specifics of evaluating the content of media messages; introduction of interactive learning technologies to practice searching skills, selecting information in media texts in order to participate in discussions on professional issues; use of the research method for gaining cadets'

experience in countering disinformation, negative information and psychological influence);

there have been improved: a diagnostic apparatus for determining the state of development of media literacy of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine in the process of professional training through the use of criteria (personal-motivational, knowledge-cognitive and activity-resultant), their corresponding indicators and characteristics of levels (high, medium, low);

clarified: the essence of the concept of «media literacy of an officer of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine» (a professionally important personal trait that includes the motivation to improve one's media literacy level, conscious attitude and interest in media texts, knowledge of the history and role of media, types of information influence, ability to search for necessary information, analyze media messages, make optimal use of media resources, and resist manipulation and disinformation);

there have further been developed scientific ideas about the content and structure of media literacy of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine (as a unity of personal, cognitive and activity components), as well as the peculiarities of its development through modeling this process and developing an appropriate structural and functional model.

The practical significance of the results is that:

– methodological recommendations for research and teaching staff on the development of media literacy to future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine in the process of professional training have been developed, in which it is proposed to use non-formal education means, including webinars, distance learning and online courses to broaden cadets' understanding of the importance of media and the specifics of evaluating the content of media messages. It provides for the introduction of interactive learning technologies and a system of research tasks to develop cadets' skills in searching, selecting information in media texts, gaining experience in countering disinformation, negative information and psychological influence;

– educational and methodological materials have been prepared and introduced into the system of professional training in the disciplines «Ukrainian for Professional Purposes», «Political Science and Sociology», «Moral and Psychological Support for the Training and Use of the Armed Forces of Ukraine», as well as materials for webinars, distance learning and online courses, taking into account the peculiarities of professional activity and the need to develop media literacy of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine;

– a system of research tasks is proposed to identify violations of news standards, manipulative media texts, recognition of fake headlines, propaganda materials and hostile information operations.

The obtained results of the study can be used in the system of professional training of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine and other forces of the security and defense sector, as well as, subject to adaptation, for conducting professional training classes with various categories of officers, at advanced training courses for military personnel of the Armed Forces of Ukraine and other military formations.

Keywords: media literacy, future officers, Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine, pedagogical conditions, professional training, media resources, information security, non-formal education, interactive learning technologies, countering disinformation, information influence.

LIST OF AUTHOR'S PUBLICATIONS

Publications that reflect the main findings of the thesis

1. Kiriakidi O. Yu. (2023). *Kryteriyi, pokaznyky ta rivni rozvytku mediahramotnosti maybutnikh ofitseriv Viyskovo-Morskykh Syl Zbroynykh Syl Ukrayiny* [Criteria, indicators and levels of development of media literacy of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine]. *Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnoi akademii Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby Ukrainy. Seriya: pedahohichni nauky* – [Collection of scientific papers of the National Academy of the State Border Guard Service of Ukraine. Series: Pedagogical Sciences]. № 3(34).

P. 102–112 [in Ukrainian]. Available at: <https://periodica.nadpsu.edu.ua/index.php/pedzbirnyk/article/view/1470>

DOI: <https://doi.org/10.32453/pedzbirnyk.v34i3.1470>

2. Benkovska N. B., Kiriakidi O. Yu. (2023). *Metody rozvytku krytychnoho myslennya u molodshykh komandyriv Viyskovo-Morskykh Syl Zbroynykh Syl Ukrayiny* [Methods of developing critical thinking among junior commanders of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine]. *Naukovi innovatsiyi ta peredovi tekhnolohiyi. Seriya «Derzhavne upravlinnya», Seriya «Pravo», Seriya «Ekonomika», Seriya «Psykholohiya», Seriya «Pedahohika – [Scientific innovations and advanced technologies. «Public Administration» Series, «Law» Series, «Economics» Series, «Psychology» Series, «Pedagogy» Series]. № 4(18). P. 334–346 [in Ukrainian]. Available at: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/article/view/4291>*

DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-4\(18\)-334-346](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-4(18)-334-346)

3. Kiriakidi O. Yu. (2023). *Rozvytok mediahramotnosti maybutnikh ofitseriv Viyskovo-Morskykh Syl Zbroynykh Syl Ukrayiny u protsesi profesiynoyi pidhotovky yak predmet naukovykh doslidzhen* [Development of media literacy of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine in the process of professional training as a subject of scientific research]. *Osvita. Innovatyka. Praktyka – [Education. Innovation. Practice]. Vol. 11, № 8. P. 32–37 [in Ukrainian]. Available at: <https://oip-journal.org/index.php/oip/article/view/213>*

DOI: <https://doi.org/10.31110/2616-650X-vol11i8-005>

4. Kiriakidi O. Yu. (2023). *Sutnist i struktura mediahramotnosti maybutnikh ofitseriv Viyskovo-Morskykh Syl Zbroynykh Syl Ukrayiny* [The essence and structure of media literacy of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine]. *Innovatsiyna pedahohika – [Innovative pedagogy]. № 63. Vol. 1. P. 159–162 [in Ukrainian]. Available at: http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2023/63/part_1/29.pdf*

DOI: <https://doi.org/10.32782/2663-6085/2023/63.1.29>

5. Kiriakidi O. Yu., Didenko O. V. (2024). *Rezultaty doslidzhennya ta dosvid rozvytku mediahramotnosti maybutnikh ofitseriv Viyskovo-Morskykh Syl Zbroynykh Syl Ukrayiny u protsesi profesiynoyi pidhotovky* [Research results and experience of developing media literacy of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine in the process of professional training]. *Zbirnyk naukovykh prats Natsionalnoi akademii Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby Ukrainy. Serii: pedahohichni nauky* – [Collection of scientific papers of the National Academy of the State Border Guard Service of Ukraine. Series: Pedagogical Sciences]. № 1(36). P. 53–67 [in Ukrainian]. Available at: <https://periodica.nadpsu.edu.ua/index.php/pedzbirnyk/article/view/1623>

DOI: <https://doi.org/10.32453/pedzbirnyk.v36i1.1623>

6. Kiriakidi O. Yu. (2024). *Pedahohichni umovy rozvytku mediahramotnosti maybutnikh ofitseriv Viyskovo-Morskykh Syl Zbroynykh Syl Ukrayiny u protsesi profesiynoyi pidhotovky* [Pedagogical conditions for the development of media literacy of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine in the process of professional training]. *Vyshcha osvita Ukrayiny* – [Higher education of Ukraine]. № 1(92). P. 53–60 [in Ukrainian]. Available at: <https://journals.udu.kyiv.ua/index.php/vou/article/view/223>

DOI: [https://doi.org/10.32782/NPU-VOU.2024.1\(92\).07](https://doi.org/10.32782/NPU-VOU.2024.1(92).07)

Publications that validate scientific findings of the thesis

7. Kiriakidi O. Yu. (2022). *Rozvytok mediahramotnosti maybutnikh ofitseriv Viyskovo-Morskykh Syl Zbroynykh Syl Ukrayiny yak aktualne zavdannya viyskovo-pedahohichnoyi praktyky* [Development of media literacy of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine as an urgent task of military-pedagogical practice]. *Filosofski aspekty profesiynoyi osvity* – [Philosophical aspects of professional education]: proceedings of the X International scientific and practical conference (Kropyvnytskyi, November 17, 2022). P. 107–109 [in Ukrainian]. Available at: http://www.ksau.kherson.ua/files/konferencii/2022/11/conf_20221117mat_fil.pdf

8. Kiriakidi O. Yu. (2023). *Zarubizhnyy dosvid rozvytku mediahramotnosti maybutnikh ofitseriv* [Foreign experience in the development of media literacy of future officers]. *Aktualni pytannia teorii ta praktyky v haluzi prava, osvity, sotsialnykh ta povedinkovykh nauk v umovakh voyennoho stanu* – [Current issues of theory and practice in the field of law, education, social, humanities and behavioral sciences in the conditions of martial law]: proceedings of the International scientific and practical conference (Chernihiv, April 25–26, 2023). Vol. 2. P. 259–262 [in Ukrainian]. Available at: https://academysps.edu.ua/wpcontent/uploads/2023/06/Konferenciya-Tom-2-_25-26-kvitnya_2023-1.pdf

9. Kiriakidi O. Yu. (2023). *Rozvytok krytychnoho myslennya molodshykh komandyriv Viyskovo-Morskykh Syl Zbroynykh Syl Ukrayiny yak psykholohopedahohichna problema* [Development of critical thinking of junior commanders of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine as a psychological and pedagogical problem]. *Suchasni napryamy vdoskonalennya pedahohichnoyi maysternosti vykladachiv* – [Modern trends in improving the pedagogical skills of teachers]: proceedings of the I All-Ukrainian scientific and practical conference (Chernihiv, April 27–28, 2023). P. 117–119 [in Ukrainian]. Available at: <https://academysps.edu.ua/wp-content/uploads/2023/05/Konferenciya-27-28-kvitnya-MAKET256.pdf>

10. Kiriakidi O. Yu. (2023). *Struktura mediahramotnosti maybutnikh ofitseriv Viyskovo-Morskykh Syl Zbroynykh Syl Ukrayiny* [Structure of media literacy of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine]. *Innovatsiyni doslidzhennya ta perspektyvy rozvytku nauky i tekhniky u XXI stolitti* – [Innovative research and prospects for the development of science and technology in the 21st century]: proceedings of the International scientific and practical conference (Rivne, October 19, 2023). P. 134–135 [in Ukrainian]. Available at: <https://zenodo.org/records/10060608>

11. Kiriakidi O. Yu. (2023). *Mediahramotnist yak predmet uvahy predstavnykiv riznykh haluzey naukovoho znannya* [Media literacy as a subject of attention of representatives of various area of scientific knowledge]. *Osvita pid chas*

viyny: rozvytok informatsiyno-analitychnoho zabezpechennya, tsyfrova transformatsiya, yevrointehratsiya – [Education during the war: development of information and analytical support, digital transformation, European integration]: proceedings of the V International scientific and practical conference (Kyiv, October 26, 2023). P. 56–59 [in Ukrainian]. Available at: https://iea.gov.ua/wp-content/uploads/2023/11/book-of-abstracts_ssi-iea_2023.pdf

12. Kiriakidi O. Yu. (2023). *Vykorystannya potentsialu dystantsiynykh ta onlayn-kursiv dlya rozvytku mediahramotnosti maybutnikh ofitseriv Viyskovo-Morskykh Syl Zbroynykh Syl Ukrayiny u protsesi profesiynoyi pidhotovky* [Using the potential of distance and online courses for the development of media literacy of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine in the process of professional training]. *Intehratsiya teorii u praktyku: problemy, poshuky, perspektyvy v umovakh voyennoho stanu* – [Integration of theory into practice: problems, searches, prospects in the conditions of martial law]: proceedings of the III International scientific and practical conference (Chernihiv, November 1, 2023). P. 354–355 [in Ukrainian]. Available at: https://academysps.edu.ua/wp-content/uploads/2023/12/Konferenciya_01.11.2023.pdf

13. Benkovska N. B., Kiriakidi O. Yu. (2024). Impact of Globalization on Education. *Osobystist ta osvita v umovakh suchasnykh sotsiokulturnykh vyklykiv: tsinnisno-svitohlyadni ta naukovo-metodychni aspekty* – [Personality and education in the conditions of modern socio-cultural challenges: value-worldview and scientific-methodical aspects]: proceedings of the All-Ukrainian scientific and practical conference (Dnipro, February 22, 2024). P. 49–51 [in English]. Available at: https://www.dano.dp.ua/attachments/article/392/Збірник_Особистість%20та%20освіта%20в%20умовах%20сучасних%20соціокультурних%20викликів...22.02.2024.pdf

14. Kiriakidi O. Yu. (2024). *Dosvid rozvytku mediahramotnosti maybutnikh ofitseriv Viyskovo-Morskykh Syl Zbroynykh Syl Ukrayiny u protsesi profesiynoyi pidhotovky* [Experience of the development of media literacy of future officers of the Armed Forces of the Armed Forces of Ukraine in the process of professional

training]. *Aktualni pytannya teorii ta praktyky v haluzi prava, osvity, sotsialno-humanitarnykh ta povedinkovykh nauk v umovakh voyennoho stanu* – [Current issues of theory and practice in the field of law, education, social, humanities and behavioral sciences under martial law]: proceedings of the II International scientific and practical conference (Chernihiv, April 25, 2024). P. 377–380 [in Ukrainian]. Available at: <https://academysps.edu.ua/wp-content/uploads/2024/06/Konferenciya-25.04.pdf>

15. Kiriakidi O. Yu. (2024). *Diahnostychnyy aparat dlya vyznachennya rozvynenosti mediahramotnosti maybutnikh ofitseriv VMS ZSU* [Diagnostic apparatus for determining the development of media literacy of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine]. *Oriyentyry natsionalnoyi osvity v umovakh sohodennya* – [Landmarks of national education in today's conditions]: proceedings of the International scientific and practical conference (Lutsk, May 17, 2024). P. 35–36 [in Ukrainian]. Available at: <http://vippo.org.ua/files/conference/--1-1722282707878755.pdf>

Publications that additionally reflect scientific results of the thesis

16. Kiriakidi O. Yu. (2024). *Osoblyvosti rozvytku mediahramotnosti maybutnikh ofitseriv Viyskovo-Morskykh Syl Zbroynykh Syl Ukrayiny u protsesi profesiynoyi pidhotovky: metodychni rekomendatsiyi* [Peculiarities of the development of media literacy of future officers of the Naval Forces of the Armed Forces of Ukraine in the process of professional training: methodological recommendations]. Odesa, Institute of the Naval Forces of the Ukrainian National University «Odesa Maritime Academy». 37 p. [in Ukrainian].

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ	27
ВСТУП	28
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ	
МЕДІАГРАМОТНОСТІ МАЙБУТНІХ ОФІЦЕРІВ	
ВІЙСЬКОВО-МОРСЬКИХ СИЛ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ	38
1.1 Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів як предмет наукових досліджень	38
1.2 Зарубіжний досвід формування і розвитку медіаграмотності у військовослужбовців збройних сил	58
1.3 Сутність, структура і зміст медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України	72
Висновки до розділу	87
РОЗДІЛ 2 НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ	
МЕДІАГРАМОТНОСТІ МАЙБУТНІХ ОФІЦЕРІВ	
ВІЙСЬКОВО-МОРСЬКИХ СИЛ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ	
У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ	89
2.1 Методика виконання дослідження	89
2.2 Критерії, показники та рівні розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України	94
2.3 Стан розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України на констатувальному етапі експериментального дослідження	101
2.4 Обґрунтування педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки	118
Висновки до розділу	139
РОЗДІЛ 3 ОРГАНІЗАЦІЯ І РЕЗУЛЬТАТИ	
ФОРМУВАЛЬНОГО ЕТАПУ ЕКСПЕРИМЕНТУ	143

3.1 Зміст і методика формувального етапу експерименту	143
3.2 Результати дослідно-експериментальної роботи з розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки	172
3.3 Методичні рекомендації науково-педагогічним працівникам щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки	182
Висновки до розділу	193
ВИСНОВКИ	195
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	200
ДОДАТКИ	224
Додаток А Завдання для визначення здатності курсантів аналізувати й оцінювати медіаповідомлення, визначати його актуальність і несуперечливість	225
Додаток Б Завдання для визначення вміння курсантів створювати власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності, брати участь в онлайн-дискусіях	234
Додаток В Анкета для з'ясування мотивації курсантів до вивчення медіаграмотності	235
Додаток Д Анкета для визначення пізнавальних інтересів у сфері медіаграмотності, допитливості та прагнення нового	236
Додаток Е Напівпроективне анкетування у формі незавершених речень для визначення обізнаності курсантів про інструменти новітніх медіа, зокрема YouTube, Google, Facebook, Twitter, Тік-ток тощо, особливості спілкування у соціальних мережах	237
Додаток Ж Тест для з'ясування розуміння курсантами історії медіа	238
Додаток И Опитувальник для з'ясування розуміння курсантами значення медіа в житті суспільства, їх видів і жанрів	239

Додаток К Опитувальник для визначення готовності курсантів підвищувати свій рівень знань про медіаграмотність	242
Додаток Л Опитувальник для оцінювання емоційно-діяльнісної адаптивності курсантів	243
Додаток М Опитувальник для визначення знань курсантів про послідовність оцінювання змісту медіаповідомлень/медіатекстів, вимоги до медіаповідомлення та новинні стандарти	245
Додаток Н Запитання бесіди для визначення знань курсантів про техніки маніпулятивних впливів, методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації	246
Додаток П Завдання для визначення вміння курсантів критично оцінювати медіатексти, виявляти маніпуляції історичною й актуальною для суспільства інформацією, перевіряти її достовірність	247
Додаток Р Завдання для визначення здатності курсантів розпізнавати фейки та дезінформацію, ворожі інформаційні впливи, верифікувати контент соціальних мереж	248
Додаток С Програма онлайн-курсу «Історія медіа»	251
Додаток Т Фрагмент дистанційного курсу «Комунікації у соціальних мережах»	253
Додаток У Фрагмент онлайн-курсу «Пропаганда та шляхи її протидії»	259
Додаток Ф Приклад ситуативного завдання для відпрацювання у курсантів уміння розрізняти факти та судження, визначати достовірність інформації	266
Додаток Х Приклад дослідницького завдання на аналіз інформаційних операцій	267
Додаток Ц Акти реалізації	268
Додаток Ш Список публікацій здобувача	277
Додаток Щ Відомості про апробацію результатів дисертації	280

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ВВНЗ – вищий військовий навчальний заклад

ВМС – Військово-Морські Сили

ЗСУ – Збройні Сили України

ЕГ – експериментальна група

КГ – контрольна група

ЗМІ – засоби масової інформації

НАТО (North Atlantic Treaty Organization) – Організація
Північноатлантичного договору

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Сьогодні Україна та українське суспільство виборюють свою незалежність і захищають територіальну цілісність як на полі бою, так і в інформаційному середовищі, в якому російській агресор щоденно від 2014 року створює інформаційні загрози Україні та демократичному світові шляхом фейків, кібератак, дезінформацій, інформаційних і психологічних операцій, інформаційних атак гібридного характеру тощо. Для цього використовуються одночасно військові, політичні, інформаційні, соціальні й економічні засоби, а також традиційні, нетрадиційні, терористичні та інші незаконні методи ведення конфлікту. Саме тому важливим є опанування курсантами складових медіаграмотності, щоб ефективно протидіяти інформаційно-психологічному впливу противника, забезпечити морально-психологічну стійкість військовослужбовців, зокрема майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України (далі – ВМС ЗСУ). Ці знання, уміння та навички в умовах сучасних багатовекторних інформаційних загроз і викликів необхідні для аналізу та критичного оцінювання медіатекстів, ефективного використання медіаконтенту, осмислення реалій владних і політичних відносин, свідомого сприйняття та критичного тлумачення інформації, створення повідомлень різних жанрів і форм для потреб професійної комунікації, розуміння сутності медійного світу, складних процесів функціонування медіа в суспільстві, їхньої ролі та впливу тощо.

Отже, офіцер ВМС ЗСУ повинен бути медіаграмотним – володіти здатністю усвідомлено й критично оцінювати медіаповідомлення, протидіяти маніпуляціям та ворожим інформаційним впливам. Це зазначається і в нормативно-правових документах, які регламентують професійну підготовку майбутніх офіцерів ВМС ЗСУ, а також в освітньо-професійних програмах підготовки на першому (бакалаврському) рівні вищої освіти. Про необхідність і важливість розвитку медіаграмотності та інформаційної культури

наголошено також у документах міжнародних організацій, зокрема в резолюції Європейського парламенту «Медіаграмотність у цифровому світі» (Media Literacy in the Digital World, 2008), декларації ЮНЕСКО «Виклики медіаосвіти» (Challenge of Media Education (The Grunwald Document), 1982), Комюніке Європейської Ради з цифрової освіти (Communication on the Digital Education Plan, 2018) та інших. Щодо вітчизняних нормативних актів, то у Рішенні Ради національної безпеки і оборони України «Про нову редакцію Воєнної доктрини України» визначено, що «важливим завданням попередження й ефективної протидії ворожим інформаційно-психологічним впливам є забезпечення інформаційної складової воєнної безпеки, підвищення медіакультури суспільства і громадян» [129].

Результати аналізу наукових публікацій свідчать, що медіаграмотність є предметом уваги зарубіжних (С. Вінні [220], Т. Джоллс [182; 183], Л. Мастерман [189], Дж. Поттер [199], Е. Томан [211–214]) та вітчизняних (Г. Волошко [22], О. Мальцева [88], Т. Устименко [150], Л. Хмарна [155], О. Янишин [162] та ін.) педагогів. Поняття медіаграмотності дослідники визначають як здатність створювати, аналізувати й інтерпретувати медіатексти, а також як результат вивчення медіа і медіаосвіти. У контексті інформаційно-психологічної безпеки розглядають питання медіаграмотності С. Бойко [13], В. Бурдяк [16], В. Горохова [133], Н. Дегтярьова [133], С. Ізбаш [46; 48], О. Ільченко [49], С. Петренко [133], Ю. Руденко [133], О. Стаднік [142], П. Ткач [49] та ін.

Натомість комплексного дослідження наукового завдання щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки на сьогодні немає. Зокрема не обґрунтовано педагогічних умов і не розроблено структурно-функціональної моделі розвитку медіаграмотності в курсантів під час навчання у вищому військовому навчальному закладі (дані – ВВНЗ) військово-морського спрямування, потребують уточнення критерії та показники розвитку цієї важливої компетентності. Важливим перспективним завданням

є також розроблення цілісного науково-методичного забезпечення розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України з урахуванням викликів інформаційній безпеці.

Посилюють актуальність теми і результати аналізу професійної підготовки майбутніх офіцерів ВМС ЗСУ у ВВНЗ, які свідчать про те, що освітнє середовище не завжди забезпечує результативний розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів. Крім цього, узагальнення результатів аналізу відгуків на випускників ВВНЗ, які впродовж року виконували обов'язки на первинних посадах, вказують на те, що лише у 49,72 % із них медіаграмотність сформовано на належному рівні. Непоодинокими є випадки, коли офіцери мають низький рівень критичного мислення, недостатні навички оцінки медіаповідомлень тощо. На етапі становлення молоді офіцери мають труднощі стосовно критичної оцінки медіатекстів, виявлення маніпуляцій історичною й актуальною для суспільства інформацією, порівняння джерел інформації стосовно їхньої достовірності, надійності та повноти.

Потребують також розв'язання *суперечності*, що виявлені в результаті аналізу теорії і практики професійної підготовки майбутніх офіцерів ВМС ЗСУ у ВВНЗ, зокрема між:

- зростанням вимог суспільства до якості професійної підготовки офіцерів ВМС, зумовлених особливостями їхньої професійної діяльності та вимогами інформаційної безпеки, і недосконалістю методичної бази для виконання цих вимог;

- вимогами до рівня медіаграмотності майбутніх офіцерів ВМС ЗСУ та недостатнім рівнем відповідного науково-методичного забезпечення освітнього процесу;

- педагогічними резервами соціально-гуманітарних і фундаментальних навчальних дисциплін щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України та зростанням обсягів інформаційного впливу.

Отже, необхідність удосконалення змісту й якості підготовки майбутніх офіцерів ВМС ЗСУ, теоретична і практична значущість вирішення наукового завдання, його недостатня розробленість, а також наявні суперечності зумовили вибір теми дисертації «Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки».

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дослідження проведено відповідно до тематичного плану науково-дослідницьких робіт Хмельницького національного університету у межах науково-дослідної роботи «Формування особистості як суб'єкта самотворення» (державний реєстраційний номер 0119U103663). Тему дисертації затверджено вченою радою Хмельницького національного університету (протокол № 3 від 27.10.2022 р.).

Мета дослідження – визначити, обґрунтувати й експериментально перевірити результативність педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки.

Відповідно до мети визначено такі **завдання дослідження**:

- 1) визначити сутність поняття «медіаграмотність офіцера Військово-Морських Сил Збройних Сил України», його структуру та особливості змісту;
- 2) визначити критерії, показники, охарактеризувати рівні та з'ясувати стан розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України під час навчання у ВВНЗ;
- 3) обґрунтувати педагогічні умови та розробити структурно-функціональну модель розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки;
- 4) експериментально перевірити результативність педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки;

5) розробити методичні рекомендації науково-педагогічним працівникам щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки.

Об'єкт дослідження – професійна підготовка майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України.

Предмет дослідження – педагогічні умови розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки.

Відповідно до поставлених завдань використано комплекс **методів дослідження**: *теоретичні* – абстрагування, систематизація й узагальнення теоретичних положень – для визначення сутності поняття «медіаграмотність офіцера Військово-Морських Сил Збройних Сил України», його структури та особливостей змісту; *аналіз* – для виокремлення структурних компонентів медіаграмотності як професійно-особистісної характеристики офіцера ВМС ЗСУ; *ретроспективний і порівняльний аналіз* наукових джерел із проблеми дослідження – для узагальнення зарубіжного досвіду формування і розвитку медіаграмотності у військовослужбовців збройних сил зарубіжних країн, з'ясування стану дослідження проблеми у вітчизняній і зарубіжній педагогічній теорії та практиці, а також для визначення загальних підходів до розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України; *синтез* – для об'єднання окремих компонентів медіаграмотності майбутніх офіцерів в єдине ціле; *індукцію* – для характеристики загальних властивостей медіаграмотності та загального стану її розвитку в курсантів під час навчання у вищому військовому навчальному закладі ВМС ЗСУ з урахуванням її стану в кожного окремого курсанта; *дедукцію* – для зведення конкретних завдань дослідження до загальної мети; *порівняння, узагальнення теоретичних положень та експериментальних даних* – для наукового обґрунтування педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки; *моделювання* – для побудови структурно-

функціональної моделі цього процесу; *емпіричні* – анкетування, письмове й усне опитування, пряме та опосередковане педагогічне спостереження, тестування, метод експертних оцінок, метод вивчення документів і результатів навчальної діяльності, виконання професійно-орієнтованих завдань – для з'ясування стану розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України та визначення відповідних педагогічних умов; констатувальний і формувальний етапи педагогічного експерименту – для перевірки результативності педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки; *методи математичної статистики*, зокрема критерій Стюдента – для виявлення відмінностей у розподілі емпіричних рядів, порівняння вибірок, які мають альтернативні ознаки.

Наукова новизна отриманих результатів дослідження полягає в тому, що *вперше* обґрунтовано педагогічні умови розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки (забезпечення майбутніх офіцерів базовими знаннями медіаграмотності та інформаційної безпеки; використання засобів неформальної освіти (дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів), покликаних розширити уявлення курсантів про значення медіа та специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень; упровадження інтерактивних технологій навчання для відпрацювання навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань; застосування дослідницького методу для набуття курсантами досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу);

удосконалено: діагностичний апарат для з'ясування стану розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки завдяки використанню критеріїв (особистісно-мотиваційного, пізнавально-когнітивного і діяльнісно-результативного), відповідних їм показників та характеристики рівнів (високого, середнього, низького);

уточнено: сутність поняття «медіаграмотність офіцера Військово-Морських Сил Збройних Сил України» (професійно важлива особистісна властивість, що охоплює мотивацію до підвищення свого рівня медіаосвіченості, свідоме ставлення і зацікавленість медіатекстами, знання історії та ролі медіа, видів інформаційного впливу, уміння здійснювати пошук необхідної інформації, аналізувати медіаповідомлення, оптимально використовувати медіаресурси, протистояти маніпуляціям та дезінформації);

подальшого розвитку набули наукові уявлення про зміст і структуру медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України (як єдності особистісного, пізнавального та діяльнісного компонентів), а також особливості її розвитку шляхом моделювання цього процесу і розроблення відповідної структурно-функціональної моделі.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що:

– розроблено методичні рекомендації науково-педагогічним працівникам щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки, в яких запропоновано використовувати засоби неформальної освіти, зокрема дистанційні та онлайн-курси, вебінари для розширення уявлень курсантів про значення медіа і специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень. Передбачено впровадження інтерактивних технологій навчання та системи дослідницьких завдань для відпрацювання у курсантів навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах, набуття досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу;

– підготовлено та впроваджено в систему професійної підготовки навчально-методичні матеріали з навчальних дисциплін «Українська мова за професійним спрямуванням», «Політологія і соціологія», «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України», а також матеріали для дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів з урахуванням особливостей професійної діяльності та потреби у розвитку

медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України;

– запропоновано систему дослідницьких завдань на виявлення порушень новинних стандартів, маніпулятивності медіатекстів, розпізнавання фейкових заголовків, пропагандистських матеріалів і ворожих інформаційних операцій.

Отримані результати дослідження можна використовувати в системі професійної підготовки майбутніх офіцерів ВМС ЗСУ та інших сил сектору безпеки і оборони України, а також за умов адаптації – для проведення занять із професійної підготовки з різними категоріями офіцерів, на курсах підвищення кваліфікації військовослужбовців ЗСУ та інших військових формувань.

Результати дослідження **впроваджено** в освітній процес Інституту Військово-Морських Сил Національного університету «Одеська морська академія» (акт реалізації № 1056/460/2160 від 30.08.2024 р.), Національної академії сухопутних військ імені гетьмана Петра Сагайдачного (акт реалізації від 09.09.2024 р.), Київського інституту Національної гвардії України (акт реалізації від 11.09.2024 р.), Військової академії (акт реалізації № 2/31/21 від 16.09.2024 р.).

Особистий внесок здобувача. Усі подані в дисертації наукові результати отримано авторкою самостійно. У роботах, написаних у співавторстві, особисто здобувачці належать: у статті [7] – виокремлення важливих ключових характеристик, притаманних критичному мисленню, та опис структури заняття з розвитку критичного мислення; у статті [71] – характеристика загальних підходів до розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів, визначення шляхів розвитку медіаграмотності і надання методичних рекомендацій щодо цього процесу; у тезах [166] – обґрунтування значення розвитку медіаграмотності як шляху подолання соціокультурних викликів сучасності.

Апробація результатів дисертації. Основні теоретичні положення та результати презентованого дослідження доповідались та обговорювались на науково-практичних конференціях різного рівня:

міжнародних – «Філософські аспекти професійної освіти» (м. Кропивницький, 2022 р.), «Актуальні питання теорії та практики в галузі права, освіти, соціально-гуманітарних та поведінкових наук в умовах воєнного стану» (м. Чернігів, 2023 р.), «Інноваційні дослідження та перспективи розвитку науки і техніки у XXI столітті» (м. Рівне, 2023 р.), «Освіта під час війни: розвиток інформаційно-аналітичного забезпечення, цифрова трансформація, євроінтеграція» (м. Київ, 2023 р.), «Інтеграція теорії у практику: проблеми, пошуки, перспективи в умовах воєнного стану» (м. Чернігів, 2023 р.), «Актуальні питання теорії та практики в галузі права, освіти, соціально-гуманітарних та поведінкових наук в умовах воєнного стану» (м. Чернігів, 2024), «Орієнтири національної освіти в умовах сьогодення» (м. Луцьк, 2024 р.);

всеукраїнських – «Сучасні напрями вдосконалення педагогічної майстерності викладачів» (м. Чернігів, 2023 р.), «Особистість та освіта в умовах сучасних соціокультурних викликів: ціннісно-світоглядні та науково-методичні аспекти» (м. Дніпро, 2024 р.).

Результати обговорювались на засіданнях кафедри соціально-гуманітарних та фундаментальних дисциплін Інституту Військово-Морських Сил Національного університету «Одеська морська академія» (2022–2024 рр.).

Публікації. Основні результати дослідження за темою дисертації опубліковано у 16 наукових працях, із них 6 наукових статей (2 – у співавторстві) – у фахових виданнях України в галузі педагогіки (категорія Б), 9 публікацій (1 – у співавторстві) – у матеріалах наукових конференцій, 1 методичні рекомендації.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається з анотацій українською та англійською мовами, вступу, трьох розділів, висновків до них, загальних висновків, списку використаних джерел (282 найменувань, з яких 59

– іноземною мовою), 21 додатка на 58 сторінках. Загальний обсяг дисертації становить 282 сторінки. Обсяг основного тексту складає 168 сторінок і містить 4 рисунки на 4 сторінках та 21 таблицю на 25 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ МЕДІАГРАМОТНОСТІ МАЙБУТНІХ ОФІЦЕРІВ ВІЙСЬКОВО-МОРСЬКИХ СИЛ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ

1.1 Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів як предмет наукових досліджень

Проблематика медіаграмотності має тривалу історію. Її витoki сягають ще тих часів, коли люди почали обмінюватися інформацією і першими інформаційними повідомленнями у них були наскальні зображення. Далі люди поширювали свої думки за допомогою глиняних табличок, папірусу, пергаменту та паперу.

Потім, коли почали процвітати великі світові імперії, насамперед Римська чи Візантійська, передавання законів, едиктів, релігійних писань та інших історій ставало, окрім джерела інформації, і предметом інтерпретації, а повідомлення почали подорожувати на великі відстані. Датою виходу першої газети прийнято вважати 59 рік до н. е., коли за наказом Юлія Цезаря навколо форуму почали вивішувати «Щоденні протоколи сенату і римського народу». Це перший письмовий офіційний вісник про події в сенаті, найвищому державному органі Стародавнього Риму. Інший документ «Щоденні справи римського народу» («Acta diurna populi Romani») подавав інформацію про ціни, погоду, літературні твори, політичні та інші події, які на той час хвилювали громадян. «Acta diurna» розповсюджували в місцях великого скупчення людей і навіть тиражували, щоб їх могли прочитати всі римляни. Ці документи зовсім не були схожими на газету, але важливим було те, що вони повідомляли новини [89, с. 72].

У набагато більшому масштабі та набагато легше стало поширювати думки та історії після винайдення друкарського верстату Гутенберга

1438 року. Завдяки тиражуванню інформації через друк виникають медіа у сучасному розумінні. Так, німецький друкар Й. Каролус у 1605 році почав видавати щотижневу підбірку «рекомендованих новин». У Німеччині, Голландії, Англії та Франції їх називали «газетами»: за назвою дрібної венеційської монети – гасети, за яку продавали періодичні видання. Україна не мала власної держави, тому перша українська газета вийшла лише 1816 року в Харкові, у травні 1848 року – у Львові («Зоря Галицька»).

Термін «медіа» («медіум») має латинське походження й означає «посередник» [141, с. 346]. Мас-медіа – це засоби одночасної передачі соціальної інформації великим групам людей, які перебувають у різних місцях. Через мас-медіа відбувається масова комунікація – обмін інформацією (фактами, ідеями, поглядами, емоціями тощо) між великими групами аудиторії. Медіа, з одного боку, відображають факти і події, з іншого – самі впливають на їх формування. Вони є важливим складником масової комунікації суспільства. Сьогодні виокремлюють такі типи медіа:

1) друковані – книги, газети та журнали, тобто роздруковані на папері і розмножені твори з текстами, графікою та фотографіями;

2) електронні – телебачення, коли мовник транслює акустичну і візуальну інформацію, яку приймають на телевізійному апараті через антену, кабель або супутник за допомогою кабелю чи електромагнітних хвиль (через супутник або по землі);

3) радіо – тип медіа, для якого радіокомпанії створюють програми, що передають через радіостанцію на приймач;

4) інтернет – нові медіа, які передають інформацію через айподи, MP3-плеєри, мобільні телефони, всесвітню мережу, відео та комп'ютерні ігри тощо.

Великий вплив на можливості поширення комунікації мали сучасні візуальні голографічні технології. Сьогодні вже йдеться про новітні медіа: Інтернет та соціальні мережі. Вони змінили швидкість і масштаби передачі новин, одночасно збільшивши вірогідність поширення неправдивої та

спотвореної інформації. У нинішньому суспільстві медіа мають великий вплив на свідомість і поведінку громадян, а влада знань та інформації стає вирішальною в управлінні державою. По суті, можна стверджувати, що в міру того, як урізноманітнювалися та розвивалися інформаційно-комунікаційні технології, зростає роль медіаграмотності. «Медіаграмотність об'єднала традиційну грамотність (читання, письмо) і навички, які пов'язані з новими медіа та технологічними платформами, тобто інтегрувала комунікаційний розвиток людства: від традиційного алфавітного письма до електронних медіа і цифрової інформації» [214, с. 14].

Країнами, де вперше безпосередньо звернули увагу на важливість медіаграмотності, можна назвати США та Канаду. Ще у 1930-х роках Вісконсінська асоціація кращих мовників намагалася навчити громадян бути більш критичними споживачами медіа. Мета цих початкових заходів із підвищення медіаграмотності – захистити учнів від негативного впливу медіа [220].

Введення в широкий науковий обіг поняття «медіаграмотність» пов'язано з іменами М. Маклюєна та Дж. Калкіна. Зокрема М. Маклюєн (1911–1980), якого називають першим медіа-філософом, професор англійської мови в Університеті Торонто, одним із перших визначив значення медіа. У праці «Розуміння медіа: розширення людини» він виклав ідеї про роль медіа у суспільстві й окреслив першу програму з медіаграмотності під назвою «Розуміння нових медіа», де йшлося про основні закони, що стосувалися сенсорних ефектів різних медіа. Також у 1960 році він розробив навчальні матеріали для Національної асоціації освітніх мовників за контрактом з Управлінням освіти Департаменту охорони здоров'я, освіти та соціального забезпечення США [194].

Ідеї М. Маклюєна розвинув науковець Дж. Калкін (1928–1993), який одним із перших американських педагогів запровадив у школах медіаосвітню програму. На його переконання, саме школа повинна відповідати за медіаграмотність населення. Ознайомившись із досвідом канадських і

французьких кінопедагогів, які розвивали критичну аудиторію до фільмів, та здобувши у Гарвардській вищій школі освіти ступінь доктора педагогічних наук, він у 1964 році розробив навчальну програму вивчення кіно, окресливши методи навчання використання кіно, телебачення та фотографії та поєднання їх із більш традиційними гуманітарними предметами, зокрема мистецтвом та англійською літературою.

У 1969 році Дж. Калкін у Грінвіч-Віллідж заснував Центр розуміння медіа (Center for Understanding Media). Місія Центру полягала в тому, щоб навчити вчителів розуміти всі форми медіа, зокрема друк, театр і нові електронні форми (кіно та телебачення). Дж. Калкін вважав, що завдяки поширенню кіно і телебачення до кінця 1960-х років поза класною кімнатою буде більше інформації, ніж у ній. Значна частина інформації була дезінформацією, тому «відділення сигналу від шуму» стало необхідним завданням. Як і М. Маклюен, Дж. Калкін своїх учнів навчав «користуватися новими інструментами та новим сприйняттям» [193].

Саме з 60-х років минулого століття можна вести мову про широке зацікавлення педагогічної спільноти питаннями медіаграмотності. У 1960–1970 роках у США було організовано перші експериментальні дослідження з медіа у школах, які зосереджували увагу на використанні телевізійних програм для навчання. Найвідомішою стала навчальна програма «Pioneer Media Now» від Iowa Educators, метою якої було ознайомлення учнів старших класів зі світом медіа, а вчителів – із медіа-проблемами, обладнанням і жанрами. Програма охоплювала сім модулів, серед іншого – оцінку медіа (ведення журналу медіа та критерії оцінювання), медіаінтерпретацію (аналіз візуальних матеріалів, реклами і пропаганди), естетику медіа (вивчення художніх принципів у кіно, телебаченні та радіо) і медіапрезентацію (як подати медіаповідомлення аудиторії).

Програма містила 50 індивідуальних пакетів навчальних вправ із довідковою системою питань, кольоровим кодуванням. Це була унікальна комплексна програма індивідуального навчання або навчання в малих групах,

що допомагала студентам зрозуміти різні аспекти медіакультури, надавала їм практичні можливості створювати власні – писати сценарії, фотографувати та знімати фільми, записувати та редагувати аудіокасети, створювати фільми і відео, а також оцінювати та критикувати медіаповідомлення, зокрема пропаганду [181].

1970–1980 роки прикметні тим, що в США церковні групи запроваджують навчання з питань телебачення для батьків та дорослих, звертаючи увагу на особливості критичного перегляду і значення телевізійної грамотності. У цей час Р. Кубей визначив перешкоди на шляху розвитку медіаосвіти у США. Дослідник розглядає політичні, економічні, історичні та культурні причини формального забезпечення медіаосвіти. Дослідження базується на офіційних документах та інформаційних бюлетенях, інтерв'ю з провідними дослідниками медіаосвіти і вчителями з багатьох країн [184].

У цей час також запропоновано першу схему аналізу медіа. Зокрема Е. Томан, лідер-піонер у сфері медіаграмотності в США, звернула увагу на вплив медіакультури. У 1989 році вона заснувала Центр медіаграмотності й опублікувала перші заходи для класу медіаграмотності. Дослідниця визначила чотири кроки щодо інтерпретації сюжету в медіа: обізнаність, соціальний аналіз, рефлексія та дія. Цей аналіз Е. Томан називає «соціальним аналізом», що зосереджується не на абстрактному розумінні масштабу проблеми, а на особистих діях або плануванні змін [211].

У 90-х роках минулого століття дослідження медіаграмотності від поодиноких наукових проєктів переходить на інституційний рівень. Комісія Національної ради вчителів англійської мови США рекомендує медіаосвіту як складову освіти вчителів. Широко починають розробляти навчальні програми з медіаграмотності. Зокрема Асоціація контролю та розробки навчальних програм розробляє програму «Навички та стратегії медіаосвіти». 1993 року в Гарварді відкрито перший Інститут медіаграмотності. Там почали досліджувати такі теми: «Цілі медіаосвіти», «Медіа та демократія», «Медіа та

культурна ідентичність», «Розуміння медіаінституцій», «Телебачення та школи», «Медіаосвіта та шкільна реформа». Тут звертали увагу на те як:

- інтегрувати концепції медіаграмотності в предметні галузі без додавання нових курсів до навчальної програми;
- нові методи навчання допомагають учням критично осмислювати те, що вони читають і дивляться;
- відеопродукція може зміцнити комунікативні навички учнів;
- аналізувати газетні та телевізійні новини і досліджувати вплив преси на американський політичний процес;
- методи та ресурси використовуються для обговорення стереотипів у засобах масової інформації (далі – ЗМІ) щодо статі, класу, раси чи етнічної приналежності;
- запровадити програми медіаграмотності для батьків у своїй громаді [175].

Окрім цього навчання медіаграмотності в цей час на законодавчому і науковому рівнях розглядають як один із важливих засобів протидії насильству. Медіаграмотність пов'язують зі здоров'ям, медіамистецтвом, відповідальним громадянством, мультикультуралізмом та іншими сферами. «Грамотність у цифровому світі» К. Тайнер – перша американська книга, яка описує медіаграмотність у контексті освіти США. У такий спосіб дослідниця закладає підґрунтя для критичного обговорення «дефіцитної» моделі медіаосвіти (у якій медіадосвід дітей розглядають як проблематичний, навіть шкідливий) на противагу моделі «придбання», яка зосереджується на позитивних аспектах медіаінформації для викладання та навчання [212].

З початку тисячоліття розширюється інституційна основа навчання медіаграмотності. Починає діяти перша загальнодержавна програма з медіаграмотності, запроваджена в Меріленді. Навички медіаграмотності називають основою для навчання та життя в епоху медіа, а власне саму медіаграмотність – національним пріоритетом для світу. Е. Томан і Т. Джоллс зазначають, що сьогодні медіаграмотність – це не лише новий вид

«грамотності», але й механізм трансформації самої природи навчання в глобальному мультимедійному середовищі: «студенти проведуть усе своє доросле життя в багатозадачному, багатогранному, технологічно керованому, різноманітному, яскравому світі – і вони повинні бути готовими до цього» [214]. Загальновизнаною в США стає думка про те, що медіаграмотність є ключовою навичкою XXI століття. Про це свідчить програма «Навчання для XXI століття», де медіаграмотність окреслено як навичку вищого рівня, що є фундаментальною основою для успіху [185].

Як і США, інші країни також запровадили програми з навчання медіаграмотності. У Британії увага до питань медіаграмотності зростає з 60-х років минулого століття. Л. Мастерман, британський професор, окреслив необхідність навчання медіаграмотності учнів початкової та середньої школи [189]. Медіапедагоги Дж. Боукер [205], А. Гарт [179], Д. Букінгем і Дж. Сефтон-Грін [167] запропонували звертати увагу на авторів медіатекстів, типологію жанрів, технології їх створення, способи подання в медіа авторських концепцій та аудиторію медіа і специфіку її світосприйняття. Вони визначили важливим завданням навчити дітей та дорослих не лише критично ставитися до мас-медіа, а й сприяти в такий спосіб їхній «критичній автономії, тобто здатності критично оцінювати всі медіатексти (друковані й електронні). У Великій Британії загальнодержавна програма медіаосвіти передбачає увагу до таких аспектів:

- джерела, походження та детермінанти медіаконструкцій;
- основні техніки і кодування, які використовують засоби масової інформації для переконання аудиторії;
- природа «дійсності», сконструйованої медіа, тобто цінності, закладені в медіарепрезентації;
- способи сприйняття та розуміння широким загалом медійних конструкцій дійсності [186].

У Франції також діє програма з медіаобізнаності. Ще з 60–70-тих років минулого століття у цій країні діяли освітні проекти, що розглядали кіно як

один з аспектів культури і передбачали його вивчення в навчальному процесі. Сьогодні міністерство освіти Франції ставить своїм завданням допомогти громадянам навчитися отримувати, аналізувати й інтерпретувати повідомлення. Тут вважають, що для того, щоб уникнути пасивного перегляду та маніпуляції, студент повинен знати, як створюються такі повідомлення. У Франції знання з медіаграмотності тісно пов'язані з іншими формами навчання, такими як письмове й усне мовлення чи безпосередня практика і досвід [197].

У Фінляндії навчальні програми початкової та середньої школи передбачають, що учні повинні вміти досліджувати і тлумачити повідомлення із ЗМІ, критично аналізувати такі повідомлення і на цій основі робити свої висновки. Під час аудиторної роботи студенти вчаться досліджувати та аналізувати методи створення повідомлень у ЗМІ. Серед практичних навичок вони вчаться редагувати газети, створювати вечірні випуски новин для телебачення і радіо. Студенти також вивчають політику засобів масової інформації у Фінляндії та інших країнах, зокрема контроль над ЗМІ, канали комунікації [186].

Великого значення медіаграмотності надають Європейський парламент і Рада Європи. Зокрема резолюція Європейського парламенту «Медіаграмотність у цифровому світі» звертає увагу на важливість «критичного та вдумливого ставлення до медіа з метою виховання відповідальних громадян, здатних висловлювати власні судження на основі отриманої інформації, використовувати необхідну інформацію, аналізувати її, ідентифікувати економічні, політичні, соціальні і/або культурні інтереси, які з нею пов'язані, інтерпретувати та створювати повідомлення, вибирати найбільш відповідні для комунікації медіа» [192].

У директиві Європейського Союзу про аудіовізуальні медіа-послуги зазначено, що громадяни повинні мати передові навички медіаграмотності, щоб мати доступ до інформації і відповідально та безпечно її використовувати, критично оцінювати і створювати медіаконтент. Медіаграмотність не повинна

обмежуватися вивченням інструментів та технологій, а має бути спрямована на те, щоб озброїти громадян навичками критичного мислення, необхідними для винесення суджень, аналізу складної реальності і розпізнавання різниці між думкою та фактом [177].

У документі Ради Європи «Регуляторні органи для електронних засобів масової інформації і медіаграмотності: порівняльний аналіз кращої європейської практики» визначено, що медіаграмотність є однією з ключових компетенцій для життя та роботи у цифровому і медіалізованому світі, для участі громадян у демократичних процесах. Технологічна революція, розвиток технологічних платформ призвели до конвергенції необхідних навичок, а ускладнення медіа, комунікації та соціального середовища потребує аналітичного і критичного сприйняття джерел інформації [200, с. 7]. У документі підкреслено, що медіаграмотність, тобто розвиток критичної та цифрової компетенції (включаючи питання створення контенту та захисту конфіденційності), має вирішальне значення для підвищення стійкості суспільств до дезінформації [216, с. 10–11].

Особливого значення медіаграмотності надає також ЮНЕСКО. Організація визначає медіакомпетентність як «набір компетенцій, які дають громадянам можливість здійснювати пошук, оцінку й обмін інформацією і медіаконтентом у всіх форматах, використовуючи різні інструменти, у критичний, етичний та ефективний спосіб для особистого чи професійного життя і суспільної діяльності» [190, с. 4]. ЮНЕСКО виокремлює комбінацію знань і навичок, необхідних для сучасної світової спільноти. Йдеться про такі взаємопов'язані комплекси компетенцій: медіаграмотність (уміння створювати контент спілкування, самовираження, отримувати доступ до медіа); технологічну/цифрову грамотність (уміння працювати з програмним забезпеченням та сучасними інформаційними технологіями); інформаційну грамотність (уміння шукати, аналізувати і залучати інформацію).

У декларації ЮНЕСКО попереджає, що навіть у політичному чи освітньому контексті (навчальні програми чи педагогічна освіта)

медіаграмотність або інформаційну грамотність не слід замінювати на цифрову та ІТ-грамотність [190]. Загалом усі європейські інституції звертають увагу на важливість медіаграмотності, що необхідна для належної взаємодії з медіа і життя у демократичному суспільстві.

Учені також характеризують медіаграмотність без відриву від знання про медіа [171; 183; 209; 214; 215]. Так, британський науковець Б. Коллінз вважає, що медіаграмотність – це «такий аспект комунікації, який допомагає ідентифікувати, аналізувати й оцінювати різні типи медіа впродовж століть» [171]. Дослідник Л. Мастерман медіаграмотність поєднує «з розширенням можливостей окремих осіб і загалом із зміцненням демократичних структур суспільства» [189]. Він вказує на такі особливості медіа, як репрезентативність (ЗМІ не відображають світ, а відтворюють його) або символічність (медіа сприймаються як символічні знакові системи, що потребують декодування). «Оцінна концепція», що розроблена дослідником, «передбачає важливість формування у людей критичного мислення під час спілкування з інформаційним простором». На його думку, «медіаосвіта не нав'язує певні культурні чи політичні цінності, вона має на меті сприяти не просто критичному розуму, а критичній автономії» [189].

Американська дослідниця С. Вінні вважає, що за допомогою медіаграмотності людина може оцінювати та розуміти медіаповідомлення, робити найкращий вибір з того, що вона слухає, дивиться або читає [220]. На думку дослідниці, «медіаграмотність – це здатність застосовувати навички критичного мислення до повідомлень, знаків і символів, що передаються через засоби масової інформації» [220].

С. Вінні підкреслює, що сьогодні Інтернет та портативні технології, які дозволяють користуватися медіа будь-де та будь-коли, зумовлюють необхідність посиленої уваги до медіаграмотності. Її завдання – допомогти людям стати більш поінформованими, уважними споживачами медіа, краще розпізнати правдивість заяв ЗМІ, виявляти «фейкові новини» і приймати більш обґрунтовані рішення. «Знання медіаграмотності допомагає виявляти

неправдиву інформацію у соціальних мережах, загалом усвідомити вплив ЗМІ та обрати інструменти для пом'якшення цього впливу» [220].

Найчастіше вчені використовують те визначення медіаграмотності, яке запропонували учасники зустрічі в Аспені 1992 року: «Медіаграмотність – це здатність отримувати доступ, аналізувати, оцінювати та створювати медіа в різних формах» [191]. Сьогодні це визначення уточнено: «Медіаграмотність – це підхід до освіти XXI століття, що є основою для доступу, аналізу, оцінки, створення і роботи з повідомленнями в різноманітних формах – від друку до відео та Інтернету. Медіаграмотність формує розуміння ролі медіа в суспільстві, а також основні навички дослідження і самовираження, необхідні громадянам у демократичному суспільстві» [191].

Центр медіаграмотності США відстоює необхідність розширення можливостей медіаграмотності через освіту, розглядаючи медіаграмотність як освіту для життя в глобальному медіасвіті. Центр підкреслює, що принциповим щодо медіаграмотності є те, що вона є альтернативою цензурі, бойкоту або звинуваченню ЗМІ: «Медіаграмотність пов'язана зі свободою вираження поглядів і не пропагує партійних планів чи політичних поглядів. Її сила полягає в здатності надихати на незалежне мислення та сприяти критичному аналізу. Кінцева мета медіаосвіти – зробити можливим мудрий вибір» [176]. Своїм завданням Центр медіаграмотності визначає надання допомоги учням для того, щоб вони стали більш грамотними, критичними та компетентними в усіх формах медіа, могли правильно інтерпретувати те, що чують чи бачать.

Дж. Поттер вважає, що «медіаграмотні люди здатні отримати більше від конкретного повідомлення. Вони краще розуміються щодо процесів створення і селекції медіатекстів, глибше розуміють їх значення. За рахунок цього аудиторія, яка має більш високий рівень медіаграмотності, має і більш високий рівень розуміння, керування й оцінки медійного світу» [199].

Отже, уперше значення медіаосвіти окреслили зарубіжні вчені. Вони визначили важливість цієї освіти на національному рівні та потребу у

відповідних освітніх програмах, розробили загальні підходи й основні концепції щодо медіаграмотності. У своїх дослідженнях науковці дотримувались спільної думки щодо значення медіаграмотності, вважаючи, що воно зумовлено потребою належно відповідати на виклики щодо збільшення впливу інформації. Як альтернатива цензурі чи бойкоту медіаграмотність є передумовою становлення громадянина та загалом життя у сучасному демократичному суспільстві, яке надає перевагу вільному і виваженому рішенню громадян на основі оцінки різних пропозицій та альтернатив. В англomовних країнах, включаючи Австралію, Канаду і Великобританію, медіаграмотність стала загальнообов'язковою складовою навчальних програм.

В Україні медіаграмотність вивчають представники різних галузей знань. Зокрема Г. Головченко розкрив «філософсько-педагогічний аспект розвитку медіаосвіти у США та Канаді» [25], Г. Григоров визначив «філософські аспекти медіаосвіти з погляду освітніх стандартів» [30], І. Федорова та Ф. Жеребко дослідили «філософську рефлексію технологій медіаосвіти у вищій школі» [151].

Дослідження із соціології спрямовано на вивчення характеру медіаповедінки залежно від соціально-демографічних показників, комунікативних диспозицій та соціокомунікативних настанов особистості, її особистих орієнтацій, психологічного типу та вибору культурно-дозвіллевих практик. Наприклад, це дослідження Г. Дегтярьової (формування медіаграмотності: подолання стереотипів) [35], М. Коропатник (еволюція медіаосвітніх теорій у незалежній Україні: зміна пріоритетів) [77], О. Марків (роль медіаграмотності в професійному та особистому становленні людини інформаційної епохи) [89], О. Суської (самосвідомість як інструмент культури та медіаграмотності) [146].

Психологів цікавить медіаграмотність у контексті психічних особливостей людини. Зокрема О. Богомаз вивчає психолого-педагогічний аспект формування критичної медіаграмотності та медіакомпетентності в

майбутніх учителів суспільних предметів [12], М. Матвійчук – специфіку формування медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів у процесі фахової підготовки [91], Л. Найдьонова, О. Барішполець – соціально-психологічні характеристики медіакультури особистості [94]. У монографії [98] дослідники пропонують розвивати медіакомпетентність як інтегративну особистісну якість через формування конструктивного індивідуального стилю взаємодії з інтернет-дійсністю.

Серед медієвістів питанням медіаграмотності найбільше уваги приділили науковці В. Іванов [45], Б. Потятінік [121] і Г. Почепцов [122–125]. Зокрема, Б. Потятінік визначив нові підходи в сфері медіапедагогіки. Він вважає, що медіаосвіта має «допомогти особистості у формуванні психологічного захисту від маніпуляції чи експлуатації з боку мас-медіа і розвивати/прищеплювати інформаційну культуру» [121]; В. Іванов детально дослідив «історичні та сучасні тенденції розвитку науки про медіа, включаючи теоретичні концепції, моделі, проблеми інформаційного суспільства і глобалізації» [45]; Г. Почепцов вивчив та висвітлив «різні аспекти впливу медіа на особистість» [122–125]. На сьогодні існує багато досліджень таких масових комунікацій, як соціальні мережі. Зокрема, досліджується те, як вони впливають на життя окремої людини та суспільства загалом. Йдеться про дослідження І. Андрощук [2; 3], Е. Брукінг [139], О. Мороз [103], Б. Синчака [136], П. Сінгер [139] та ін.

Філологи звертають увагу на специфіку тексту в контексті медіаграмотності. Їхні дослідження стосуються складових медіатексту: типів адресатів (аудиторії); функціонально-жанрових особливостей текстів; каналу розповсюдження (Інтернет, телебачення, радіо); типологічних характеристик засобу масової інформації; типів тексту (вербальні, невербальні, вербально-невербальні); інституційного типу тексту (PR-текст, рекламний, журналістський) тощо. Про це йдеться у дослідженнях А. Єфіменко [43], О. Ішутіної [43], Н. Рули [134], Д. Сизонова [135], А. Шульженко [134] та ін. Учені вивчають психолінгвістичні особливості медіакомунікації, зокрема

екстра- та інтралінгвальні чинники медіатекстів, психологічні стратегії та тактики, що впливають на медіаграмотність сучасного реципієнта.

В Україні педагоги у своїй діяльності орієнтуються на положення «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні». У ній медіаграмотністю визначено «уміння ефективно взаємодіяти з медіапростором, правильно розуміти, оцінювати інформацію, аналізувати, передавати її іншим, дотримуючись медіакультурних цінностей, уподобань і стандартів» [75]. Зазначено, що медіаграмотність «забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіакультурних цінностей, смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства, мати активну громадянську позицію» [75].

Педагогічні дослідження спрямовано на вивчення методологічних і практичних аспектів медіаграмотності. Наприклад, у дослідженні Г. Волошко вивчаються «сучасні виклики інформаційного суспільства в аспекті формування медіаграмотності майбутніх педагогів» [22], А. Кухаренко вивчає «роль медіаосвіти у формуванні гуманістичних цінностей особистості» [81], В. Літостанський, В. Іванов, Т. Іванова і В. Мележик – «основні організаційно-методичні засади впровадження медіаосвіти та медіаграмотності в навчально-виховний процес навчальних закладів» [86; 99], І. Научук – розвиток медіаосвіти в Україні [106], Г. Нітченко і М. Ховрич – проблеми медіаграмотності молоді [107], Т. Устименко – медіасередовище закладу освіти як початкового етапу розвитку медіаграмотності [150]. Предметом уваги О. Мальцевої є «шляхи, форми та методи впровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес» [88], Н. Підмогильної і А. Дрозд – специфіка інтернет-проектів як ресурсу медіаосвіти [113], А. Сулім – «особливості формування критичного мислення як результату медіакритики та медіаосвіти» [145], І. Хижняк та О. Ішутіної – феномен медіаосвіти в професійно-педагогічному дискурсі [154].

Предметом наукових досліджень вітчизняних учених стала також історія становлення медіаграмотності в Україні. Це, наприклад, дослідження О. Беляк («Особливості розвитку медіаосвіти в Україні») [10], М. Дорош («Як розвивається медіаграмотність в Україні: вісім висновків зі щорічної конференції») [38], М. Коропатник («Медіаосвіта в Україні: історія і сьогодення») [77], О. Рекун («Медіаграмотність у системі вищої освіти») [132], О. Хомич («Особливості становлення медіаосвіти в Україні» [156]) та ін. Про зарубіжний досвід медіаграмотності йдеться у дослідженнях Г. Головченка [25], О. Ішутіної [56], М. Осюхіної [109], Н. Приходькіної [127].

Багато педагогічних досліджень присвячено вивченню шляхів формування медіаграмотності. Так, до прикладу, Т. Бешок вивчає «інноваційні технології формування медіаграмотності у майбутніх учителів початкових класів» [9], О. Бондаренко – технології медіаосвіти в сучасній школі [14], С. Вавіліна досліджує формування медіаграмотності в процесі навчання майбутніх журналістів англійської мови [17], В. Герман і Н. Громова пропонують шляхи формування медіаграмотності майбутнього вчителя в умовах професійної філологічної підготовки («Методика навчання української мови» і «Культура української мови») [24], Т. Гуменникова вивчає питання медіаграмотності в контексті військово-морського та комерційного флоту [31], В. Дьоміна – проблеми формування медіаграмотності майбутніх перекладачів [39], Г. Єрко досліджує формування у майбутніх учителів початкової школи медіаграмотності під час вивчення дисципліни «Соціологія» [42], О. Кравченко визначає «педагогічні умови формування медіаграмотності майбутніх вчителів у сучасних закладах вищої освіти» [78], Г. Марченко досліджує «критичне мислення як необхідний складник медіаосвіти майбутнього вчителя початкових класів» [90], І. Павленко та І. Курліщук – «формування медіаграмотності студентів в освітньому процесі вищого навчального закладу» [110], А. Пługіна – «теоретико-методичні засади підготовки майбутніх учителів початкових класів до формування медіаграмотності в учнів» [117], М. Скиба – особливості медіаграмотності

майбутніх соціальних педагогів [140], Л. Хмарна вивчає «методичні аспекти організації тренінгу з медіаграмотності для вчителів мистецтва» [155], О. Янишин – «формування медіаграмотності майбутніх перекладачів у процесі професійної підготовки у ВНЗ» [162].

Педагоги розглядають поняття медіаграмотності як складову медіакомпетентності (О. Лілік) [85, с. 106], як складник медіакультури (Л. Найдьонова, О. Барішполець) [94], загалом як результат медіаосвіти (Н. Лашук) [82]. Окремі визначення медіаграмотності подано в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Визначення медіаграмотності у педагогічних дослідженнях

№ з/п	Автори	Визначення медіаграмотності
1	ЮНЕСКО [190, с. 4]	Набір компетенцій, які дають громадянам можливість здійснювати пошук, оцінку й обмін інформацією і медіаконтентом у всіх форматах, використовуючи різні інструменти, у критичний, етичний та ефективний спосіб для особистого чи професійного життя і суспільної діяльності
2	Європейський парламент [192]	Критичне та вдумливе ставлення до медіа, ознака відповідальних громадян, здатних висловлювати власні судження на основі отриманої інформації, використовувати необхідну інформацію, аналізувати її, ідентифікувати економічні, політичні, соціальні та/або культурні інтереси, які з нею пов'язані, інтерпретувати і створювати повідомлення, вибирати найбільш відповідні для комунікації медіа
3	Центр медіаграмотності США [191]	Є основою для доступу, аналізу, оцінки, створення та роботи з повідомленнями в різноманітних формах – від друку до відео й Інтернету, формує розуміння ролі медіа в суспільстві, охоплює основні навички дослідження і самовираження, необхідні громадянам у демократичному суспільстві
4	Д. Бааке [165, с. 6]	Здатність активно засвоювати та використовувати всі види медіа в комунікаційному і дієвому репертуарі людей
5	С. Ауфенангер, Р. Шульц-Зандер, Д. Спанхел [164, с. 118–119]	Здатність орієнтуватися та діяти у світі, сформованому медіа, яка характеризується шістьма взаємозумовленими аспектами, зокрема соціальним, афективним, когнітивним, моральним та естетичним, а також аспектом дії
6	Б. Шорб [202, с. 258]	Індивідуальна та соціальна здатність людей діяти в поєднанні з цілеспрямованим опануванням і використанням медіа
7	Г. Тулодзєцький, Б. Герціг та С. Графе [149, с. 194]	Спроможність і готовність діяти, здатність адекватно та самостійно, а також творчо і соціально відповідально діяти в медійних контекстах
8	С. Vinney [220]	Здатність застосовувати навички критичного мислення до повідомлень, знаків і символів, що передаються через ЗМІ
9	В. Іванов, О. Волошенюк [45, с. 10]	Сукупність мотивів, знань, умінь, можливостей, що сприяють добиранню, використанню, критичному аналізу, оцінюванню, створенню та передачі медіатекстів різних форм, жанрів, а

Закінчення таблиці 1.1

№ з/п	Автори	Визначення медіаграмотності
		також аналізу складних процесів функціонування медіа в суспільстві
10	Л. Гаврілова, Л. Хмарна [23, с. 123]	Сукупність знань, установок, умінь і навичок, які дозволяють отримувати доступ до інформації та знань, аналізувати, оцінювати, використовувати, створювати і поширювати їх із максимальною продуктивністю відповідно до законодавчих та етичних норм і з дотриманням прав людини
11	Т. Разводова [130, с. 357]	Сукупність засобів і технологій, які сприяють розвитку компетенцій щодо взаємодії з інформаційним простором, формуванню базових умінь із розвитку критичного мислення й аналізу медіаінформації
12	Ю. Руденко, Н. Дегтярьова, С. Петренко, В. Горохова [133, с. 57]	Комплекс знань, що дозволяють розуміти, аналізувати, критично оцінювати медіа, і сформовані вміння та навички протистояння її деструктивним впливам

Отже, як свідчить дослідження, учені дотримуються спільної думки про те, що медіаграмотність є важливим комплексом знань і навичок, які необхідні людині в сучасному інформаційному суспільстві. Вона розглядається як здатність оцінювати, аналізувати та використовувати різні форми медіаповідомлень. Це поняття науковці пов'язують з умінням виражати себе, критично тлумачити інформацію, спілкуватися за допомогою медіазасобів і користуватися цифровими технологіями. Разом із поняттям медіаграмотності часто вживають також терміни «інформаційна грамотність», «візуальна грамотність», «критичне бачення».

Окрім цього важливого значення представники різних галузей наукового знання надають питанню про залежність медіаграмотності від ідеології та її важливість у контексті впливу інформації на поведінку людини. Визначальними в цій сфері є праці Х. Аренд. Дослідниця веде мову про вразливість фактичної правди, яку неможливо усунути остаточно, через що сучасним демократіям доводиться жити з цією вродженою слабкістю. На думку Х. Аренд, ще найбільшу небезпеку становить те, що перебуває за межами звичайної політичної практики, – «організована брехня». Дослідниця вважає, що йдеться не лише про заміну правди неправдою, але й про

спотворення інформаційного простору непотребом. Х. Аренд вважає дезінформацію з боку влади передумовою тоталітаризму: «перед тим, як тоталітарні рухи захоплюють владу й облаштовують світ відповідно до своїх доктрин, вони створюють цілий брехливий світ без суперечностей, що більше відповідає потребам людського розуму, ніж сама дійсність» [4, с. 402].

У наш час дослідниця С. Бойко вважає, що медіаграмотність є основою інформаційно-психологічної безпеки особистості [13]. У праці О. Черниш розкрито «роль засобів масової інформації у формуванні медіаграмотності особистості в контексті інформаційної війни» [157]. Учена В. Бурдяк охарактеризувала політико-психологічний компонент медіаграмотності у контексті маніпулювання ЗМІ суспільною свідомістю. Вона розглянула маніпулятивні прийоми впливу на аудиторію з використанням конкретних лінгвістичних засобів для прихованого психологічного впливу [16]. Ю. Руденко, Н. Дегтярьова, С. Петренко та В. Горохова зазначають, що інформаційна агресія є потужним компонентом воєнного протистояння, оскільки дає можливість значно збільшити ефективність або повністю підпорядкувати всі життєві сфери [133, с. 57].

Науковці О. Ванюшина, Н. Полова й О. Стаднік вивчають соціологічний аспект проблеми медіаграмотності при споживанні інформації в умовах війни. Вони зазначають, що «якщо у минулому інформація мала суто інформаційний характер, то на сьогодні вона набула рис незалежної інформаційної зброї... Перевага інформаційної зброї над традиційною... полягає саме в тому, що вона має широкий вибір різновидів та масштабів завдання шкоди об'єкту ураження» [142, с. 75]. Медіаграмотність надає можливість суспільству розширити свої вміння та знання, зокрема аналізувати і критично сприймати інформацію, дізнаватися джерело тексту та прихований контекст, інтерпретувати інформаційні повідомлення [142, с. 76].

У цьому контексті розглядають значення медіаграмотності і представники військової педагогіки [48; 49; 114–116; 119; 159]. Зокрема, науковці О. Ільченко і П. Ткач здійснили дослідження специфіки формування

медіаграмотності у майбутніх офіцерів Національної гвардії України. У результаті дослідження вони запропонували в курс лідерства для майбутніх офіцерів Національної гвардії інтегрувати елементи медіаграмотності. На їхню думку, «сьогодні успішне виконання професійних обов'язків залежить також від здатності військового лідера вибудувати ефективну взаємодію з громадянським суспільством у медіапросторі. Це зумовлено тим, що офіцер несе відповідальність за інформацію, яку він надає іншим, оскільки ця інформація може вплинути на весь сектор безпеки, на взаємодію з цивільним населенням і на виконання службово-бойових завдань» [49, с. 96].

Учений С. Ізбаш у своєму дослідженні доводить важливість формування у майбутніх офіцерів Національної гвардії здатності перевіряти інформацію для прийняття зважених рішень, що необхідно для протистояння негативному інформаційному впливу медіа, розрізнення повідомлень деструктивного характеру, які завдають шкоди як окремій особистості, так і державі загалом [48, с. 40].

Дослідниця С. Шумовецька визначає пропаганду як специфічну комунікативну технологію, яка може змінити поведінку аудиторії. У своєму дослідженні вчена доводить важливість вивчення її сутності й окреслює «необхідність вивчення офіцерами-прикордонниками механізмів і закономірностей інформаційно-психологічних впливів, основних засобів протидії ворожій пропаганді, формування в них умінь належним чином орієнтуватися в інформаційних потоках, відрізняти потрібну інформацію від непотрібної, достовірну від недостовірної, перевірену від неперевіреної, маніпулятивні чи пропагандистські інформаційні вкиди у медіа» [159].

Щодо представників Військово-Морських Сил Збройних Сил України, то ці питання досліджують І. Підпригора й І. Попроцький. Наприклад, науковець І. Попроцький визначив «сучасні проблеми і шляхи забезпечення міждисциплінарних зв'язків у системі професійної підготовки майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України» [119]. Науковець І. Підпригора, аналізуючи організацію інформаційної роботи у військових

частинах флоту, з'ясував умови і чинники впливу на організацію інформаційно-пропагандистського забезпечення Військово-Морських Сил Збройних Сил України. Також у своїх дослідженнях науковець дослідив розвиток нормативно-правової бази такого забезпечення в 1992–2014 роках [114–116].

Отже, питання медіаграмотності досліджували представники різних галузей наукового знання: філософи (Г. Григоров [30], Ф. Жеребко [151], І. Федорова [151]); соціологи (М. Коропатник [77], О. Марків [89], О. Суська [146]); психологи (О. Барішполець [94], О. Богомаз [12], П. Вінтерхофф-Шпурк [19], О. Вознесенська [98], О. Голубєва [98]); медієвісти (В. Іванов [45], Б. Потятінік [121], Г. Почепцов [122–125]); зарубіжні (С. Вінні [220], Т. Джоллс [182; 183; 214], Л. Мастерман [189], Дж. Поттер [199], К. Тайнер [217], Е. Томан [213; 214], К.-Г. Флах [153]) і вітчизняні (Г. Волошко [22], О. Мальцева [88], Т. Устименко [150], Л. Хмарна [23; 155], О. Янишин [162] та ін.) педагоги. Поняття медіаграмотності дослідники визначають як здатність створювати, аналізувати й інтерпретувати медіатексти, а також як результат вивчення медіа і медіаосвіти. У контексті інформаційно-психологічної безпеки питання медіаграмотності розглядають Н. Бідюк [28], С. Бойко [13], В. Бурдяк [16], О. Гомонюк [28], В. Горохова [133], Т. Гуменникова [32], Н. Дегтярьова [133], С. Петренко [133], Ю. Руденко [133], О. Стаднік [142], О. Стрільчук [144], В. Третько [148]. Представники військової педагогіки О. Діденко [37], С. Ізбаш [48], О. Ільченко [49], Л. Компанцева [73], П. Ткач [49], С. Шумовецька [37; 159] визначили необхідність формування у майбутніх офіцерів – представників сектору безпеки та оборони здатності протистояти інформаційно-психологічним впливам.

Отже, потребує вирішення питання щодо формування та розвитку в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України складових медіаграмотності, які визначають уміння критично мислити, розпізнавати фейки і пропаганду, свідомо споживати медіапродукти,

протистояти маніпулятивним впливам, знаходити та використовувати потрібну інформацію тощо.

1.2 Зарубіжний досвід формування і розвитку медіаграмотності у військовослужбовців збройних сил

Ідея про необхідність медіаграмотності військовослужбовців збройних сил США набула актуальності в 1960-х роках, частково через побоювання, що американські війська, які воюють за кордоном, можуть бути сприйнятливими до психологічного впливу ворога. Предметом посиленої уваги проблема протидії ворожому інформаційному впливу стала з 10-х років ХХІ століття, коли суттєво зросло значення новітніх інформаційних технологій.

Зокрема, дослідниця К. Робінсон звертає увагу на небезпеку сфабрикованих новин у сфабрикованому світі. Вона зазначає, що у Сполучених Штатах Америки приблизно дві третини дорослих кажуть, що отримують новини з платформ соціальних мереж. Однак останніми роками виявилася і темна сторона значної частини інформації цих платформ. Новини та інформація з нетрадиційних джерел стають більш доступними, але багато споживачів виявляються нездатними відрізнити правдиві новини від тих новин, які створені, щоб скерувати думки людей у певному напрямку [201].

Учені порівнюють різні загрози національній безпеці, розглядаючи в цьому контексті й інформаційну безпеку. Зокрема, Д. Корнеліуссен вважає, що ворожий вплив може бути не в останню чергу пов'язаний і з дезінформацією. Серед найпоширеніших загроз для армії США, зазначає дослідник, треба назвати все: від кібератак та російських гіперзвукових ракет до зростаючого ядерного арсеналу і можливостей Китаю. На відміну від високотехнологічних загроз використання супротивником соціальних мереж та інших онлайн-платформ для поширення дезінформації може зруйнувати армію зсередини. Д. Корнеліуссен зазначає, що часто це можуть бути реальні, делікатні теми,

сенсаційні чи фейкові новини. Мета їх використання полягає в тому, щоб спричинити конфлікт і налаштувати американців один проти одного. Автор підкреслює, що хоча використання іноземними державами дезінформації проти США не є новим, її руйнівна сила різко зросла через поширене використання соціальних медіа та онлайн-джерел новин. Йдеться, насамперед, про чутливі політичні питання, які можуть спричинити невдоволення та недовіру серед населення [172].

На думку вченого, екстремістські ідеї, які поширюються за допомогою дезінформації, становлять серйозну загрозу як для кожного військовослужбовця, так і для суспільства загалом. Щоб боротися з цією загрозою, важливо підвищити рівень знань з медіаграмотності, адже вона допомагає вчити читати та відрізняти справжні новини від фейкових. За її допомогою військових можна навчити бути критичними споживачами новин, розрізняти дезінформацію і бути стійкими до її впливу. Д. Корнеліуссен робить висновок: щоб захистити військових від супротивника, треба захистити їх в Інтернеті, щоб не дати можливості супротивнику розділити нас [172].

Учений К. Соннер зазначає, що військовослужбовці повинні вміти не лише давати збройну відсіч, але й реагувати на дезінформацію. Дезінформація, на відміну від більш традиційних загроз, спрямованих на військових, може виявитися тоді, коли військовий перевіряє свій айфон. Протидія дезінформації вимагає розуміння її природи, адже дезінформація поширюється на багатьох платформах: WhatsApp, Instagram, LinkedIn, Facebook, Telegram, Pinterest, TikTok, Twitter, Parler. Занепокоєння щодо того, що військовослужбовці побачать і поділяться чимось, що ненавмисно поширює наративи, які покликані посягти розбрат, підриваючи національну безпеку, є причиною того, що боротьба з неправдивою інформацією та дезінформацією в армії є настільки критичною. Саме через розмір і масштаби загрози, яку становить дезінформація, потрібно передбачити більший захист, починаючи із захисту потенційних цілей. Американські експерти з протидії дезінформації звертають увагу на важливість навчання військовослужбовців медіаграмотності. Вони

переконані, що попередження про загрози допомагає людям розпізнавати та відкидати маніпулятивну інформацію [208].

Дж. Кемпбелл і Дж. Мартін також вважають, що військові потребують навчання медіаграмотності. Це, на думку представників берегової охорони США, зумовлено тим, що в епоху технологій і соціальних медіа військовослужбовцям потрібні інструменти для належної оцінки інформації. Учені зазначають, що під час виведення військ США з Афганістану медіа повідомили низку «пекучих» історій, які зрештою виявилися неправдивими. Багато з них, як-от повідомлення про вбивство журналіста CNN, який не був реальною особою, було розвінчано впродовж 48 годин. Навіть головні ЗМІ були винними – багато з них опублікували інформацію, в якій стверджувалося, що Талібан успадкував 83 мільярди доларів США. Автори вважають, що хоча операція в Афганістані була джерелом багатьох самоаналізів, залишився один важливий і мало обговорюваний чинник, який ця операція оголила – медіаграмотність [168].

На думку Р. Гоббс, медіаграмотність культивує повагу до відмінностей у мультиперспективному мисленні та повагу до складності. Принципи медіаграмотності, вважає вчена, треба впроваджувати в усі навчальні програми, а не виокремлювати в один курс чи захід. За її словами, Корпусу морської піхоти може бути складніше сприйняти медіаграмотність як перспективу: розвивати культуру прозорості, де члени мають певну свободу ділитися своїми поглядами. Незважаючи на труднощі, медіаграмотність може сприяти більшій бойовій ефективності. Медіаграмотні морські піхотинці будуть краще орієнтуватися щодо того, які емоції викликають медіаповідомлення, які методи критичного мислення потрібно використати для їх оцінки [203].

Е. Шанер, старший стратег з інформації та політики Корпусу морської піхоти США, зазначає, що «надзвичайно важливо, щоб наші морські піхотинці мали навички користування соціальними мережами та розрізняли правду від вигадки» [203].

Науковці П. Сінгер та Е. Джонсон звертають увагу на необхідність щеплення військовослужбовців від інформаційних загроз. Дослідники наводять переконливі доводи щодо необхідності навчання військовослужбовців цифрової грамотності. На їхню думку, зброя соціальних мереж впливає не лише на вибір людей, що читати і в що вірити, але й також на те, як діяти.

Ця новітня інформаційна зброя становить небезпеку і в політиці, оскільки деколи допомагає силам тероризму й екстремізму замість того, щоб бути інструментом життєздатності нашої демократії. На думку вчених, це виклик не лише американській армії, але й національній безпеці. Щодня мільйони військовослужбовців усіх рангів користуються соціальними мережами. Роблячи це, вони регулярно стають мішенню та беруть участь у вірусному поширенні неправдивої інформації в Інтернеті. Інформаційний вплив на них впливає на оперативну безпеку, репутацію збройних сил і навіть на фізичне здоров'я військовослужбовців. Саме тому ключовим політичним пунктом у цьому порядку денному має бути підвищення цифрової грамотності [207].

П. Сінгер та Е. Джонсон доводять, що інформація у військовому плані може діяти як біологічна зброя. Так само як і вірус, вона може інфікувати господаря і поширюватися, завдаючи шкоди йому і використовуючи його для свого поширення. Зловмисна інформація діє одночасно на рівні особи та мережі, тому їй слід протистояти на обох рівнях. Через зміну думок і переконань «вірусне поширення інформації може призвести до дій у реальному світі, які можуть швидко масштабуватися. Через це інформація стала ключовою зброєю в арсеналі всіх: від терористичних груп та іноземних шпигунських агентств до політика і знаменитостей» [207].

Зазначені вище дослідники роблять висновок, що поширення дезінформації та навмисні кампанії з дезінформації становлять загрозу військовослужбовцям, цивільним особам Міністерства оборони, їхнім родинам і, як наслідок, національній безпеці. Цифрова грамотність є

необхідною здатністю, якою повинні володіти військовослужбовці у XXI столітті. Упоратися з тим, що було сказано або зроблено в соціальних мережах, чого не слід було говорити або робити в соціальних мережах – це тепер регулярне завдання і на рівні командування підрозділу, і на найвищому рівні Міністерства оборони. П. Сінгер та Е. Джонсон переконані, якщо збройні сили США хочуть захищатися від нових онлайн-загроз, а також ефективніше керувати та спілкуватися в цьому новому бойовому просторі, вони повинні заповнити цю ключову відсутню частину своєї підготовки [207].

Автори також підкреслюють, що навчання медіаграмотності не є вартісним або складним завданням, оскільки вже є багато доступних ресурсів, багато з них – безкоштовні та з відкритим кодом. Таке навчання не потребує зміни організаційних схем, нового законодавства чи великих бюджетів за новими статтями. Насправді це – засіб непрямой економії коштів подібно до того, як передбачено навчати солдатів усього: від найкращих практик кібербезпеки до того, як правильно виконувати вправи, щоб зменшити кількість і серйозність витоків даних [207].

Загалом більшість експертів вважає, що Міністерству оборони США не вистачає комплексної стратегії боротьби з неправдою та дезінформацією. Воно мало уваги приділяє розвитку в персоналу здатності розрізняти дезінформацію, хоча у військово-повітряних силах додали цифрову грамотність як основну компетенцію для всіх авіаторів. Льотчики можуть здійснити самооцінку своїх навичок цифрової грамотності. Об'єднаний комітет начальників штабів також пропонує додатковий курс «Усвідомлення впливу», який розглядає загрози в інформаційному просторі, але не конкретизує інструменти, необхідні для їх вирішення [208].

У збройних силах США загалом та військово-морських силах зокрема традиційною вже стала посилена увага до кібербезпеки. Наприклад, Служба карного розшуку ВМС США (Naval Criminal Investigative Service) одним із своїх завдань вважає збереження безпеки для персоналу Департаменту Військово-морського флоту та їхніх сімей [196]. Служба карного розшуку

ВМС є федеральним правоохоронним органом у складі Департаменту військово-морських сил, що відповідає за розслідування тяжких злочинів, запобігання тероризму та захист секретів для ВМС і Корпусу морської піхоти.

Підрозділ з кібербезпеки Служби карного розшуку ВМС США (NCIS Cyber) звертає увагу на загрози з усього спектру іноземних розвідок, терористів і злочинців, проводячи операції та розслідування в кіберпросторі, щоб захистити і зберегти перевагу бійців ВМС і Корпусу морської піхоти. Ця служба працює приблизно в 191 місці в понад 40 країнах. Вона часто є першим федеральним правоохоронним органом на місці події, захищаючи інтереси США за кордоном. На додаток до служби в головних військово-морських командуваннях по всьому світу спеціальні агенти працюють на борту всіх авіаносців ВМС і в десантних оперативних групах. Агенти служби регулярно проводять перевірки до того, як кораблі ВМС США відвідають порти, що не належать ВМС, співпрацюючи з вітчизняними та іноземними колегами для виявлення та пом'якшення безпекових загроз. Служба також проводить захисні операції для високопоставлених військово-морських чиновників і високопоставлених гостей [195].

Злочинці щодня намагаються проникнути в онлайн-мережі, якими користуються моряки, морські піхотинці та військово-морський персонал, за допомогою хаків і зловмисного коду або переглядають сайти соціальних мереж у пошуках особистої інформації для використання. Навіть злочинці, які скоюють злочини не в Інтернеті, залишають на своїх мобільних телефонах, комп'ютерах і планшетах важливу доказову інформацію. Їм протидіють спеціальні агенти – фахівці з інформатики, комп'ютерні спеціалісти, спеціалісти з розвідки та підрядники. Вони використовують можливості підрозділу з кібербезпеки для придушення, стримування і пом'якшення кримінальних, терористичних та іноземних розвідувальних загроз шляхом:

- проведення повного спектру слідчих та оперативних заходів у кіберсфері;

- координації дій з правоохоронними і розвідувальними органами в США та за кордоном;
- проведення криміналістики електронних медіа;
- відстеження розвитку і тенденцій щодо зловмисного програмного забезпечення, фішингу та інших комп'ютерних вторгнень;
- протидії кібератакам, спрямованим на викрадання даних [195].

У Корпусі морської піхоти США все більше враховують необхідність протистояти загрозам, пов'язаним із пропагандою, неточною інформацією та цифровими кампаніями впливу, які проводять такі держави, як Китай чи Росія. Для цього керівництво все більше наголошує на медіаграмотності серед військовослужбовців і підкреслює цінність інформації, яку можна перевірити, у повсякденній діяльності та плануванні [204]. Зокрема, генерал-лейтенант Корпусу морської піхоти США М. Главі, заступник коменданта з питань інформації, зазначає: «Ми були самовдоволені, просто припускаючи, що інформація є схожою на повітря, яким ми дихаємо, і не має жодних наслідків через її неправильне використання. Історія, поточні події засвідчують, що такий підхід не працює ні в середньостроковій, ні в довгостроковій перспективі» [173].

У Корпусі морської піхоти США вважають, що інформаційне середовище є взаємопов'язаним, змагальним простором, де військові переваги можна отримати або втратити, а інформацію можна використати, щоб обдурити, відволікти чи заперечити. Як зазначає старший аналітик з інформаційної стратегії та політики Корпусу морської піхоти Е. Шанер, «тепер ми знаємо, що завдяки гіперзв'язку та глобальному охопленню супротивники можуть проникнути в зону операцій командира та вплинути на ці операції за допомогою пропаганди чи дезінформації через соціальні медіа». Він підкреслює, що «обізнаність про бойовий простір в інформаційному середовищі має вирішальне значення. Якщо ми думаємо про те, як ми будемо застосовувати загальновійськову зброю XXI століття, інтегрований вогонь, маневр та управління, то інформація є не менш важливою» [173].

Схожої думки дотримується також генерал Д. Бергер, комендант Корпусу морської піхоти: «Інформація є ключовою для отримання переваги в усіх сферах як під час кінетичних дій на полі бою, так і під час повсякденних операцій. Це особливо важливо, коли нашим морським піхотинцям потрібно відчувати та розуміти оперативне середовище для підтримки об'єднаних сил або використовувати можливості і вживати заходів проти наших противників» [173].

За словами головного кіберрадника ВМС США К. Клірі, військовослужбовці американських військ повинні покращити свої навички медіаграмотності, оскільки поширюються і пропаганда, і джерела сумнівної інформації. Кіберрадикал вважає, що вони повинні вміти відрізнити факти від вигадки, брехливі повідомлення від правдивих, підкреслюючи, що через інформацію можна вплинути на процес прийняття рішення противником, схиливши його до вигідного супротивній стороні рішення. Сьогодні, у надзвичайно динамічній ситуації, коли технології швидко змінюються, екстремістські групи використовують соціальні медіа чи підтримують фальшиві ЗМІ, щоб поширювати зловмисну інформацію. Представники військово-морського флоту є основною мішенню для впливу й обману. Моряки та морські піхотинці так само сприйнятливі до дезінформації, як й інші люди. Саме тому, підкреслює К. Клірі, морякам потрібні навички боротьби з пропагандою [174].

Найновішу філософію та межі для інформації щодо бойових застосувань окреслено у Доктринальній публікації Корпусу морської піхоти (Marine Corps Doctrinal Publication 8) [187]. У цьому документі описано тактику, методи і процедури Корпусу з урахуванням сучасних цифрових підступів чи дезінформації, які можуть впливати на перебіг збройного конфлікту. Значну увагу приділено тому, як можна відфільтрувати й ефективно використовувати потоки інформації. Доктринальна публікація подає своєрідне бачення військово-морським флотом переваг у кіберпросторі, визначає цінності, які служба використовує для майбутніх кіберінвестицій і

покращення своєї віртуальної позиції, включно з тим, що у ВМС описують як здатність «боротися з шкодою» [174].

Цей документ враховує дії екстремістських сил «всесвітньої технологічної та соціальної вразливості», що мають на меті дестабілізувати американські «системи, мережі та партнерства, тим самим підриваючи нашу довіру один до одного і наші інститути». У документі зазначено, що Російська Федерація через фейкові новини безпосередньо втрутилася в президентські вибори в США 2016 року, тому є побоювання щодо повторного втручання під час наступних виборів [173].

У Доктринальній публікації Корпусу морської піхоти шість разів вжито термін «медіаграмотність». Документ визначає нагальну необхідність навчання медіаграмотності рядового складу. Автори документа зазначають, що необхідна потужна підготовка як для збереження стійкості сил, так і для запобігання атакам ворога, заснованим на дезінформації. Документ підкреслює значення медіаграмотності, особливо щодо протидії пропаганді в соціальних і цифрових медіа. Серед небезпек названо створення підроблених облікових записів користувачів і сторінок знаменитостей для поширення публікацій, які пропагують насильство та неправдиві попередження про загрозу нападів.

«Жодна людина не може повністю знати або розуміти широту доступної інформації, яка посилює когнітивні упередження та припущення, – йдеться в документі, – однак медіаграмотність прищеплює необхідний рівень критичного мислення у повсякденній взаємодії з цифровими та традиційними новинними й інформаційними середовищами. Ефективне навчання в цій сфері зменшує вразливість морських піхотинців до зловмисного впливу і підтримує стійкість сил завдяки єдності зусиль» [203].

У Доктринальній публікації Корпусу морської піхоти враховано також уроки російсько-української інформаційної війни. У документі визначено, що Корпус морської піхоти повинен ставитися до інформації як до основної функції війни. Документ визначає, що «для морських піхотинців основний

висновок полягає в тому, що вкрай важливо володіти «переважаючим наративом», тому «командири повинні навчити своїх морських піхотинців поводитися так, щоб сприяти поширенню достовірної інформації про їхнє командування та місію, максимально ускладнюючи супротивникам можливість спотворювати картину світу чи захоплювати ініціативу. Командири також повинні визначити пріоритет використання офіційної командної інформації через різні засоби масової інформації для підтримки операцій Корпусу морської піхоти та вищого командування» [187].

Загалом у Доктринальній публікації Корпусу морської піхоти ключовою є думка, що підрозділи ризикують стати менш стійкими, коли підпадають під вплив неправдивої інформації. Однак питання, як Корпус планує проводити навчання з медіаграмотності, хто його проходитиме та що воно охоплюватиме, залишаються відкритими. На сьогодні відділ комунікаційної стратегії та операцій морської піхоти, який займається зв'язками з громадськістю та залученням ЗМІ, лише розробляє тренінг з медіаграмотності. Також передбачено впровадити навчальну програму чи модуль. По суті, на сьогодні ще немає формалізованої програми навчання медіаграмотності. Міністерство оборони планує забезпечити щорічне навчання військ і цивільних осіб, щоб зробити їх стійкими до дезінформації та зовнішнього впливу. У Законі про дозвіл на національну оборону на 2023 фінансовий рік передбачено щорічне навчання з кіберобізнаності, включно з модулем цифрової грамотності щодо «цифрового громадянства, медіаграмотності та захисту від кіберзагроз». Законопроект визначає медіаграмотність як здатність:

- знаходити актуальну та точну інформацію через ЗМІ в різних формах;
- критично аналізувати медіаконтент і вплив різних форм медіа;
- оцінювати вичерпність, актуальність, достовірність, авторитетність і точність інформації;
- приймати обґрунтовані рішення на основі інформації, отриманої з медіа та цифрових джерел;

– керувати різними формами технологій і цифровими інструментами [203].

У цьому контексті важливо зазначити, що цифрова грамотність – це *не* контроль за поведінкою чи цензура ідей, а радше надання навичок. П. Сінгер та Е. Джонсон спростовують побоювання щодо того, що це може перетворити інституцію на «державу-няню», яка говорить солдатам, що думати, або навіть порушує їхні права згідно з Першою поправкою. Навчання медіаграмотності має допомогти військовослужбовцям краще орієнтуватися в цифровому світі, оскільки основна увага зосереджена на «навчанні учасників думати, не диктуючи, що думати». Метою такої військової підготовки є надання військовослужбовцям можливості краще усвідомити дійсність, у якій вони перебувають, а також розвинути навички критичного мислення для більш ефективної та безпечної роботи [207].

Згідно з керівними документами, які регламентують діяльність армії США, військовослужбовцям «заборонено зневажливо висловлюватися про політичне керівництво. Хоча говорити про політику можна, якщо робити це як приватна особа, а не військовослужбовець» [111]. Принциповим тут є положення про те, як зазначає Г. Грант, що «якщо в них немає своєї точки зору – вони не будуть хорошими солдатами. Це дуже важливо. Раби або слуги не стануть хорошими солдатами. Заборона говорити руйнує армію. Коли ти забороняєш людині мати свою думку, то вона не скаже, що танки зламані, що електроніка не працює, вона більше не скаже нічого, якщо її карати за сказане. Говори, але роби це обдумано, розважливо. Якщо не можеш, то може не варто бути військовим, а варто бути політиком» [111]. Щодо соцмереж в армії США діє принцип «Думай, друкуй, публікуй» [219]. Головне при цьому, щоб усе сказане або написане узгоджувалося з цінностями армії. Зокрема, у Військово-морському флоті США створюють умови для вільного обміну думок. До прикладу, Військово-морський інститут США, заснований у 1873 році, позиціонує себе як незалежний форум для тих, хто наважується читати,

думати, говорити та писати, щоб просувати професійне, літературне і наукове розуміння морської сили та інших питань, критичних для глобальної безпеки.

Військово-морський інститут своєю життєвою місією вважає незалежний форум морських служб – місце, де можуть процвітати вільні і незалежні дебати. Він є некомерційною членською асоціацією, що об'єднує спільноту осіб, які беруть участь у відкритому форумі з ключових питань морських служб. Інститут видає щомісячний журнал «Proceedings» та Журнал військово-морської історії, який виходить раз на два місяці. Інститут має службу щоденних новин USNI News, блоги, інформаційні бюлетені і мобільні програми. В Інституті діють програми спілкування та професійного розвитку через конференції і заходи [218].

У Національному університеті Коледжу ВМС США, де місячні заняття розроблено спеціально для військових усіх відділень, щоб вони могли відвідувати заняття, не відриваючись від своїх обов'язків, передбачено окремий курс з медіаграмотності. Цей курс навчає вмінню отримувати доступ, аналізувати й оцінювати інформацію, отриману із ЗМІ, досліджує стратегії медіаповідомлень, вплив споживання медіа, а також упередженості та економічних сил на медіаконтент. У курсі передбачено також вивчення питань щодо формування сенсів, побудови вербальних і візуальних риторичних структур чи ефектів конвергенції медіа.

Під час вивчення курсу військовослужбовці вчать:

- розрізняти різні медіа, їх ролі, цільову аудиторію та вплив на зміст і сприйняття;
- визначати, які засоби масової інформації найкраще відповідають їхнім потребам, включаючи особисті та суспільні цілі;
- визначати етичні практики і політику, що стосуються ЗМІ в демократичній країні;
- пояснювати важливість медіаграмотності;
- визначати позитивні сторони та недоліки інтернет-медіа;
- визначати ознаки упередженості в повідомленнях ЗМІ;

- інтерпретувати медіапродукти як ідеологію і цінності;
- створювати окремі медіатексти (лист до редакції або онлайн-коментар до радіо- чи телепрограми);
- створювати цифровий мультимедійний наратив, який відповідає конкретній меті та доносить певне повідомлення до цільової аудиторії [188].

Проблему розвитку медіаграмотності враховує також Програмна платформа зі стратегічних комунікацій НАТО. Ця організація адаптується до зростаючих непередбачуваних загроз, пов'язаних із новими технологіями, штучним інтелектом та онлайн-війнами. Навчання медіаграмотності тут вважають важливою основою стійкості і надання громадянам можливості приймати самостійні рішення, які підтримують свободу. За підтримки НАТО Центр медіаграмотності США (Center for Media Literacy) [169] пропонує серію вебінарів із шести частин. Їх авторами є високопоставлені представники НАТО та провідні дослідники і практики медіаграмотності, що пропонують теми для обговорення, навчання та налагодження мостів для позитивних змін. Серії вебінарів доступні для безкоштовної трансляції на YouTube.

Президентка Центру медіаграмотності Т. Дзоллс зазначає, що «мета цієї серії вебінарів виходить за межі простого визначення проблем, з якими ми стикаємося в новій інформаційній екосистемі. Ці вебінари необхідні для створення зв'язків із найкращими мислителями, щоб навчати один одного та знаходити рішення. Передбачено, що вебінари дають можливість сформулювати унікальний погляд на медіаграмотність, створити і підтримати більш безпечні та вільні суспільства» [210].

Один із циклів вебінарів під назвою «Стійкість через медіаграмотність» розглядає навчання медіаграмотності як стратегію захисту. Кожен із шести вебінарів присвячений одній із найактуальніших тем сучасності:

1. Пропаганда: роль медіаграмотності в стійкості.
2. Новинна грамотність: розширення можливостей громадян світу в нову інформаційну еру.

3. Психічне здоров'я та соціальні медіа: стратегії оздоровлення від шкільної кімнати до збройних сил.

4. Пандемії: здоров'я, надія й обмани.

5. Системи освіти та медіаграмотність: формування базових навичок для демократій зараз і в майбутньому.

6. Делегації НАТО та медіаграмотність в урядах: прокладаємо шлях до більш стійких громадян світу [210].

Окрім того військовослужбовці збройних сил США загалом і персонал Корпусу морської піхоти може самостійно покращити свої навички медіаграмотності, скориставшись послугами низки платформ. Насамперед, йдеться про «War on the Rocks» – платформу для аналізу та дебатів щодо стратегії, оборони та зовнішніх справ [221]. Ця платформа містить статті та подкасти, написані низкою авторів із глибоким досвідом у цих питаннях: це першокласні вчені, які вивчають війну, ті, хто служив або працював у зонах бойових дій, хто має досвід протидії негативним інформаційним впливам.

Серед інших важливих ресурсів медіа та інформаційної грамотності важливо вказати на такі: онлайн-курс «Як боротися з дезінформацією в Інтернеті» («United Nations Verified і wikiHow»), вебінар «Інформаційні інструменти влади в гібридних кампаніях і роль дезінформації та фейкових новин» («Information tools of power in hybrid campaigns and the role of disinformation and fake news»), EU vs Disinfo тощо.

Отже, у збройних силах США загалом і військово-морських силах зокрема прискіпливу увагу до медіаграмотності почали звертати порівняно недавно, з початку XXI століття, після активного поширення соціальних мереж. Аналітики збройних сил США та Корпусу морської піхоти одностайні щодо того, що поширення дезінформації та навмисні кампанії з дезінформації становлять загрозу військовослужбовцям, цивільним особам, їхнім родинам і, як наслідок, національній безпеці країни. Для розвитку в персоналу Департаменту Військово-морського флоту навичок медіаграмотності та стійкості щодо загроз у цифровому світі використовують різні практики: від

відповідних інструктажів щодо вимог кібербезпеки до перегляду вебінарів і проходження курсів медіаграмотності. Різні практики підвищення навичок медіаграмотності враховують те, що забезпечити інформаційний самозахист військовослужбовців можна через розвиток у них умінь аналізувати, перевіряти інформаційні потоки, визначати ознаки упередженості в повідомленнях ЗМІ, інтерпретувати медіапродукти як ідеологію та цінності.

1.3 Сутність, структура і зміст медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України

Відповідно до завдань на цьому етапі дослідження передбачено визначити сутність, структуру і зміст медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України. Для цього важливе значення має врахування поглядів учених на сутність і структуру медіаграмотності.

Зокрема, у документі Ради Європи «Регуляторні органи для електронних ЗМІ та медіаграмотності: порівняльний аналіз кращої європейської практики» визначено, що медіаграмотність є досить складною за своєю структурою. «Це складна конструкція, яка містить багато різних ідей і потоків думок; це динамічний феномен, процес комунікативної взаємодії між різними агентами в середовищі, що швидко розвивається і змінюється» [216, с. 21]. У 2009 році група експертів під керівництвом незалежної організації «Європейська асоціація глядацьких інтересів» здійснила дослідження критеріїв оцінки рівня медіаграмотності, тобто комплексний аналіз елементів медіаграмотності та способів оцінки її рівня, а також провела опитування з цього питання в державах-членах. На основі цього опитування визначено два фундаментальних виміри медіаграмотності – індивідуальні компетенції та чинники середовища. Крім того, дослідження підтвердило значення таких складових медіаграмотності, як критичне мислення, креативність та етичне використання медіа й інформації [216, с. 21].

Окрім цього, у документі зазначено, що, оскільки у ХХІ столітті нові медіа принесли із собою ще один вимір, ще одну компетентність – здатність створювати та продукувати медіаконтент, відтоді медіаграмотність стає пов'язаною з комунікаційними навичками і створенням контенту. У цю нову епоху медіа та комунікації громадяни повинні знати складну систему кодів і мов медіасистеми, що є передумовою для успішного отримання, створення й обміну інформацією. Медіаграмотність охоплює такі необхідні компетенції для участі в медіа-комунікації, як семіотичні навички кодування та декодування, технічні навички використання конкретних пристроїв і технологій, навички інтерпретації та культурні навички, тобто розміщення в культурному контексті і з метою соціальної взаємодії, а також розуміння медіаіндустрії та чинників середовища [216, с. 16].

Центр медіаграмотності США веде мову про чотирьохетапний процес «розслідування» медіа: обізнаність, аналіз, рефлексію, акцію. Відповідно до цього йдеться про важливість чотирьох «навігаційних навичок», зокрема про здатності:

- знаходити інформацію з різних джерел;
- аналізувати та досліджувати, як «конструюються» повідомлення – друковані, вербальні, візуальні чи мультимедійні;
- оцінювати явні і приховані повідомлення ЗМІ щодо власних етичних, моральних та/або демократичних принципів;
- висловлювати або створювати власні повідомлення за допомогою різноманітних медіаінструментів [176].

Важливою є позиція А. Сільверблат та Е. Елісейрі, які розглядають медіаграмотність як цілісний комплексний феномен, кожна зі складових якого має свою функцію. У структурі медіаграмотності вчені виокремлюють: «здатність до критичного мислення, до незалежних суджень про зміст медіа; розуміння процесу масової комунікації; усвідомлення впливу медіа на особистість і суспільство; уміння аналізувати й обговорювати медіатексти;

здатність розуміти та оцінювати медійний зміст; готовність продукувати власні медіатексти» [206].

Науковці Р. Гоббс і Р. Фрост звертають увагу на такі вміння – складові медіаграмотності:

- розмірковувати й аналізувати власні звички споживання ЗМІ;
- визначати автора, мету та точку зору у фільмах, рекламі, телевізійних і радіопрограмах, редакційних статтях журналів та газет і рекламі;
- визначати діапазон технік виробництва, які використовуються для передачі точки зору та формування реакції аудиторії;
- визначати й оцінювати якість репрезентації світу засобами масової інформації шляхом вивчення моделей репрезентації, стереотипів, акцентів та замовчувань у друкованих і телевізійних новинах та інших ЗМІ;
- оцінювати економічну основу індустрії засобів масової інформації, розрізняти ті ЗМІ, які продають аудиторію рекламодавцям, і ті, які цього не роблять;
- розуміти, як медіаекономіка формує зміст повідомлення;
- використовувати засоби масової інформації для особистого самовираження і спілкування, а також соціальної та політичної пропаганди [180].

Учені Д. Бааке і Б. Шорб для виокремлення складових медіаграмотності пропонують урахувати її сфери. Зокрема, Д. Бааке виокремлює такі «чотири сфери медіаграмотності: медіакритика, яка має бути аналітичною, рефлексивною й етично-орієнтованою; медіазнавство, що містить інформаційний та інструментально-кваліфікаційний аспект; медіакористування, яке може відбуватися рецептивно або інтерактивно; медіаторчість, яку можна розуміти з інноваційної або креативної точки зору» [165, с. 8]. Б. Шорб веде мову про три складові медіаграмотності, а саме: «медіазнання (функціональні, структурні й орієнтаційні знання); оцінка медіа (критична рефлексія, а також когнітивно та етично зумовлена кваліфікація);

медіадіяльність (засвоєння, використання, партиципація у медіа та створення медіа)» [202, с. 258].

Дослідники Б. Герціг, С. Графе та Г. Тулодзєцький визначають, що медіаграмотність – це «спроможність і готовність діяти». При цьому увага звертається на «здатності особистості адекватно та самостійно, а також творчо і соціально відповідально діяти в медійних контекстах» [149, с. 194]. На думку Д. Корнеліуссена, медіаграмотність має охоплювати, насамперед, здатність виявляти неправду, тобто вміння перевіряти факти (шукати перевірені факти про новину), відстежувати джерело інформації (наприклад, знайти, звідки походить публікація в соціальних мережах), здійснювати дослідження (перевірка оцінок інших джерел щодо історії), розпізнавати власні емоційні реакції на новину [172].

Українські науковці О. Ванюшина, Н. Полова та О. Стаднік розглядають соціологічний аспект медіаграмотності. Вони вважають, що оскільки «ключовим завданням медіаграмотності є трансформація поведінки громадян і розвиток їхнього критичного мислення, яке допомагає бачити потенційну маніпуляцію в інформаційних потоках» [142, с. 78], то серед навичок медіаграмотної людини доцільно виокремити, насамперед, такі:

- користуватися інформаційними потоками та постійно оновлювати свої знання в інформаційному полі;
- критично аналізувати інформацію;
- самостійно шукати, систематизувати й аналізувати інформацію;
- розуміти сутність створення інформаційних повідомлень [142, с. 78].

Дослідники Ю. Руденко, Н. Дегтярьова, С. Петренко та В. Горохова вважають, що складовими медіаграмотності студентів є:

- розуміння принципів роботи медіа, здатність аналізувати свій медіапростір і свідомо підходити до створення та поширення інформації;
- здатність здійснювати грамотний цілеспрямований пошук потрібної інформації й обирати якісний контент;

- уміння виявляти інформаційну агресію (дезінформацію, фейки, залякування, пропаганду) та протистояти їй;
- навички критичного мислення й аналізу інформації;
- практичні навички з верифікації інформації;
- знання норм і цінностей інтернет-спільноти, уміння уникати та протистояти комунікаційній агресії;
- здатність зберігати психічне здоров'я;
- стресостійкість в агресивному, деструктивному інформаційному просторі;
- готовність захищати власний інформаційний простір від ворожих атак, кіберзлочинців і шахраїв [133, с. 59].

Дослідники також ведуть мову про «чотири якісні рівні медіаграмотності: розуміння сутності роботи медіа та впливів їх на суспільство; технічні навички свідомого використання медіа; взаємодія у медіасередовищі, створення і представлення власного медіаконтенту; ефективне використання та взаємодія у медіа, навички щодо створення, захисту, протистояння деструктивним впливам медіа» [133, с. 57].

Далі різні підходи науковців до визначення складових медіаграмотності (медіакомпетентності, медіакультури) узагальнено у вигляді таблиці 1.2.

Таблиця 1.2 – Структурні компоненти медіаграмотності

№ з/п	Автори	Структурні компоненти медіаграмотності
1	О. Богомаз [12, с. 44]	1) здатність орієнтуватися у викладеному матеріалі в медіатекстах та оцінювати ступінь достовірності інформації; 2) відкритість до нестандартних способів вирішення як відомих, так і нових завдань, прагнення до пізнання нового; 3) готовність до конструктивного діалогу, уміння відстоювати власну точку зору; 4) самодіагностика рівня сформованості медіакомпетентності; 5) відстоювання тієї чи іншої філософсько-світоглядної позиції під час професійної діяльності
2	А. Литвин, В. Робак [84, с. 36]	1) уміння орієнтуватися в сучасному медіапросторі, розуміння основних принципів функціонування різних видів ЗМІ; 2) уміння розрізняти інформацію за рівнем впливу на особистість, аналізувати й оцінювати медіаповідомлення; 3) уміння розшифровувати та використовувати закодовану в медіаповідомленнях інформацію;

Продовження таблиці 1.2

№ з/п	Автори	Структурні компоненти медіаграмотності
		<p>4) знання правил культури спілкування в інформаційному суспільстві та методів захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації;</p> <p>5) уміння розрізняти і застосовувати методи організації професійної діяльності з використанням технології мультимедіа;</p> <p>6) уміння збирати, зберігати та передавати інформацію з урахуванням пріоритетів професійної діяльності;</p> <p>7) уміння самостійно створювати медіаповідомлення в галузі професійної діяльності</p>
3	В. Герман, Н. Громова [24, с. 24–25]	<p>1) розуміння, як працюють медіа, уміння визначати жанри журналістських повідомлень; розуміння понять цензури, самоцензури; уміння аналізувати твори кіномистецтва, рекламу, розрізняти її типи;</p> <p>2) критичне мислення, уміння ставити запитання, обґрунтовувати власну думку, оцінювати та інтерпретувати події, проводити паралелі із сучасністю, аналізувати передумови і причини події;</p> <p>3) інфомедійна грамотність (уміння ефективно шукати інформацію, працювати з джерелами та першоджерелами; уміння відрізняти факти від суджень, систематизувати інформацію, висувати гіпотезу й оцінювати альтернативи);</p> <p>4) соціальна толерантність (уміння ідентифікувати та протидіяти мові ворожнечі, стереотипам і дискримінації);</p> <p>5) цифрова безпека (розуміння цифрового сліду);</p> <p>6) візуальна грамотність (уміння аналізувати фото, символи, інфографіку тощо);</p> <p>7) стійкість до впливів (уміння ідентифікувати вияви пропаганди, фейки та маніпуляцію, вплив медіа на емоції);</p> <p>8) інноваційність (уміння втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам)</p>
4	М. Матвійчук [91, с. 12]	знання у сфері мас-медіа, уміння і навички аналізувати, оцінювати й використовувати медіа у соціально-педагогічній діяльності та визначати вплив різних мас-медіа на соціалізацію особистості
5	Т. Разводова [130, с. 358]	<p>1) мотиваційний компонент (професійні компетенції і бажання розвиватися та зростати у сфері медіаграмотності);</p> <p>2) когнітивний компонент (уміння аналізувати медіатексти на достовірність, створювати інформативний і професійний контент);</p> <p>3) поведінковий компонент (навички інформаційної гігієни та вміння знаходити релевантну інформацію соціального спрямування);</p> <p>4) ціннісно-смысловий компонент (дотримання етичних принципів у професійній сфері)</p>
6	С. Шейбе, Ф. Рогоу [158, с. 98]	<p>1) медіаімунітет (уміння знаходити та використовувати потрібну інформацію, розпізнавати фейки і пропаганду, захиститися від шкідливої інформації);</p> <p>2) розвинене критичне мислення, необхідне для оцінювання інформації;</p> <p>3) здатність до медіаторчості (самовираження особистості, якість міжособистісної комунікації);</p>

Закінчення таблиці 1.2

№ з/п	Автори	Структурні компоненти медіаграмотності
		4) ціннісне ставлення до використання інформаційно-комунікаційних технологій і до поповнення знань
7	Л. Хмарна [155, с. 3]	1) здатність особистості свідомо сприймати і критично оцінювати мистецьку інформацію, отриману з різних медіа; 2) здатність орієнтуватися в жанрах та особливостях мови мистецтв (візуальних та аудіовізуальних), що використовуються для впливу на свідомість аудиторії; 3) уміння і навички аналізу та створення власних медіаресурсів за допомогою цифрових технологій
8	О. Шуневич [160, с. 105]	1) когнітивний (знання про різні можливості медіа для здобуття інформації, спілкування, розвитку; про вплив медіаповідомлень на свідомість, емоції та поведінку людини; про техніки маніпулятивних впливів); 2) діяльнісний (досвід аналізу медіатекстів, їх критичного осмислення; досвід трансформації інформації, створення медіатекстів, участі в обговоренні власних і «чужих» повідомлень; досвід аналізу мови медіаповідомлень, визначення маніпулятивних слів-маркерів, мови ворожнечі); 3) емоційно-ціннісний (готовність до створення медіаповідомлень, відстоювання власних цінностей під час створення й обговорення медіатекстів; прийняття і дотримання етики спілкування в медіапросторі)

Науковці О. Ільченко та П. Ткач вважають, що «важливою складовою професійної компетентності лідера Національної гвардії є здатність орієнтуватися в медіапросторі, добирати інформацію, аналізувати її з огляду на доцільність і достовірність, використовувати медіаресурси для досягнення цілей організації, а також протистояти інформаційним загрозам» [49, с. 96].

Особливого значення дослідники надають здатності майбутніх фахівців критично мислити. Так, до прикладу, Д. Халперн виокремлює якості, властиві людині, яка має критичне мислення:

«– готовність до планування (уміння стримувати свою імпульсивність і скласти план своїх дій);

– гнучкість (відсутність ригідності та догматизму в мисленні, готовність розглядати нові варіанти, прагнення прояснити складні для себе питання, змінювати свої погляди);

– наполегливість (готовність взятися за вирішення завдання і не відступати, доки його не буде вирішено);

– готовність виправляти свої помилки (уміння визнавати, а не виправдовувати свої помилки, вчитися на них, уміння бути відкритим до критики);

– усвідомлення (спостереження за власними розумовими діями, тобто, по суті, рефлексивний самоконтроль);

– позитивна установка на критичне мислення (активне прагнення навчитися мислити критично)» [178].

Окремо необхідно вказати на дослідження В. Крамаренко, яка досліджувала інформаційну компетентність майбутніх судноводіїв. Дослідниця визначає її як «інтегративну особистісну властивість, що охоплює мотивацію до інформаційної діяльності, свідоме ставлення і зацікавленість навігаційною інформацією, знання про види інформаційної діяльності судноводія, призначення і склад навігаційної інформаційної системи, уміння здійснювати пошук необхідної інформації, орієнтуватися в інформаційних потоках і комунікаціях, оптимально використовувати всі навігаційні дані, здійснювати інформаційно-аналітичне опрацювання інформації, що стосується систем управління судном, навігаційними інформаційними ресурсами та системами інформаційної безпеки». Її складовими В. Крамаренко визначає «мотиваційно-особистісний, інформаційно-пізнавальний та діяльнісно-операційний компоненти» [79, с. 86].

Окрім цього, для визначення складових медіакомпетентності ми врахували напрацювання вчених щодо сутності медіаграмотності (Д. Бааке [165], В. Герман і Н. Громова [24], Р. Гоббс та Р. Фрост [180], М. Матвійчук [91], Ю. Руденко, Н. Дегтярьова, С. Петренко і В. Горохова [133], А. Сільверблат та Е. Елісейрі [206], О. Стаднік, О. Ванюшина і Н. Полова [142], Г. Тулодзєцький, Б. Герціг та С. Графе [149], Б. Шорб [202], О. Шуневич [160]) і загальні підходи до характеристики компетентності як особистісної властивості (О. Діденко [36], Н. Бідюк [11], М. Костюченко [76],

В. Крамаренко [79], О. Пометун [74], С. Сисоєва [138], В. Третько [11] та ін.). Далі, визначивши всі можливі варіанти складових медіакомпетентності, ми врахували думку експертів щодо їхніх якісних характеристик. Відповідно до цього «у структурі медіакомпетентності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України було виокремлено особистісний, пізнавальний та діяльнісний компоненти» [70, с. 160].

Як свідчить проведене дослідження, «значення *особистісного компонента* медіаграмотності зумовлено тим, що особистісні властивості і мотивація визначають ставлення курсантів до вивчення особливостей медіаграмотності. Майбутній фахівець із високою мотивацією та пізнавальним інтересом має потребу самостійно навчатися, позитивні інтелектуальні почуття до навчання загалом та вивчення специфіки медіаграмотності зокрема» [70, с. 160].

При цьому важливе значення має мотивація. На думку Л. Мастерман, «медіаосвіта – це процес, який триває все життя, тому висока мотивація учнів має стати першочерговою метою» [189]. «Мотивація до вивчення специфіки медіаграмотності має важливе значення для майбутніх фахівців Військово-морських сил, оскільки специфіка цієї професії визначає нагальну потребу постійного навчання та саморозвитку. Служба на морі завжди має високий ступінь новизни, високої вірогідності виникнення нестандартних ситуацій, необхідності пошуку оптимальних варіантів подолання труднощів. З огляду на це, офіцер повинен уміти знаходити і використовувати необхідну інформацію, передбачати наслідки своїх дій» [70, с. 160].

Окрім мотивації, важливими складовими особистісного компонента медіаграмотності майбутніх офіцерів є їхні особистісні характеристики, насамперед такі, як інтелектуальний потенціал, ерудиція, творчий підхід. Важливе значення має також емоційна врівноваженість, психологічна стриманість. Бажано також, щоб майбутній офіцер мав навички самопізнання і самоорганізації, розумів свої сильні та слабкі сторони, умів здійснювати саморегуляцію і самокорекцію.

Окремо слід вказати на відкритість майбутнього офіцера до нового, бажання пізнавати та поповнювати свої знання для особистісного і професійного самовдосконалення. Йдеться про «навчання впродовж життя, що передбачає вміння застосовувати медіа для самостійного визначення мети навчання та критично добирати ресурси для набуття нових компетентностей, застосовувати різні способи їх розвитку, бути відкритим до самонавчання, готовим ділитися знаннями з іншими, знаходити можливості для навчання і саморозвитку, організовувати своє навчання» [102]. Лише за таких умов офіцер зможе досягти високої кваліфікації, належно відповідати на виклики часу. Готовність до постійного поповнення своїх знань, відкритість новому допоможе належним чином освоювати інновації у військовій справі та інформаційні технології.

Велике значення має сформованість у майбутніх офіцерів критичного мислення, про що може свідчити їх здатність складати плани власних дій і контролювати власну імпульсивність; несхильність до догматизму в мисленні, готовність розглядати нові варіанти, прагнення прояснити складні для себе питання, позитивна установка на критичне мислення. Важливо, щоб такий фахівець був наполегливим, вирішуючи навіть досить складні завдання, готовим визнавати і виправляти, а не виправдовувати свої помилки, мав навички рефлексивного самоконтролю під час роботи з медіатекстами.

Особливе значення має також допитливість майбутнього офіцера, його готовність і здатність генерувати нові ідеї, широта інтелектуальних зацікавлень, розуміння ролі самоосвіти для підвищення свого рівня медіаграмотності. Важливо також, щоб майбутній офіцер усвідомлював власні можливості щодо сприйняття інформації, був спроможний адекватно визначати мету та наслідки своєї роботи з медіатекстами.

Загалом особистісний компонент медіаграмотності охоплює мотивацію до вивчення проблематики медіаграмотності, зацікавленість питаннями підготовки та сприйняття медіатекстів, розвинені особистісні якості, зокрема

допитливість і критичне мислення, готовність працювати, щоб постійно підвищувати свій рівень медіаграмотності.

Наступний компонент медіаграмотності майбутніх офіцерів – *пізнавальний* – «стосується їхньої обізнаності про специфіку і значення інформації та медіа у суспільстві і професійному й особистому житті» [70, с. 160]. Ці знання визначено відповідно до програмних документів, таких як резолюція Європейського парламенту «Медіаграмотність у цифровому світі» [192], «Медіа та інформаційна грамотність. Навчальна програма для вчителів ЮНЕСКО» [190], специфіки професійної діяльності офіцерів Військово-Морських Сил і напрацювань дослідників за цією тематикою (І. Андрощук [163], О. Волошенюк [45], В. Іванов [45], Л. Кульчинська [45], Л. Мастерман [189], О. Мокрогуз [102] та ін.).

Передусім майбутні офіцери повинні бути обізнаними щодо загальних особливостей медіа, їхньої ролі у суспільстві, щодо того, яке значення для європейського цивілізаційного вибору України мають незалежні мас-медіа. Курсанти повинні знати про важливість медіа, про їхню відповідальність за якість інформації перед суспільством, а також про види медіа та їхні ознаки, групи жанрів друкованих медіа, основні етапи розвитку мас-медіа, бути обізнаними щодо основних принципів функціонування медіа, вплив цифрових технологій на фізичне та психічне здоров'я, професійний розвиток і дозвілля людей.

Для того, щоб курсанти могли повноцінно жити в сучасному інформаційному світі, вони мають опанувати методи формування та систематизації суперечливих тверджень або припущень, алгоритм оцінки змісту медіаповідомлень, які надають засоби масової комунікації, а також методику пошуку, відбору та використання інформації і візуальної медіаінформації. Вони «повинні орієнтуватись щодо особливостей творення медіатексту, вимог до медіаповідомлення і новинних стандартів (кількість, цінність, зміст, об'єктивність, адекватність, достовірність, точність, оперативність, надійність, якість та об'єктивність інформації), специфіки

висвітлення політичних подій, соціально-економічних чинників і міжнародних відносин, інших державних подій, чинників, що впливають на рівень їх сприйняття» [70, с. 160–161].

Важливою є обізнаність майбутніх офіцерів щодо міжетнічних та міжнаціональних стереотипів у медіа, застосування у мас-медіа для маніпулятивних технологій сучасних досягнень психологічної науки, офіційної і прихованої цензури, висвітлення інформації у вигляді реклами чи прихованої реклами, її сприйняття й оцінювання особистістю, профілактики деструктивних впливів мас-медіа. Особливо важливе значення має обізнаність щодо негативних тенденцій, які створюють ЗМІ (дезорієнтація особистості, крайній негативізм), принципів маніпуляції свідомістю, елементів навіювання, їхніх шкідливих наслідків і виявів.

Варто наголосити, що «окремі вимоги стосуються знань щодо новітніх медіа. Курсанти повинні знати технологічні можливості соціальних мереж щодо створення та поширення інформації, інструменти нових медіа, зокрема YouTube, Google, Facebook, Twitter, Тік-ток тощо. Важливе значення має розуміння особливостей сприйняття інформації в Інтернеті, рекламних технологій в Інтернеті. Курсанти повинні знати особливості спілкування в інформаційному суспільстві і методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації. Окремий аспект – знання шляхів перевірки інформації в Інтернеті, а також вимог інформаційної безпеки під час роботи з новими медіа» [70, с. 161].

Отже, «пізнавальний компонент медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил охоплює знання про види та історію медіа, їхнє значення у суспільстві, вплив на громадськість. Важливе значення мають знання про особливості сприйняття і створення медіатекстів, можливості новітніх медіа щодо негативного інформаційного впливу» [70, с. 161].

Останній «діяльнісний компонент медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України стосується найважливіших умінь і навичок роботи з інформацією та соціальними мережами» [70, с. 161].

На підставі досліджень Н. Бідюк [198], О. Богомаз [12, с. 44], В. Герман і Н. Громової [24, с. 24–25], М. Матвійчук [91, с. 12], Т. Разводової [130, с. 358], В. Рахманова [131; 200], Л. Хмарної [155, с. 3], О. Шуневич [160, с. 105] і з урахуванням специфіки професійної діяльності офіцера Військово-Морських Сил Збройних Сил України визначено важливі вміння і навички. Передусім це «вміння: збирати, опрацьовувати, зберігати та передавати інформацію з урахуванням пріоритетів професійної діяльності; здобувати й опрацьовувати інформацію з різних (друкованих і цифрових, зокрема аудіовізуальних) джерел; використовувати різні види сприймання медіатекстів для пошуку, опрацювання, аналізу та добору інформації» [70, с. 161].

Також важливими є вміння курсантів щодо розпізнавання гіперболізованих ознак медіаповідомлень і пояснення їхньої мети, а також характеристики соціальної інформації за її цінністю, доступністю, змістом, надійністю, об'єктивністю, достовірністю тощо. Майбутні офіцери мають опанувати вміння щодо аналізу й оцінки медіаповідомлення; виявлення та відтворення його прихованого змісту; визначення його несуперечливості й актуальності, зважаючи на власний досвід і досвід інших людей; використання надійних джерел для споживання інформації; розрізнення інформації за рівнем впливу; виокремлення основного та другорядного в медіаповідомленні.

Важливе значення має вміння майбутніх офіцерів критично мислити та критично сприймати медіаповідомлення. Курсанти повинні вміти критично й усвідомлено використовувати для пошуку, впорядкування, перевірки і накопичення інформації цифрові технології; розрізняти у медіатекстах факти та судження про факти; пояснювати вплив джерел інформації на формування своїх поглядів чи поглядів інших людей; використовувати наявні ресурси для перевірки надійності джерел або сумнівної інформації. Важливими є вміння майбутніх офіцерів «зіставляти джерела інформації щодо їх достовірності та повноти, розпізнавати вияви маніпулювання інформацією на конкретних прикладах, наводити аргументи щодо надійності джерел і достовірності інформації у медіатекстах» [70, с. 161].

Аналізуючи електронні медіа, курсанти «повинні вміти критично оцінювати, виявляти маніпуляції історичною й актуальною для суспільства інформацією, формулювати питання щодо достовірності інформації з різних джерел, застосовувати критерії визначення достовірності інформації. Йдеться про важливість сформованих практичних навичок рефлексії та критичного мислення як психологічних механізмів медіаграмотності, що забезпечують належне орієнтування в медіапросторі, свідоме споживання медіапродукції, адекватне і різнобічне оцінювання змісту та форми інформації, її повноцінне і критичне тлумачення з урахуванням особливостей сприймання мови різних медіа» [70, с. 161].

Як свідчить дослідження, на сьогодні медіаграмотність разом із сприйняттям медіаповідомлень охоплює також їхнє створення. Тому «важливе значення мають уміння майбутніх офіцерів створювати власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності» [70, с. 161]. Йдеться про те, що офіцер повинен вміти створювати медіатексти або медіаповідомлення в соціальних мережах та на захищених цифрових сервісах стосовно проблем, які пов'язані з професійними ситуаціями або особистим досвідом, брати участь в онлайн-дискусіях і при цьому вміти толерантно обстоювати свої погляди тощо. У цьому контексті курсанти повинні вміти вибирати надійні аргументи, спираючись на факти, висловлюватись і переконувати, використовуючи правильні мовленнєві стратегії та зважаючи на учасників і мету комунікації. «Важливо, щоб в усній чи писемній формі курсанти могли логічно обґрунтовувати позицію, висловлювати послідовні, несуперечливі, обґрунтовані міркування у вигляді суджень і висновків, висловлюючи власне ставлення до подій, явищ і процесів. Під час дискусій із професійних питань вони повинні вміти аналізувати й оцінити доказовість і вагомість аргументів у судженнях, зважати на протилежні думки та контраргументи, розрізняти факти, їх інтерпретації, розпізнавати спроби маніпулювання даними, використовуючи різноманітні

ресурси та способи оцінювання якості доказів, надійності джерел і достовірності інформації» [70, с. 161].

Особливе значення на сьогодні мають уміння працювати з новітніми медіа, насамперед із соціальними мережами. Курсанти повинні вміти оцінювати стиль, форму та зміст друкованої й аудіовізуальної інформації, викривати маніпуляції інформацією при аналізі медійних повідомлень, дотримуватися правил кібербезпеки й основ безпечної поведінки в цифровому середовищі, здійснювати аргументований критичний огляд друкованої й аудіовізуальної інформації, виявляти авторів і джерела інформації, здійснювати їхню класифікацію та перевірку, вживати заходів захисту і безпеки власного особистого інформаційного простору, розрізняти «інформаційний непотріб» у цифрових і нецифрових медіатекстах.

Майбутнім офіцерам необхідно також зважати на особливості масових комунікацій і комунікацій у соціальних мережах, уміти орієнтуватись у великих масивах інформації, перевіряти походження фото- та відеоматеріалу. «Курсанти повинні мати навички верифікації контенту соціальних мереж, розпізнавання маніпуляцій у мережевих комунікаціях та протидії ворожим інформаційним впливам через соціальні мережі» [70, с. 161]. Важливе значення має їхнє вміння протидіяти інформаційно-психологічним операціям, розпізнавати дезінформацію і фейки, а також виявляти й утримуватись від використання медіаконтенту, що має недостовірну, зневажливу або непідтверджену інформацію.

Наявність у майбутнього офіцера зазначених умінь є свідченням сформованості у нього медіаімунітету. Це означає, що він здатний вибирати потрібну йому інформацію, може розпізнати маніпулятивну медіаінформацію або «інформаційне сміття», спроможний протистояти агресивному до нього медіасередовищу, може захиститись від шкідливих і потенційно шкідливих інформаційних впливів.

Отже, на підставі аналізу наукових праць з проблематики формування медіаграмотності та з урахуванням особливостей професійної діяльності

офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України визначено, що їхня медіаграмотність – це професійно важлива особистісна властивість, що охоплює мотивацію до підвищення свого рівня медіаосвіченості, свідоме ставлення і зацікавленість медіатекстами, знання історії та ролі медіа, видів інформаційного впливу, уміння здійснювати пошук необхідної інформації, аналізувати медіаповідомлення, оптимально використовувати медіаресурси, протистояти маніпуляціям та дезінформації. Її складовими є особистісний, пізнавальний та діяльнісний компоненти.

Висновки до розділу

1. Медіаграмотність є предметом уваги представників різних галузей наукового знання, філософів, психологів, медієвістів, педагогів. Це поняття дослідники визначають як здатність створювати, аналізувати й інтерпретувати медіатексти, а також як результат вивчення медіа і медіаосвіти. Учені дотримуються спільної думки щодо значення медіаграмотності, вважаючи, що воно зумовлено потребою належно відповідати на виклики щодо збільшення впливу інформації. Представники військової педагогіки розглядають медіаграмотність у контексті інформаційно-психологічної безпеки та необхідності формування у майбутніх офіцерів – представників сектору безпеки та оборони здатності протистояти інформаційно-психологічним впливам.

2. У збройних силах США загалом та військово-морських силах зокрема прискіпливу увагу до медіаграмотності почали звертати порівняно недавно, з початку XXI століття, після активного поширення соціальних мереж. У збройних силах США та Корпусі морської піхоти поширення дезінформації та навмисні кампанії з дезінформації розглядають як загрозу військовослужбовцям, цивільним особам, їхнім родинам і, як наслідок, національній безпеці країни. Для розвитку в персоналу Військово-морського

флоту навичок медіаграмотності та стійкості щодо загроз у цифровому світі використовують різні практики: від відповідних інструктажів щодо вимог кібербезпеки до перегляду вебінарів та проходження курсів медіаграмотності. Ці практики підвищення навичок медіаграмотності враховують, що забезпечити інформаційний самозахист військовослужбовців можна через розвиток у них умінь аналізувати, перевіряти інформаційні потоки, визначати ознаки упередженості в повідомленнях ЗМІ, інтерпретувати медіапродукти як ідеологію та цінності.

3. Медіаграмотність офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України – це професійно важлива особистісна властивість, що охоплює мотивацію до підвищення свого рівня медіаосвіченості, свідоме ставлення і зацікавленість медіатекстами, знання історії та ролі медіа, видів інформаційного впливу, уміння здійснювати пошук необхідної інформації, аналізувати медіаповідомлення, оптимально використовувати медіаресурси, протистояти маніпуляціям та дезінформації. Її складовими є особистісний, пізнавальний та діяльнісний компоненти.

Основні наукові результати розділу опубліковано в працях [61; 63; 66–70; 166].

РОЗДІЛ 2

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ МЕДІАГРАМОТНОСТІ МАЙБУТНІХ ОФІЦЕРІВ ВІЙСЬКОВО-МОРСЬКИХ СИЛ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ

2.1 Методика виконання дослідження

Для розвитку в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил медіаграмотності роботу було організовано відповідно до методики дослідження, тобто сукупності методів та дій, необхідних для досягнення мети дослідження. Методика враховує мету і завдання дослідження, передбачає визначення основних понять, об'єкта дослідження, розробку його плану та визначення найважливіших процедур збору даних [87, с. 103].

Метою педагогічного дослідження є перевірка гіпотези щодо результативності педагогічних умов та структурно-функціональної моделі розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. Відповідно *завданнями* дослідження було обрано такі:

- окреслення програми та характеристика етапів педагогічного експерименту;
- вибір і вивчення розвиненості в учасників експерименту медіаграмотності за обраними критеріями та показниками;
- обґрунтування педагогічних умов і розробка структурно-функціональної моделі розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки;
- організація експериментальної перевірки й опрацювання результатів педагогічного експерименту з розвитку медіаграмотності.

Дослідження тривало впродовж трьох етапів: підготовчого, основного та завершального.

На *підготовчому* етапі (червень 2020 – травень 2021 року) було зібрано та вивчено наукову літературу щодо розвитку медіаграмотності в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил, опрацьовано найважливіші наукові і методичні засади дослідження, окреслено план експерименту, вжито заходів для з'ясування стану розвиненості медіаграмотності в курсантів.

Основний етап (червень 2021 – червень 2023 року) передбачав проведення формувального етапу педагогічного експерименту. На цьому етапі з'ясовано чинники, що впливають на розвиток медіаграмотності курсантів, визначено зміст, форми і методи розвитку медіаграмотності в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил, а також здійснено експериментальну перевірку педагогічних умов і структурно-функціональної моделі розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. Для організації експерименту розроблено навчально-методичне забезпечення, зокрема діагностичні методики та професійно спрямовані завдання, здійснено підготовку науково-педагогічних працівників до розвитку медіаграмотності в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил.

На *завершальному* етапі (липень 2023 – січень 2024 року):

– проаналізовано початкові і кінцеві результати педагогічного експерименту з розвитку медіаграмотності в курсантів;

– уточнено педагогічні умови та структурно-функціональну модель розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки;

– розроблено методичні рекомендації науково-педагогічним працівникам щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки.

Під час педагогічного експерименту використано комплекс теоретичних та емпіричних методів, які допомогли вивчити розвиненість у курсантів

складових медіаграмотності, розуміння ними її сутності, уміння працювати з медіатекстами. Зокрема серед теоретичних методів важливе значення мали: абстрагування, систематизація й узагальнення теоретичних положень – для визначення сутності поняття «медіаграмотність офіцера Військово-Морських Сил Збройних Сил України», його структури та особливостей змісту; аналіз – для виокремлення структурних компонентів медіаграмотності як професійно-особистісної характеристики офіцера ВМС ЗСУ; ретроспективний і порівняльний аналіз наукових джерел із проблеми дослідження – для узагальнення зарубіжного досвіду формування і розвитку медіаграмотності у військовослужбовців збройних сил зарубіжних країн, з'ясування стану дослідження проблеми у вітчизняній та зарубіжній педагогічній теорії та практиці, а також для визначення загальних підходів до розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України; синтез – для об'єднання окремих компонентів медіаграмотності майбутніх офіцерів в єдине ціле; індукція – для характеристики загальних властивостей медіаграмотності та загального стану її розвитку в курсантів під час навчання у вищому військовому навчальному закладі ВМС ЗСУ з урахуванням її стану в кожного окремого курсанта; дедукція – для зведення конкретних завдань дослідження до загальної мети; порівняння, узагальнення теоретичних положень та експериментальних даних – для наукового обґрунтування педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки; моделювання – для побудови структурно-функціональної моделі цього процесу.

Серед емпіричних методів важливе значення мало опитування, спостереження, експертна оцінка, педагогічний експеримент. Так, до прикладу, *спостереження* як «один з основних емпіричних методів педагогічного дослідження, що передбачало систематичне та цілеспрямоване сприйняття педагогічних явищ» [161, с. 129] допомогло визначити рівень розвиненості в курсантів різних складових медіаграмотності. Методом

спостереження було визначено їхнє ставлення до розвитку медіаграмотності, відповідність її вимогам.

Метод *аналізу документів та результатів діяльності* допоміг вивчити результати освітньої діяльності майбутніх офіцерів, визначити рівень розуміння ними сутності медіаграмотності та її вимог. Велике значення мало виконання курсантами спеціальних завдань, що дозволило з'ясувати їх здатність аналізувати й оцінювати медіаповідомлення, визначати його актуальність і несуперечливість (додаток А) чи створювати власні усні та писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності (додаток Б).

Метод *анкетування* дозволив «підвищити об'єктивність інформації про педагогічні факти, явища, процеси, їх типовість, оскільки передбачав отримання інформації від якнайбільшої кількості опитаних» [152, с. 29]. За допомогою *усного і письмового опитування* було зібрано інформацію про результативність педагогічного експерименту та вжиті заходи. Опитувальники містили запитання щодо того, як курсанти ставляться до вивчення медіаграмотності (додаток В), якими є їх пізнавальні інтереси у цій сфері (додаток Д). Було також використано напівпроективне анкетування у формі незавершених речень, що дозволило визначити обізнаність курсантів про інструменти новітніх медіа, зокрема YouTube, Google, Facebook, Twitter, Тік-ток тощо, особливості спілкування у соціальних мережах (додаток Е). Відповідно до результатів усного і письмового опитування було отримано емпіричні дані, необхідні для визначення стану розвиненості медіаграмотності в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил.

Своєю чергою метод *тестування*, тобто «метод діагностики, що використовує стандартизовані запитання і завдання (тести), які мають визначену шкалу значень» [161, с. 140], за допомогою серії запитань надав можливість визначити розуміння курсантами значення медіа в житті суспільства, їх видів і жанрів (додатки Ж та И) тощо.

Метод експертних оцінок ми використали для того, щоб продіагностувати розвиненість у майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил умінь медіаграмотності, визначити педагогічні умови її розвитку. Експерти мали подібні анкетні дані (це виявлено за допомогою документального методу), необхідний досвід роботи в інших експертизах (це підтвердив експериментальний метод). Було взято до уваги результати голосування експертів-виборців та самооцінки кандидатів в експерти [87, с. 143]. З урахуванням анкетних даних і взаємних рекомендацій було обрано 10 експертів – викладачів кафедри кораблеводіння та штурманського озброєння, кафедри корабельної енергетики та електроенергетичних систем, кафедри тактики ВМС. Викладачі, які виступали експертами, мали необхідну кваліфікацію, досвід, брали участь у подібних дослідженнях (отримали не менше 85 % позитивних виборів). Узгодженість експертів підтвердив коефіцієнт конкордації за формулою Кендела.

Педагогічний експеримент передбачав визначення об'єкта та предмета дослідження, мети, завдань і гіпотези, вибір конкретних методик та методів дослідження [161, с. 131]. Під час експериментальної роботи ми дотримувались вимог вірогідності, валідності і надійності. Педагогічний експеримент передбачав такі етапи: *констатувальний, формувальний та контрольний (порівняльний)*. На *констатувальному етапі* ми визначили стан розвиненості медіаграмотності у майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил, особливості її розвитку під час навчання курсантів у ВВНЗ. Під час *формувального етапу експерименту* було впроваджено необхідні заходи щодо розвитку в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил медіаграмотності. На *контрольному етапі* ми визначили результативність експериментальних заходів, порівняли стан розвиненості умінь і навичок роботи з медіатекстами у курсантів експериментальної і контрольної груп. З метою опрацювання отриманих результатів використовувались методи математичної статистики, зокрема критерій Стюдента.

Отже, у дослідженні для розвитку медіаграмотності в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил використовувались теоретичні (порівняння, моделювання, узагальнення, систематизація, аналіз науково-педагогічної літератури) та емпіричні (тестування, експертна оцінка, спостереження, педагогічний експеримент, усне та письмове опитування, вивчення документів і результатів навчальної діяльності курсантів) методи. Педагогічний експеримент з розвитку медіаграмотності в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України охоплював констатувальний, формувальний та контрольний етапи.

2.2 Критерії, показники та рівні розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України

Для виконання завдань дослідження щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки важливе значення мало визначення критеріїв її розвитку.

У педагогічних дослідженнях поняття «критерій» використовується для кількісної й якісної характеристики педагогічного явища. «Критерій (від грец. *kriterion* – засіб судження, мірило) як мірило для визначення, оцінки предмета, явища; ознака, що необхідна для класифікації» [141, с. 305] повинен відповідати таким вимогам: об'єктивність, достовірність, зручність, адекватність, ефективність та надійність. Кожний критерій має низку показників, за допомогою яких оцінюються педагогічні явища.

Для визначення розвиненості медіаграмотності в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України ми скористалися досвідом інших учених, які досліджували проблему формування і розвитку медіаграмотності. Усі дані щодо поглядів учених на критерії і показники сформованості медіаграмотності у майбутніх фахівців подано у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Критерії сформованості медіаграмотності у педагогічних дослідженнях

№ з/п	Автори	Критерії та показники сформованості медіаграмотності
1	Л. Мастерман [189]	Ефективність медіаосвіти можна оцінити лише за двома критеріями: (а) здатність студентів застосовувати критичне мислення до нових ситуацій; (б) рівень відданості та мотивації, які демонструють студенти
2	Ю. Казаков [57, с. 12]	З урахуванням визначених особливостей медіаосвіти майбутніх учителів, значення медіаграмотності в процесі становлення професійної культури педагога було визначено такі критерії сформованості медіаграмотності: мотиваційний, контактний, інформаційний, інтерпретаційно-творчий
3	М. Матвійчук [91, с. 10]	Для визначення сформованості медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів у процесі фахової підготовки визначено такі критерії: <i>мотиваційний</i> , показником якого є сформованість пізнавальних мотивів контактів із медіа та спрямованість на активну взаємодію з медіа; <i>когнітивний</i> – його показником є сформованість базових (історії мас-медіа, термінології медіаосвіти, структури мас-медіа, функції мас-медіа, форми і методи медіаосвіти тощо) і спеціальних (роль медіа у процесі соціалізації особистості, принципи та способи маніпуляції в мас-медіа) медіазнань; <i>операційний</i> – сформованість медіавмінь і медіанавичок аналізу, оцінки, інтерпретації медіатекстів, використання форм і методів медіаосвіти; <i>креативний</i> – засвідчує здатність до самостійного і творчого використання медіа в особистісній і професійній сферах
4	Л. Хмарна [155, с. 4]	Для оцінки сформованості медіаграмотності вчителів використано такі критерії: <i>мотиваційно-ціннісний</i> , що вказує на загальну спрямованість особистості щодо медіадіяльності (мотивація до занурення в медіасередовище та потреба у пізнанні медіапростору, усвідомлення цінностей цифрового суспільства); <i>інформаційно-знансвий</i> , що передбачає наявність певного обсягу знань та уявлень у сфері медіа, інформаційних і цифрових технологій (знання базових понять, теорій, етапів розвитку засобів медіа, уявлення про роль інформації в цифровому суспільстві; знання в сфері цифрових технологій); <i>діяльнісно-комунікативний</i> , що забезпечує практичну медіадіяльність учителів, зокрема ефективну медіакомунікацію (навички пошуку, сприйняття, оцінювання та критичного аналізу медіаінформації; навички організації медіадіяльності в онлайн-форматі; навички безпечної поведінки в Інтернеті, цифрової комунікації)
5	В. Крамаренко [79, с. 99–100]	Сформованість інформаційної компетентності майбутніх судоводіїв визначено за допомогою таких критеріїв: <i>особистісного</i> (мотивація до вивчення проблематики інформації та інформаційної діяльності у сфері судоводіння; стійкі пізнавальні інтереси в сфері інформаційної діяльності; готовність підвищувати свій рівень знань);

Закінчення таблиці 2.1

№ з/п	Автори	Критерії та показники сформованості медіаграмотності
		<p><i>когнітивного</i> (розуміння сутності інформаційної компетентності; знання особливостей усного і писемного відтворення інформації; обізнаність про специфіку інформаційно-аналітичного опрацювання інформації);</p> <p><i>діяльнісного</i> (уміння самостійно знаходити нову інформацію; оцінювати та застосовувати інформацію для вирішення завдань у сфері судноплавства; використовувати можливості інформаційно-комп'ютерних технологій)</p>

Дані таблиці 2.1 засвідчують, що дослідники, визначаючи критерії сформованості медіаграмотності, орієнтуються на структуру цього особистісного феномену. Зважаючи на це, критерії розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил також будемо визначати відповідно до компонентної структури цього феномену з урахуванням мотивації до вивчення медіатекстів, знань, умінь і навичок – складових медіаграмотності. Йдеться про такі критерії: особистісно-мотиваційний, пізнавально-когнітивний, діяльнісно-результативний.

Далі всі показники зазначених критеріїв розвитку медіаграмотності ми запропонували оцінити експертам – офіцерам кафедри кораблеводіння та штурманського озброєння, кафедри корабельної енергетики та електроенергетичних систем, кафедри тактики ВМС. За результатами експертного опитування з переліку запропонованих показників ми виокремили ті, які здобули найбільше виборів.

У такий спосіб з'ясовано, що *особистісно-мотиваційному критерію* розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил відповідають такі показники:

- мотивація до вивчення медіаграмотності;
- пізнавальні інтереси у сфері медіа, ерудиція, допитливість та прагнення нового;
- готовність підвищувати свій рівень знань про медіаграмотність;

– емоційна врівноваженість, психологічна стриманість, стресостійкість в агресивному інформаційному просторі.

Пізнавально-когнітивний критерій характеризує сукупність знань про медіа, медіатексти й особливості їх аналізу. За його допомогою визначається обізнаність майбутніх офіцерів про специфіку медіа, медіатекстів та особливості медіаграмотності загалом. Пізнавально-когнітивному критерію розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів відповідають такі показники:

– обізнаність майбутніх офіцерів про загальні особливості медіа, їхню історію та роль у суспільстві;

– знання про послідовність оцінювання змісту медіатекстів, вимоги до медіаповідомлення та новинні стандарти;

– знання про інструменти новітніх медіа, зокрема YouTube, Google, Facebook, Twitter, Тік-ток тощо, особливості спілкування у соціальних мережах;

– обізнаність про техніки маніпулятивних впливів, методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації.

Діяльнісно-результативний критерій стосується найважливіших умінь і навичок роботи з медіатекстами. Йому відповідають такі показники:

– здатність аналізувати й оцінювати медіаповідомлення, визначати його актуальність і несуперечливість;

– уміння створювати власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності, брати участь в онлайн-дискусіях;

– уміння критично оцінювати медіатексти, виявляти маніпуляції історичною й актуальною для суспільства інформацією, перевіряти її достовірність;

– навички розпізнавання фейків та дезінформації, протидії ворожим інформаційним впливам, верифікації контенту соціальних мереж.

Усі показники передбачено оцінювати за такою шкалою:

бал «3» – високий рівень розвитку медіаграмотності (показник виражено яскраво, систематично виявляється в усіх діях майбутніх офіцерів);

бал «2» – середній рівень розвитку медіаграмотності (показник загалом фіксується, але не завжди виявляється в усіх діях курсантів; є окремі відхилення, зумовлені недостатньою сформованістю окремих складових медіаграмотності, при цьому курсант знає специфіку медіа);

бал «1» – низький рівень розвитку медіаграмотності (показник виражено дуже слабо; в окремих випадках помітною є негативна спрямованість, хоча курсант знає особливості медіа).

Зазначені критерії і показники використано для визначення рівнів розвитку у курсантів медіаграмотності. Поняття «рівень» як величини, досягнутої у чому-небудь, використовують, щоб оцінити вираженість тих чи інших характеристик педагогічного явища, у нашому випадку медіаграмотності. За результатами аналізу наукової літератури з'ясовано, що дослідники використовують переважно три- або чотирирівневу шкали для оцінювання того чи іншого педагогічного явища. У нашому випадку виявлено, що вчені користуються переважно тривірневою шкалою з огляду на її універсальність, практичність та зручність. Усі дані щодо практики оцінки сформованості медіаграмотності у майбутніх фахівців подано у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – Рівні сформованості медіаграмотності у педагогічних дослідженнях

№ з/п	Автори	Рівні сформованості медіаграмотності
1	Ю. Казаков [57, с. 12]	Високий, середній та низький рівні сформованості медіаграмотності майбутніх учителів
2	М. Матвійчук [91, с. 11]	Високий, середній, низький рівні сформованості медіаграмотності студентів
3	Л. Хмарна [155, с. 146–148]	Початковий, базовий, поглиблений, творчий рівні сформованості медіаграмотності вчителів
4	В. Крамаренко [79, с. 103]	Початковий, достатній і високий рівні сформованості інформаційної компетентності майбутніх фахівців з навігації та управління суднами

Відповідно до цього, а також з огляду на зручність і практичність у роботі вважаємо за доцільне визначити три рівні розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил: низький, середній і високий. Далі якісно охарактеризуємо майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил, що мають зазначені рівні розвитку медіаграмотності.

Курсанти з *низьким рівнем* розвитку медіаграмотності майже не мотивовані до вивчення медіаграмотності; не мають пізнавальних інтересів у сфері медіа, не виявляють допитливості та прагнення нового; не готові підвищувати свій рівень знань про медіаграмотність; не вміють зберігати емоційну врівноваженість, психологічну стриманість в агресивному інформаційному просторі.

Курсанти не обізнані про загальні особливості медіа, їхню історію та роль у суспільстві; не знають послідовності оцінювання змісту медіатекстів, вимог до медіаповідомлення, новинних стандартів; специфіки інструментів новітніх медіа, зокрема YouTube, Google, Facebook, Twitter, Тік-ток тощо, особливостей спілкування у соціальних мережах; техніки маніпулятивних впливів, методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації.

Такі курсанти не спроможні проаналізувати й оцінити медіаповідомлення, визначити його актуальність і несуперечливість. Їм важко створювати власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності, брати участь в онлайн-дискусіях. Вони не вміють критично оцінювати медіатексти, виявляти маніпуляції історичною й актуальною для суспільства інформацією, перевіряти її достовірність; не мають навичок розпізнавання фейків і дезінформації, протидії ворожим інформаційним впливам, верифікації контенту соціальних мереж.

Курсанти із *середнім рівнем* розвитку медіаграмотності в більшості випадків є мотивованими до вивчення медіаграмотності; загалом цікавляться питаннями щодо медіа, допитливі та прагнуть пізнати нове; час від часу намагаються підвищувати свій рівень знань про медіаграмотність; у більшості

випадків уміють зберігати емоційну врівноваженість, психологічну стриманість в агресивному інформаційному просторі.

Курсанти обізнані про окремі особливості медіа, їхню історію та роль у суспільстві; знають вимоги до оцінювання змісту медіатекстів, до новинних стандартів; специфіку окремих інструментів новітніх медіа, зокрема YouTube, Google, Facebook, Twitter, Тік-ток тощо, вимоги до спілкування у соціальних мережах; окремі техніки маніпулятивних впливів, деякі методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації.

Такі курсанти в більшості випадків можуть проаналізувати й оцінити медіаповідомлення, визначити його актуальність і несуперечливість. Вони можуть, хоча й не досить аргументовано, але створити власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності, брати участь в онлайн-дискусіях. Курсанти вміють критично оцінювати окремі медіатексти, виявляти деякі маніпуляції історичною й актуальною для суспільства інформацією, перевіряти її достовірність; мають навички розпізнавання окремих фейків і дезінформації, деяких ворожих інформаційних впливів, можуть верифікувати контент соціальних мереж.

Курсанти з *високим рівнем* розвитку медіаграмотності є дуже мотивованими до вивчення медіаграмотності; завжди цікавляться питаннями медіа, допитливі та прагнуть пізнати нове; системно намагаються підвищувати свій рівень знань про медіаграмотність; уміють зберігати емоційну врівноваженість, психологічну стриманість в агресивному інформаційному просторі.

Курсанти ґрунтовно обізнані про специфіку медіа, їхню історію та роль у суспільстві; знають послідовність оцінювання змісту медіатекстів, вимоги до новинних стандартів; специфіку різних інструментів новітніх медіа, зокрема YouTube, Google, Facebook, Twitter, Тік-ток тощо, вимоги до спілкування у соціальних мережах; різні техніки маніпулятивних впливів, методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації.

Такі курсанти можуть системно проаналізувати й оцінити медіаповідомлення, визначити його актуальність і несуперечливість. Вони можуть аргументовано та переконливо висловити свою думку щодо різних завдань професійної діяльності, брати участь в онлайн-дискусіях. Курсанти вміють критично оцінювати медіатексти, виявляти маніпуляції історичною й актуальною для суспільства інформацією, перевіряти її достовірність; мають навички розпізнавання фейків і дезінформації, ворожих інформаційних впливів, можуть точно верифікувати контент соціальних мереж.

Отже, відповідно до результатів аналізу наукової літератури, структури медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил розвиток їхньої медіаграмотності передбачено визначати за трьома критеріями, що відповідають її структурним компонентам, зокрема особистісно-мотиваційному, пізнавально-когнітивному і діяльнісно-результативному. Відповідно до цих критеріїв виокремлено такі рівні розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил: низький, середній і високий.

2.3 Стан розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України на констатувальному етапі експериментального дослідження

Відповідно до завдань дослідження на наступному етапі проведено констатувальний експеримент. Його метою було з'ясування стану розвиненості медіаграмотності в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил. Завданнями цього етапу дослідження визначено такі:

– провести опитування курсантів щодо їхнього ставлення до розвитку медіаграмотності, визначити мотивацію до підвищення рівня медіаграмотності;

– з'ясувати обізнаність майбутніх офіцерів про сутність медіаграмотності та її складові;

– визначити рівень розвитку у курсантів умінь працювати з різними видами інформації й аналізувати медіатексти;

– проаналізувати зміст програм навчальних дисциплін «Українська мова за професійним спрямуванням», «Політологія і соціологія», «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України» та їх навчально-методичне забезпечення щодо можливостей розвитку в курсантів медіаграмотності;

– визначити потенціал освітнього процесу щодо розвитку у майбутніх офіцерів медіаграмотності.

Констатувальний етап педагогічного експерименту проведено у травні 2021 року на базі Інституту Військово-Морських Сил Національного університету «Одеська морська академія». Учасниками цього етапу були 277 курсантів другого курсу, що навчалися за спеціальністю 254 «Забезпечення військ (сил)» та 255 «Озброєння та військова техніка» у галузі знань 25 «Воєнні науки, національна безпека, безпека державного кордону».

Для визначення стану розвитку у майбутніх офіцерів медіаграмотності використано комплекс методів, насамперед письмове й усне опитування, тестування, експертне оцінювання, спостереження. Зокрема, для визначення стану розвитку у курсантів *особистісного* компонента медіаграмотності проведено письмове та усне опитування. Під час опитування з'ясовувалось ставлення курсантів до вивчення медіаграмотності (див. додаток В) і сфера їхніх пізнавальних інтересів (див. додаток Д). Було також проведено опитування для визначення готовності курсантів підвищувати свій рівень знань про медіаграмотність (додаток К) та опитування для визначення емоційної врівноваженості курсантів, їх психологічної стриманості, стресостійкості в агресивному інформаційному просторі (додаток Л). Низку методик і запитань ми запозичили з аналітичного звіту за результатами комплексного дослідження «Індекс медіаграмотності українців» [50]. Усі використані на цьому етапі методики подано у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 – Методики для визначення стану розвитку у майбутніх офіцерів медіаграмотності

№ з/п	Критерії та показники розвитку медіаграмотності	Методики дослідження
1	Особистісно-мотиваційний критерій	
1.1	Мотивація до вивчення медіаграмотності	Анкета для з'ясування мотивації курсантів до вивчення медіаграмотності (див. додаток В)
1.2	Пізнавальні інтереси у сфері медіа, ерудиція, допитливість та прагнення нового	Анкета для визначення пізнавальних інтересів у сфері медіаграмотності, допитливості та прагнення нового (див. додаток Д)
1.3	Готовність підвищувати свій рівень знань про медіаграмотність	Опитувальник для визначення готовності курсантів підвищувати свій рівень знань про медіаграмотність (див. додаток К)
1.4	Емоційна врівноваженість, психологічна стриманість, стресостійкість в агресивному інформаційному просторі	Опитувальник для оцінювання емоційно-діяльнісної адаптивності курсантів (див. додаток Л)
2	Пізнавально-когнітивний критерій	
2.1	Обізнаність майбутніх офіцерів про загальні особливості медіа, їхню історію та роль у суспільстві	Тести для з'ясування розуміння курсантами історії медіа та значення медіа в житті суспільства, їх видів і жанрів (див. додатки Ж та И)
2.2	Знання про послідовність оцінювання змісту медіатекстів, вимоги до медіаповідомлення та новинні стандарти	Опитувальник для визначення знань курсантів про послідовність оцінювання змісту медіаповідомлень/медіатекстів, вимоги до медіаповідомлення та новинні стандарти (додаток М)
2.3	Знання про інструменти новітніх медіа, зокрема YouTube, Google, Facebook, Twitter, Тік-ток тощо, особливості спілкування у соціальних мережах	Напівпроективне анкетування у формі незавершених речень для визначення обізнаності курсантів про інструменти новітніх медіа, зокрема YouTube, Google, Facebook, Twitter, Тік-ток тощо, особливості спілкування у соціальних мережах (див. додаток Е)
2.4	Обізнаність про техніки маніпулятивних впливів, методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації	Запитання бесіди для визначення знань курсантів про техніки маніпулятивних впливів, методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації (додаток Н)
3	Діяльнісно-результативний критерій	
3.1	Здатність аналізувати й оцінювати медіаповідомлення, визначати його актуальність і несуперечливість	Завдання для визначення здатності курсантів аналізувати й оцінювати медіаповідомлення, визначати його актуальність і несуперечливість (див. додаток А)
3.2	Уміння створювати власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності, брати участь в онлайн-дискусіях	Завдання для визначення вміння створювати власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності, брати участь в онлайн-дискусіях (див. додаток Б)
3.3	Уміння критично оцінювати медіатексти, виявляти маніпуляції історичною й актуальною для	Завдання для визначення вміння курсантів критично оцінювати медіатексти, виявляти маніпуляції історичною й актуальною для

Закінчення таблиці 2.3

№ з/п	Критерії та показники розвитку медіаграмотності	Методики дослідження
	суспільства інформацією, перевіряти її достовірність	суспільства інформацією, перевіряти її достовірність (додаток П)
3.4	Навички розпізнавання фейків та дезінформації, протидії ворожим інформаційним впливам, верифікації контенту соціальних мереж	Завдання для визначення здатності курсантів розпізнавати фейки та дезінформацію, ворожі інформаційні впливи, верифікувати контент соціальних мереж (додаток Р)

Ми запропонували курсантам запитання про те, чи потрібно офіцеру Військово-Морських Сил знати сучасні медіа. З'ясовано, що більшість курсантів (66,79 %) вважають, що потрібно. На їх думку, це зумовлено тим, що медіа дають багато важливої інформації, необхідної для особистого і професійного життя, наприклад, як уберегтися від коронавірусної інфекції. Ще одне запитання стосувалося того, чи ознайомлюються курсанти самостійно з матеріалами про медіаграмотність. Виявлено, що цими питаннями постійно цікавиться 30,68 % опитаних. 26,71 % курсантів це робить час від часу. Ці курсанти зазначили, що хотіли б приділяти цьому більше уваги, але не завжди можуть виділити на це час. Найбільше курсантів цікавить, як розрізнити справжні сайти необхідних установ, як не потрапити на фальшиві сторінки у соцмережах та «не дати себе надурити». Більшість опитаних (52,35 %) також згодна з тим, що медіаграмотність має велике значення в їхній професійній діяльності, оскільки «у військовій сфері досить часто інформація теж є зброєю».

Наступний блок запитань допоміг визначити пізнавальні інтереси курсантів у сфері медіаграмотності, їхню ерудицію, допитливість та прагнення нового. Зокрема одне запитання передбачало виявлення того, які ЗМІ найкраще знають курсанти та яким надають пріоритет. Виявлено, що більшість із них найкраще орієнтується щодо електронних ЗМІ. 5,05 % опитаних надають перевагу інформації з телебачення, друкованих газет і журналів курсанти майже не читають. Своїм улюбленим медіа 72,56 %

курсантів називають соціальні мережі, решта найчастіше читають новини в онлайн-ЗМІ (14,44 %) чи дивляться новини у YouTube (12,27 %).

74,36 % курсантів використовують соціальні мережі для знаходження інформації щодо своїх зацікавлень: професійних інтересів, інформації про подорожі, нову техніку, спорт. Курсанти (81,23 %) також погоджуються, що допитливість і прагнення до вивчення нового має бути важливою характеристикою офіцера. Вони пояснюють це тим, що багато інформації не можна встигнути опанувати на навчальних заняттях (про це заявили 57,04 % опитаних), що самостійно поповнювати свої знання дуже цікаво (21,66 % відповідей), що сфера їхньої професійної діяльності потребує багато нових знань (так відповіли 51,26 % опитаних).

Окремий блок запитань передбачав визначення готовності курсантів підвищувати свій рівень знань про медіаграмотність. Переважна більшість курсантів (83,39 %) погоджується, що майбутній офіцер повинен постійно підвищувати рівень своїх знань з медіаграмотності. 60,64 % курсантів однозначно планують підвищувати свій рівень знань про вимоги медіаграмотності, 30,32 % опитаних зазначили, що будуть це робити «за можливості». Зовсім не планують цього робити лише 9,02 % курсантів. Найбільше курсантів цікавить «можливість розрізняти правду від вигадки», «уміння знаходити достовірну інформацію», «не потрапляти на гачок фейків». На це вказала більшість курсантів. З тих, хто хотів би підвищити свій рівень медіаграмотності, 42,88 % опитаних написали, що хотіли б це зробити під час спеціально організованих курсів, 42,06 % – під час навчальних занять, 15,08% – самостійно.

Насамкінець ми запропонували курсантам визначити їхню емоційну врівноваженість, психологічну стриманість, стресостійкість в агресивному інформаційному просторі. У цьому випадку ми скористалися опитувальником для оцінювання емоційно-діяльнісної адаптивності курсантів (див. додаток Л). Це зумовлено тим, що стресостійкість особистості та вміння адаптуватись до життя знаходяться в прямій залежності. При зниженому адаптаційному

потенціалі, як правило, загострюються кризові переживання і виникає стрес. За результатами опитування виявлено, що більшість курсантів (60,29%) мають середній рівень адаптивності: сума їхніх відповідей становить 3–10 балів. 30,68 % курсантів мають високий рівень адаптивності (до 3 балів), 9,02 % – низький рівень (10–20 балів). Тих, хто має дуже низький рівень (20–25 балів), не виявлено.

Загалом щодо стану розвитку медіаграмотності за особистісно-мотиваційним критерієм з'ясовано, що переважна кількість курсантів високо оцінює значення медіаграмотності, її важливість в їхньому професійному житті. Більшість із них має високий (18,41 %) і середній рівні (46,93 %) розвитку медіаграмотності за особистісно-мотиваційним критерієм.

Для визначення стану *пізнавального компонента* медіаграмотності майбутніх офіцерів ми використали письмове опитування, тестування і напівпроективне анкетування. Курсантам було запропоновано тест для з'ясування розуміння історії медіа (див. додаток Ж) та опитувальник для з'ясування розуміння значення медіа в житті суспільства, їх видів і жанрів (див. додаток И). Перший тест містив 10 запитань щодо історії медіа. Йшлося про хронологічну історію медіа, інформаційно-комунікаційні революції в історії людства, види та жанри медіа. Своєю чергою опитувальник містив запитання з вибором кількох відповідей. З'ясовано, зокрема, що не всі курсанти належно обізнані про роль медіа в житті суспільства. Лише 37,18 % опитаних зазначили, що основне завдання ЗМІ – це інформування громадян про суспільно значущі події, що медіа повинні також транслювати певні цінності, важливі для суспільства і держави, та надавати корисну інформацію. 28,16 % зазначили, що медіа покликані розважати аудиторію, 19,85 % написали, що ЗМІ повинні бути інструментом для контролю і критики влади. 14,80 % вважають медіа майданчиком для спілкування між людьми.

На запитання про те, чи є в Україні суспільні ЗМІ, лише частина курсантів (32,85 %) відповіла ствердно, 29,60 % опитаних упевнені, що їх немає, а 37,54 % не змогли однозначно відповісти на це запитання. Серед тих,

хто обізнаний із суспільними ЗМІ, більшість вказала на такі їхні переваги: важливі, оскільки «працюють в інтересах усього суспільства, а не власника», «мають повідомляти про те, що нецікаво комерційним ЗМІ – суспільні проблеми, науку, культуру». Ті, хто поінформований про суспільне мовлення в Україні, серед суспільних телеканалів найчастіше згадали Громадське та «UA:Перший».

З'ясовано також, що впродовж останнього тижня курсанти найчастіше зверталися до соціальних мереж Facebook, YouTube, Instagram, Twitter (26,71 %), месенджерів Telegram, WhatsApp, Viber (24,91 %), відеоблогів на YouTube чи інших сервісах (18,41 %), інформаційних інтернет-ресурсів (онлайн-видання) (15,52 %), подкастів (опублікованих в медіа або на Google-подкастах, Apple-подкастах, Spotify) (11,55 %), телебачення (2,89 %). До друкованих ЗМІ (газети/журнали) ніхто з курсантів не звертався. Ще одне запитання стосувалось того, скільки часу курсанти присвячують медіа впродовж дня. Найбільша частка опитаних (43,32%) дізнається про новини впродовж дня до 30 хвилин; 38,98% – від 30 хвилин до однієї години; 17,69% – більше однієї години.

Щодо обізнаності курсантів про послідовність оцінювання змісту медіатекстів, вимоги до медіаповідомлення та новинних стандартів (див. додаток М) з'ясовано, що лише 18,05 % опитаних на високому рівні змогли пояснити, що в цьому випадку оцінка медіатексту передбачає відповідь на такі запитання, як авторство, мета, вплив, аудиторія, реакція, зміст, технології, інтерпретації (за концепцією Британського інституту кіно, 1989 р.). Ці курсанти зазначили, що важливо під час оцінки медіаповідомлення дати відповіді на такі запитання: «Хто створив це повідомлення?», «Які творчі засоби використано, щоб привернути увагу читача/глядача?», «Чому різні люди по-різному сприймають меседжі?», «Які цінності, ідеї і погляди подано чи пропущено в цьому повідомленні?», «Чому це повідомлення було поширене?». Інші курсанти (34,66 %) назвали лише деякі аспекти, на які треба звертати увагу, зокрема щодо авторства чи перевірки змісту. Проблемним для

курсантів виявилось і запитання щодо новинних стандартів. Ці курсанти змогли назвати і пояснити лише кілька (1–2) новинних стандартів, решта (47,29 %) зазначили, що ніколи про них не чули.

Далі за результатами напівпроективного анкетування у формі незавершених речень було визначено обізнаність курсантів про інструменти новітніх медіа, зокрема YouTube, Google, Facebook, Twitter, Тік-ток тощо, особливості спілкування у соціальних мережах (див. додаток Е).

Запитання стосувалися цифрової компетентності, розуміння особливостей функціонування і термінології нових медіа, практики цифрової безпеки. Зокрема з'ясовано, що 45,49 % курсантів на високому рівні пояснили значення слів «Інтернет-троль», «бот», «кукі». Ці курсанти також пояснили, як працює алгоритм новинної стрічки в соціальних медіа, як потрібно захищати свої персональні дані в інтернеті, як треба перевірити акаунт людини в соцмережі, якщо отримано від неї запит у друзі, що означає двофакторна (двоетапна) автентифікація тощо.

Також під час бесід виявлено, що курсанти можуть пояснити сутність технік маніпулятивних впливів, знають методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації (див. додаток Н). Запитання стосувалися визначення чутливості курсантів до спотвореного медіаконтенту та до дезінформації/фейкових новин. Виявлено, що проблему дезінформації вважають актуальною 51,26% курсантів, проте лише 17,68 % опитаних змогли на високому рівні розкрити питання про те, як треба визначати достовірність медіаповідомлення. Вони вказали на важливість посилань на джерело інформації, на представленість різних поглядів, на наявність фото/відео, яке підтверджує інформацію, а також на довіру до видання і репутацію автора. Ці курсанти розуміють, що таке клікбейт, тому не відкривають посилання. Частина курсантів (46,93 %) змогли вказати лише на одну з цих підстав, оскільки вони, в основному, шукають більш деталізовану і повну інформацію, а не перевіряють її. Вони також реагують на клікбейт як на «заголовочнаживку» та іноді попадаються на нього. 35,38 % курсантів визначають

достовірність новини інтуїтивно або ніколи не перевіряють інформацію на достовірність. Ці ж курсанти не знають, що таке клікбейт.

Те ж саме стосується і запитання щодо вияву ознак маніпуляцій у медіаповідомленні. Проблему маніпуляції в ЗМІ курсанти вважають актуальною, але щодо ознак маніпуляцій повністю та всебічно відповісти змогли лише 16,24 % із них. Вони зазначили, що підозріло виглядає матеріал, де висвітлено лише один бік події, де подано неповну або неточну інформацію, де замало аргументів, але багато стереотипних суджень, ярликів, кліше, де помітна надмірна емоційність і немає посилань на джерело. Серед ознак маніпулятивних матеріалів ці курсанти вказали також на такі, як залякування, упереджені чи невідомі експерти, недостовірні дані соціологічних досліджень, емоційна маніпуляція, подання фактів разом з оцінками і цитатами, що висмикнуті з контексту. Інші курсанти змогли назвати лише одну-дві ознаки (середній рівень). Стосовно запитання про спеціалізовані сайти та програми для перевірки інформації 37,54 % опитаних вказали на «Детектор медіа» чи StopFake.

Загалом результати бесід, результати опитувань і спостережень засвідчили, що курсанти не завжди розуміють роль медіа в житті суспільства, їх значення для демократії, вплив на своє життя. Значно краще курсанти орієнтуються у питаннях щодо нових медіа та сучасних гаджетів. Саме із соціальних мереж більшість курсантів дізнається про суспільно-політичні новини. Це основна платформа споживання інформації для молоді. Високий рівень цифрової грамотності пов'язано з інтенсивністю використання інтернету. Гірші результати показали курсанти щодо питань цифрової безпеки і виявлення медіаповідомлень, які містять ознаки маніпуляції чи дезінформації.

Загальний рівень розвитку у курсантів пізнавального компонента медіаграмотності визначено як середню арифметичну оцінку, отриману за результатами всіх опитувань. З'ясовано, що лише 16,97 % мають високий рівень розвитку медіаграмотності за пізнавально-когнітивним критерієм,

46,57 % – середній. У 36,46 % курсантів за цим критерієм медіаграмотність розвинена на низькому рівні, вони не знають особливостей значення і специфіки медіа, правил перевірки медіаповідомлень чи маніпулятивних впливів, методів захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації.

Для визначення стану розвитку *діяльнісного компонента* медіаграмотності майбутніх офіцерів ми використали різні типи завдань (див. додатки А, Б, П, Р). Зокрема, було передбачено визначити здатність курсантів аналізувати й оцінювати медіаповідомлення, визначити його актуальність і несуперечливість (див. додаток А). Для цього курсанти аналізували текст М. Голуб «Як розвивається волинська бібліотека всупереч пандемії коронавірусу» за посиланням <https://sylappravdy.com/yak-rozvyvayetsya-volynska-biblioteka-vsuperech-pandemiyi-koronavirusu/>. Ми оцінювали, як курсанти визначали тип медіатексту, його актуальність, смислові акценти, аргументацію, які враження він у них викликав. З'ясовано, що лише 15,88 % опитаних змогли чітко визначити вид ЗМІ, категорію повідомлення, мету, відповідність цілей і засобів, засоби виразності, можливі помилки і неточності медіаповідомлення. 44,04 % курсантів змогли проаналізувати лише один-два аспекти медіаповідомлення.

Ще одне завдання передбачало перевірку здатності курсантів створювати власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності, брати участь в онлайн-дискусіях (див. додаток Б). Курсанти повинні були пояснити, чому найпоширенішою ідеєю для виправдання агресії путін використовує ідею про «братські народи», а також охарактеризувати два типи масової комунікації, зокрема визначити їхні функції, спосіб презентації тощо. Ще одне завдання містило такий опис: «Ваш родич живе в Дніпрі. Він Вам говорить, що на Донбасі триває громадянська війна, а «народ Донбасу» хоче миру та в усьому винні «бандерівці». Вони краще живуть на заході України, бо Донбас усіх їх годує. Як Ви побудуєте з ним розмову? На чому будете акцентувати увагу?». На високому рівні

виконати це завдання змогли 15,52 % курсантів. Вони змогли логічно обґрунтувати свою позицію, висловили послідовні, несуперечливі, обґрунтовані міркування. Багатьом курсантам (44,76 %) підібрати необхідні аргументи було важко, свою позицію вони висловили недостатньо переконливо.

Окреме завдання стосувалося критичної оцінки медіатекстів, виявлення маніпуляцій історичною й актуальною для суспільства інформацією, перевірки інформації щодо достовірності та надійності (див. додаток П). Ми запропонували курсантам знайти приклади маніпуляцій у ЗМІ, а також вирішити таке завдання: «Прочитайте медіатекст «В Україні введуть податок на необґрунтовані витрати» за посиланням https://www.volyn24.com/news/177406-v-ukraini-vvedut-podatok-na-neobruntovani-vytraty#google_vignette. Чи є у ньому ознаки маніпулятивності? Поясніть свою думку. Як Ви перевірите достовірність інформації?». З'ясовано, що кілька маніпуляцій змогли визначити і пояснити лише 14,80 % опитаних. Зокрема вони пояснили, що, наприклад, на цьому сайті є ще маніпуляція у заголовку – «В Україні введуть податок на необґрунтовані витрати». У тексті новини йдеться про законопроект, проте у новині пишуть про податок як про факт, хоча невідомо чи він стане законом. Ці курсанти змогли пояснити, що для визначення ознак маніпулятивності треба звернути увагу на заголовок, емоційність, офіційні джерела, використання перебільшень, узагальнень, закликів, емоційної лексики та мови ворожнечі, вирвані з контексту слова офіційних осіб, слабку аргументацію, сарказму, непотрібну іронію тощо. Вони також чітко дали відповідь на запитання щодо достовірності інформації з різних джерел, охарактеризували критерії визначення достовірності інформації. Більшість курсантів не змогла належним чином пояснити свою думку, зазначивши лише про те, що «здається», «інтуїція підказує», «швидше за все».

Ще одне завдання передбачало визначення здатності курсантів розпізнавати фейки та дезінформацію, ворожі інформаційні впливи, верифікувати контент соціальних мереж (див. додаток Р). Матеріали ми брали

із джерела: <https://texty.org.ua/articles/105215/disinfomonitoring-110/>. Викладачі пропонували курсантам таке завдання: «Після 2014 року російська держава системно поширювала міфи, пов'язані з усвідомленням та оцінкою історичного минулого України. Ця діяльність була цілеспрямована і будувалася на певних наративах, які повинні були викликати в суспільстві хибні уявлення про дійсність. Для цього завдання було залучено не лише медіа, а й кіноіндустрію, белетристику, історичну освіту тощо. Назвіть 3–4 найпоширеніших наративи для виправдання агресії. Визначте роль використання історичної інформації в російсько-українському конфлікті». З'ясовано, що невелика кількість курсантів змогла виконати це завдання на високому рівні. Лише 16,97 % змогли пояснити, що таке наратив і розповісти про такі з них: «Україна – це штучний проєкт Заходу», «Росія – країна, що перемогла нацизм», «Україна – це невдала тінь Росії», «Крим, Донбас і південний схід України – це Росія» тощо. Курсанти пояснили, що цими наративами російська історична пропаганда стверджує, що: Україна – «окраїна» Росії, звідси, мовляв, походить назва країни; саме Росія – наступниця Русі; українська церква не має підстав для незалежності, Україна – це «вигадана» держава, «проєкт» західних країн, націлений на послаблення Росії; Крим і Донбас завжди були російськими. Більшість курсантів (47,29 %) змогла назвати лише 1–2 наративи російської пропаганди, але не змогла їх пояснити чи спростувати.

Окрім того, курсанти повинні були проаналізувати заголовки з провідних українських видань, локальних українських видань, українських маніпулятивних сайтів, популярних в Україні телеграм-каналів, маніпулятивних матеріалів із російських сайтів (за матеріалами <https://texty.org.ua/articles/105215/disinfomonitoring-110/>) на кшталт: «Економічна криза в Україні триває», «Запад пожертвує Україною», «Верховна рада», «Життя в окупації», «Зеленський перетворює Україну на «порохову бочку»», «Україна не хоче «миру»», «Ціни на газ зростають: Німеччина за Північний потік», ««Соросіям» не подобається рейтинг

Медведчука та ОПЗЖ». Було необхідно визначити, які з них мають дезінформаційний характер та пояснити свій вибір. Опитування показало, що правильно класифікували всі заголовки лише 14,44 % курсантів.

Насамкінець ми пропонували курсантам окремі цитати з пропагандистських сайтів на кшталт: «Большинство западных СМИ в последнее время любят представлять Россию как злого демиурга, который пытается перекроить мир в соответствии с собственными злыми замыслами. Вот почему весь год нам постоянно рассказывали о том, что Россия готовит вторжение на Украину, – сообщает британский интернет-журнал Spiked». Лише 16,61 % курсантів змогли виконати це завдання на високому рівні. Усі цитати вони змогли об'єднати у відповідні категорії та пояснити їх спрямованість. Зокрема курсанти зазначили, що всі цитати мали на меті виправдати Росію, негативно оцінити україно-російсько-американські відносини. За цими тезами, Україна є маріонеткою Заходу, який використовує її для шантажу і залякування Росії, яка зовсім не боїться західних санкцій і хоче миру. Курсанти також зазначили, що на російських сайтах не припиняють звинувачувати нашу державу у постійних порушеннях перемир'я, відмові виконувати Мінські домовленості і небажанні досягнення миру на Донбасі. Загальний посыл усіх таких наративів: Захід повинен припинити підтримку України та тиснути на неї, щоб вона підкорилася Росії, оскільки та має «особливі права» на Україну. 47,65 % опитаних виконали це завдання на середньому рівні, ідентифікувавши лише 1–2 вияви пропаганди, без чіткої аргументації.

Загалом вивчення стану розвитку діяльнісного компонента медіаграмотності у майбутніх офіцерів виявило недостатній рівень їхніх умінь аналізувати й оцінювати медіаповідомлення, визначати його актуальність і несуперечливість, створювати власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності, брати участь в онлайн-дискусіях. З'ясовано, що курсанти не завжди системно вміють критично оцінювати медіатексти, виявляти маніпуляції історичною й

актуальною для суспільства інформацією, перевіряти її достовірність, розпізнавати фейки та дезінформації, верифікувати контент соціальних мереж. Лише у 16,61 % майбутніх офіцерів виявлено високий рівень розвитку медіаграмотності за діяльнісно-результативним критерієм. 45,13 % курсантів мають середній рівень, 38,27 % – низький. Загалом дані щодо стану розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України подано в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4 – Результати вивчення стану розвитку медіаграмотності у майбутніх офіцерів, $n = 277$

Критерії	Кількість курсантів та частка у %					
	Високий рівень		Середній рівень		Низький рівень	
	К-сть	%	К-сть	%	К-сть	%
Особистісно-мотиваційний	51	18,41	130	46,93	96	34,66
Пізнавально-когнітивний	47	16,97	129	46,57	101	36,46
Діяльнісно-результативний	46	16,61	125	45,13	106	38,27
Середнє значення	48	17,33	128	46,21	101	36,46

Дані таблиці 2.4 засвідчують, що високий рівень розвитку медіаграмотності мають лише 17,33 % курсантів. Переважна частина майбутніх офіцерів перебуває на середньому – 46,21 % та низькому – 36,46 % рівнях. Найбільші показники розвитку медіаграмотності виявлено за особистісно-мотиваційним критерієм. Курсанти розуміють значення медіаграмотності, її важливість для свого особистісного та професійного життя. Вони мають широкі пізнавальні інтереси у сфері медіаграмотності, насамперед щодо соціальних мереж, обізнані про їхні можливості та вимоги інформаційної безпеки під час роботи із соціальними мережами.

Разом із тим, виявлено недостатню обізнаність курсантів про загальні особливості медіа, їхню історію та роль у суспільстві, слабкі знання про послідовність оцінювання змісту медіатекстів, вимоги до медіаповідомлення та новинні стандарти. Виявлено також, що курсанти не вміють належним чином створювати власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності, брати участь в онлайн-дискусіях; критично оцінювати медіатексти, виявляти маніпуляції історичною

й актуальною для суспільства інформацією, перевіряти її достовірність, розпізнавати фейки та дезінформацію. Такі дані свідчать про необхідність системної роботи щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів під час професійної підготовки.

На констатувальному етапі ми також здійснили спостереження за організацією освітнього процесу в Інституті Військово-Морських Сил Національного університету «Одеська морська академія» з курсантами, що навчалися за спеціальністю 254 «Забезпечення військ (сил)» і 255 «Озброєння та військова техніка» у галузі знань 25 «Воєнні науки, національна безпека, безпека державного кордону». Проаналізувавши навчальні плани та робочі програми навчальних дисциплін, ми з'ясували, що під час їх викладання не передбачено належної уваги до питань, що стосуються навчання курсантів медіаграмотності.

Помітним є неврахування необхідності формування у майбутніх офіцерів умінь аналізувати й оцінювати медіаповідомлення, визначати актуальність і несуперечливість медіатексту, розрізняти інформацію за рівнем впливу на особистість, виявляти приховану й очевидну інформацію. У робочих програмах навчальних дисциплін не приділяється достатньої уваги вивченню шляхів виявлення маніпуляцій історичною й актуальною для суспільства інформацією, розвитку в курсантів умінь перевіряти джерела інформації на їхню повноту, надійність і достовірність.

У робочій програмі навчальної дисципліни «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України» недостатньо приділено уваги тому, як можна розвинути здатність курсантів верифікувати контент соціальних мереж, протидіяти ворожим інформаційним впливам через соціальні мережі, розпізнавати фейки та дезінформацію, дотримуватись основ безпечної поведінки в цифровому середовищі, правил кібербезпеки. Курсанти не завжди вміють вживати заходів безпеки і захищати особистий інформаційний простір, ідентифікувати вияви ворожих інформаційно-психологічних операцій.

Спостереження за проведенням занять з навчальної дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)» виявило, що на них не приділяється достатньої уваги розвитку у курсантів здатності створювати власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності, брати участь в онлайн-дискусіях, розпізнаючи розбіжності в думках, обстоювати власну позицію.

З'ясовано те, що у робочих програмах навчальних дисциплін «Інформаційно-пропагандистське забезпечення», «Експлуатація технічних засобів пропаганди» викладається матеріал про різні види інформації, проте майже не приділяється увага таким питанням, як методика пошуку, відбору і застосування інформації, алгоритм оцінювання змісту медіатекстів засобів масової комунікації, вимоги до новинних стандартів і медіаповідомлення, специфіка висвітлення політичних подій тощо. За результатами спостереження за організацією освітнього процесу з'ясовано, що на заняттях із зазначених навчальних дисциплін недостатньо приділено уваги питанням про інструменти новітніх медіа, техніки маніпулятивних впливів, методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації.

Виявлено також, що викладачі недостатньо звертають уваги на потенціал засобів неформальної освіти (дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів) для відпрацювання у курсантів умінь і навичок медіаграмотності, зокрема перевірки медіатекстів, оцінювання змісту медіаповідомлень. Недостатнім є рівень упровадження інтерактивних методів і технологій навчання для розвитку навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах, їх критичної оцінки під час обговорень з професійних питань. На заняттях викладачі недостатньо використовують можливості дослідницького методу для набуття курсантами досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу.

Окрім того, за результатами відгуків на випускників виявлено, що хоча вони мають конкретні предметні знання з навчальних дисциплін, але не завжди можуть належним чином зібрати інформацію про новий для них

напряму роботи. Їм важко створювати власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності. На етапі становлення молоді офіцери мають труднощі щодо критичної оцінки медіатекстів, виявлення маніпуляцій історичною й актуальною для суспільства інформацією, порівняння джерел інформації щодо їхньої достовірності, надійності та повноти.

Важливість розроблення цілісної системи розвитку медіаграмотності у майбутніх офіцерів зумовлено також необхідністю розв'язання низки протиріч між:

- зростанням вимог суспільства до якості професійної підготовки офіцерів ВМС, зумовлених особливостями їхньої професійної діяльності та вимогами інформаційної безпеки, і недосконалістю методичної бази для виконання цих вимог;

- вимогами до рівня медіаграмотності майбутніх офіцерів ВМС ЗСУ та недостатнім рівнем відповідного науково-методичного забезпечення в освітньому процесі;

- педагогічними резервами соціально-гуманітарних і фундаментальних навчальних дисциплін щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України та зростанням обсягів інформаційного впливу.

Отже, результати констатувального етапу педагогічного експерименту засвідчили, що переважна більшість майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України має недостатній рівень розвитку медіаграмотності. Курсанти розуміють важливість медіаграмотності, але не завжди можуть пояснити особливості впливу медіа, специфіку їх жанрів, не знають вимог до медіатекстів і правил інформаційної безпеки під час користування соціальними мережами. Аналіз практики професійної підготовки, а також стану розвитку медіаграмотності у курсантів засвідчує необхідність організації відповідної роботи щодо розвитку в них зазначеної професійно важливої властивості.

2.4 Обґрунтування педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки

Відповідно до завдань дослідження на цьому етапі з'ясовано сутність понять «розвиток» і «педагогічні умови». У педагогіці термін «розвиток» використовують у значенні «процесу і результату кількісних та якісних змін в організмі людини» [161, с. 31]. Власне розвиток медіаграмотності майбутніх фахівців М. Матвійчук розглядає як вдосконалення «медіазнань (обсяг уявлень, термінів, фактів і зв'язків, які відображають систему мас-медіа), медіавмінь (свідоме виконання медіаосвітньої діяльності на основі медіазнань для досягнення конкретної мети) та медіанавичок (виконання медіаосвітньої діяльності на рівні автоматизованих дій)» [91, с. 10].

З урахуванням цього розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил ми будемо розглядати як *системне й організоване управління їхньою освітньою і пізнавальною активністю для набуття досвіду оптимального використання медіаресурсів, роботи з медіатекстами, аналізу медіаповідомлень, протистояння маніпуляціям та дезінформації*.

Відповідно поняття «умова» у філософському словнику потрактовано як «сукупність обставин, речей і явищ, котрі сприяють перетворенню можливості на дійсність» [15, с. 521]. У педагогічній науці під цим поняттям розуміються внутрішні та зовнішні обставини, які є необхідними для досягнення потрібного освітнього результату. Наприклад, науковець А. Литвин розглядає педагогічні умови як «сукупність заходів, різнопланових (зовнішніх і внутрішніх), соціально-педагогічних та дидактичних чинників, необхідних і достатніх для ... стійкого функціонування певної педагогічної системи» [83, с. 20]. Дослідниця О. Кравченко педагогічними умовами формування медіаграмотності називає «сукупність різноманітних можливостей змісту, методів та організаційних форм педагогічного процесу, необхідних для успішного досягнення мети» [78, с. 273]. Учена С. Ізбаш трактує психолого-

педагогічні умови розвитку медіаграмотності як «об'єктивні і суб'єктивні чинники, що впливають на методи та форми організації професійної підготовки майбутніх офіцерів у закладі вищої освіти і змінюють їх ставлення до взаємодії з медіа шляхом прийняття усвідомлених рішень» [48, с. 40].

Відповідно до цього визначено, що «педагогічні умови розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил – це сукупність заходів щодо вибору змісту, методів, форм професійної підготовки, необхідних для управління навчальною діяльністю курсантів і розвитку в них усіх складових медіаграмотності» [65, с. 54–55].

Далі для визначення педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил враховано вимоги відомих загальнонаукових підходів та принципів. Насамперед, необхідно вказати на важливість *системного підходу* (О. Вознюк, О. Дубасенюк [20], Ю. Козловський [72] та ін.), оскільки медіаграмотність є складовою загальної системи професійної підготовки. Системний підхід орієнтує на важливість організованої і системної роботи з розвитку медіаграмотності курсантів, вибір відповідного змісту, методів, форм та засобів навчальної діяльності. Окрім цього, системний підхід передбачає визначення медіаграмотності з урахуванням її змістових і функціональних зв'язків.

Відповідно до вимог *діяльнісного підходу* (Г. Атанов [5], Дж. Дьюї [40] та ін.) для розвитку в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил медіаграмотності необхідно організовувати освітній процес на діяльнісній основі, розглядаючи діяльність як необхідну умову і засіб професійного навчання та медіаосвіти. Визначальною ідеєю цього підходу є те, що розвиток медіаграмотності є можливим лише через діяльність. Йдеться про формування у курсантів необхідного способу дій і навичок аналізу медіаповідомлень.

Вимогами *особистісно орієнтованого підходу* (І. Бех [8], В. Сухомлинський [147] та ін.) є врахування в освітній діяльності особистісних та професійних потреб майбутніх офіцерів, формування їхньої суспільної відповідальності щодо користування медіа, соціальними мережами

і поширення інформації, розвиток критичного мислення, організація навчального процесу на основі індивідуального підходу, партнерської взаємодії та діалогу.

Інформаційний підхід (Д. Белл [6], В. Іванов [45], Г. Почепцов [122–125]) визначає освітній процес як діяльність з передавання інформації і навчання відповідально нею користуватись. Основною вимогою цього підходу є спрямованість та увага до інформативності медіаповідомлень, вивчення їх впливу на особистість, навчання своєрідного «діалогу» з медіатекстами, їх аргументованого і критичного оцінювання.

Окрім загальних підходів для розвитку в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил медіаграмотності важливе значення має дотримання відповідних принципів, тобто загальних системотвірних психолого-педагогічних вимог. Серед загальних принципів важливо вказати на:

принцип науковості – зміст навчального матеріалу для розвитку медіаграмотності повинен відповідати сучасному рівню теорії пізнання, дидактики, медієвістики та семіотики;

принцип системності та планомірності – для забезпечення міцності навичок аналізу медіаповідомлень важливе значення має структурування інформації і змісту навчання, належне планування організації діяльності викладачів та курсантів;

принцип практичної спрямованості – усі складові медіаграмотності важливо розвивати через залученість курсантів у практичне вирішення актуальних завдань;

принцип професійної спрямованості – відбір змісту, методів, засобів розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів потрібно здійснювати з урахуванням потреб їхньої професійної діяльності;

принцип проблемності – для розвитку в курсантів навичок критичного сприйняття медіатекстів необхідно створювати проблемні ситуації;

принцип наочності й доступності навчання – важливо формувати у курсантів конкретні уявлення про медіаграмотність, особливості розпізнавання і послідовність аналізу медіаповідомлень.

Щодо специфічних принципів необхідно вказати на такі:

принцип орієнтованості на розвиток критичного мислення, на критичне сприймання медіаповідомлень, тобто конструктивний аналіз та аргументоване оцінювання медіатекстової інформації;

принцип комунікативної спрямованості – медіаосвіта має бути спрямована на оптимізацію комунікативних здібностей курсантів;

принцип інтерактивної взаємодії – медіаосвіта є новою формою інтерактивної взаємодії між курсантами і викладачем, передбачає діалог, взаємне навчання;

принцип відбору навчального матеріалу – передбачає відбір навчального матеріалу від простого до складного, відповідно до мети заняття, з урахуванням актуальності теми, без «психологічних ризиків», тобто того, що викликає психологічне напруження, емоції страху тощо;

принцип дослідницького характеру – навички медіаграмотності потрібно розвивати у форматі дослідження медіатекстів, тобто через визначення мети, способу, наслідків медіаповідомлень.

Окрім цих підходів і принципів для визначення педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки було також враховано напрацювання науковців із тематики дослідження (таблиця 2.5).

Таблиця 2.5 – Перелік педагогічних умов, необхідних для розвитку медіаграмотності майбутніх фахівців

№ з/п	Учені	Педагогічні умови
1	Л. Хмарна [155, с. 5]	1) розвиток мотивації до формування медіаграмотності вчителів мистецьких дисциплін, усвідомлення специфіки використання медіа; 2) надання вчителям комплексу базових та специфічних знань з медіаграмотності; 3) використання тренінгових технологій для формування вмінь і навичок практичного застосування матеріалів з розвитку медіаграмотності

Продовження таблиці 2.5

№ з/п	Учені	Педагогічні умови
2	Ю. Казаков [57, с. 18]	1) розгляд медіаграмотності майбутнього вчителя як складової професійної педагогічної культури; 2) інтеграція медіаосвіти в зміст фахової педагогічної підготовки майбутнього вчителя; 3) введення спецкурсів медіаосвітньої спрямованості відповідно до спеціального (соціокультурного) напрямку медіаосвіти; 4) формування навичок та вмінь роботи з медіатекстами як метапредметних професійних якостей майбутнього вчителя; 5) формування потреби у взаємодії з медіатекстами в майбутніх учителів у процесі професійної підготовки; 6) цілеспрямоване використання засобів масової комунікації, які на основі актуалізованих смислів і знаків, системних текстів та гіпертекстів впливають на формування знань, умінь і навичок взаємодії майбутнього вчителя із сучасною медіакультурою
3	М. Матвійчук [91, с. 12]	1) доповнення змісту фахових дисциплін навчальним матеріалом з медіаосвіти (шляхом упровадження інтегрованої програми медіаосвіти у дисципліни «Етика соціально-педагогічної діяльності», «Педагогіка», «Теорія і історія соціального виховання», «Соціально-педагогічна робота у сфері дозвілля», «Соціальна педагогіка», «Соціалізація особистості»); 2) цілеспрямоване використання форм та методів медіаосвіти у процесі фахової підготовки (упровадження інтерактивних форм і методів навчання, зокрема дискусій, оксфордських дебатів, ситуаційного аналізу проблем, круглих столів, творчих медіазанять з розвитку повноцінного сприйняття медіатекстів, конкурсу ситуацій, залучення студентів до вебквестів, соціально-педагогічних фотоквестів, написання кінематографічних мінісценаріїв, проблемного аналізу медіатекстів); 3) самоосвіта у сфері медіа (робота студентів над щоденником медіаспостережень, перегляд кінофільмів, групове обговорення матеріалів фотовиставок, зустрічі з фахівцями у сфері мас-медіа)
4	А. Плугіна [117, с. 68–69]	1) формування позитивного ставлення до навчання, знань і вмінь, що сприятимуть застосуванню медіаосвітніх технологій у майбутній професійній діяльності; 2) використання різнопланових практичних завдань, спрямованих на розвиток критичного мислення; 3) розвиток практичних навичок застосування медіаосвітніх технологій під час підготовки до занять, а також на практиці
5	Ю. Руденко, Н. Дегтярьова, С. Петренко, В. Горохова [133, с. 62]	1) інтеграція медіаграмотності в інші дисципліни; 2) підтримка будь-яких медіаосвітніх ініціатив педагогів; 3) популяризація медіаграмотності шляхом проведення виховних заходів; 4) участь у міжнародних проєктах; 5) проходження онлайн-курсів на освітніх платформах, спеціалізована підготовка викладачів
6	Г. Волошко [22, с. 6]	1) організація семінарів, тренінгів, курсів підвищення кваліфікації педагогів у сфері медіаосвіти; 2) створення творчих груп педагогів у школах;

Закінчення таблиці 2.5

№ з/п	Учені	Педагогічні умови
		3) інтеграція медіаосвіти в сучасний урок; 4) розробка власних програм із медіаграмотності для шкільних і дошкільних закладів; 5) організація позакласної роботи з медіаосвіти
7	С. Ізбаш [48, с. 40–41]	1) діагностика рівня медіаграмотності особистості курсанта з метою виявлення мотивів вивчення медіаграмотності; 2) формування суб'єкт-суб'єктних взаємин в освітньому процесі; 3) проведення тренінгів з медіаграмотності та розвитку здібностей до критичного мислення; 4) дотримання психолого-педагогічної структури вивчення медіаграмотності в процесі професійної підготовки

Як свідчать дані таблиці 2.5, загалом науковці наголошують на важливості вибору відповідного змісту, форм, засобів і методів навчання медіаграмотності для того, щоб навчати майбутніх фахівців створювати та використовувати засоби масової інформації і комунікації, а також аналізувати інформацію, поширену в ЗМІ. Дослідники роблять акцент на таких методах проведення занять, які стимулюють здібності тих, хто навчається, аналізувати й інтерпретувати медіаповідомлення та розвивають у них самостійність мислення.

Далі на підставі ранжування експертами виокремлених педагогічних умов було визначено ті, які найкраще сприяють вирішенню завдання розвитку медіаграмотності в майбутніх офіцерів (таблиця 2.6).

Таблиця 2.6 – Експертна оцінка педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки

№ з/п	Педагогічні умови	Рейтинг
1	Розвиток мотивації до формування медіаграмотності фахівців, усвідомлення специфіки використання медіа	10
2	Надання комплексу базових та специфічних знань з медіаграмотності	1
3	Використання тренінгових технологій для формування вмінь і навичок практичного застосування матеріалів з розвитку медіаграмотності	9
4	Інтеграція медіаосвіти в зміст фахової підготовки майбутнього фахівця	2
5	Введення спецкурсів медіаосвітньої спрямованості	3
6	Формування навичок і вмінь роботи з медіатекстами як метапредметних професійних якостей майбутнього фахівця	4

Закінчення таблиці 2.6

№ з/п	Педагогічні умови	Рейтинг
7	Цілеспрямоване використання засобів масової комунікації, які на основі актуалізованих смислів і знаків, системних текстів та гіпертекстів впливають на формування знань, умінь і навичок взаємодії майбутнього фахівця із сучасною медіакультурою	10
8	Доповнення змісту фахових дисциплін навчальним матеріалом з медіаосвіти (шляхом упровадження інтегрованої програми медіаосвіти в дисципліні)	4
9	Цілеспрямоване використання форм та методів медіаосвіти у процесі фахової підготовки (упровадження інтерактивних форм і методів навчання, зокрема дискусій, оксфордських дебатів, ситуаційного аналізу проблем, круглих столів, творчих медіазанять з розвитку повноцінного сприйняття медіатекстів	6
10	Творчі медіазаняття, спрямовані на розвиток умінь критичного аналізу медіатекстів	7
11	Самоосвіта у сфері медіа (робота над щоденником медіаспостережень, перегляд кінофільмів, групове обговорення матеріалів фотовиставок, зустрічі з фахівцями у сфері мас-медіа)	13
12	Формування позитивного ставлення до навчання, знань та умінь, що сприятимуть застосуванню медіаосвітніх технологій у майбутній професійній діяльності	10
13	Використання різнопланових практичних завдань, зокрема таких, що спрямовані на розвиток критичного мислення	8
14	Формування практичних навичок застосування медіаосвітніх технологій	8
15	Інтеграція медіаграмотності в інші дисципліни	4
16	Популяризація медіаграмотності шляхом проведення виховних заходів	14
17	Проходження онлайн-курсів на освітніх платформах	3
18	Спеціалізована підготовка педагогів	15
19	Організація семінарів, тренінгів, курсів підвищення кваліфікації у сфері медіаосвіти	9
20	Інтеграція медіаосвіти в сучасний освітній процес	4
21	Розробка власних програм із медіаграмотності для навчального закладу	3
22	Діагностика рівня медіаграмотності з метою виявлення мотивів вивчення медіаграмотності	11
23	Формування суб'єкт-суб'єктних відносин в освітньому процесі вищого військового навчального закладу	16
24	Проведення тренінгів з медіаграмотності та розвитку здібностей до критичного мислення	9
25	Дотримання психолого-педагогічної структури вивчення медіаграмотності в процесі професійної підготовки	17
26	Формування соціальної відповідальності, критичного мислення, емоційного інтелекту майбутніх фахівців	12

Відповідно до даних таблиці 2.6 визначено, що найвищий рейтинг мають педагогічні умови, що стосуються форм і методів освітнього процесу (умови 6, 9, 10) та змісту навчального матеріалу (умови 2, 4, 5, 8, 17, 20, 21). Педагогічні умови, виокремлені експертами, було скореговано з урахуванням

специфіки професійної діяльності офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України. Ми також взяли до уваги досвід підготовки фахівців Корпусу морської піхоти США і результати констатувального етапу, що свідчать про недостатні знання курсантів щодо значення медіа у житті суспільства, послідовність оцінювання змісту медіаповідомлень, вимоги до медіаповідомлення та новинних стандартів, а також про відсутність у них достатніх практичних навичок критичної оцінки медіатекстів, виявлення маніпуляцій історичною й актуальною для суспільства інформацією, порівняння джерела інформації щодо їх достовірності, надійності та повноти.

Ми взяли до уваги, що, як засвідчили результати констатувального експерименту, курсанти переважно розуміють значення медіаграмотності для свого особистісного і професійного життя, вмотивовані до вивчення цих питань, але не знають належних інструментів до роботи з медіаповідомленнями для їх критичної оцінки. Окрім того, на сьогодні стали особливо важливими вміння протистояти негативному інформаційному впливу, інформаційним деструктивним і маніпулятивним впливам.

Зважаючи на викладене вище, для розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил ми обрали такі педагогічні умови:

1) забезпечення майбутніх офіцерів базовими знаннями медіаграмотності та інформаційної безпеки;

2) використання засобів неформальної освіти (дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів), покликаних розширити уявлення курсантів про значення медіа та специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень;

3) упровадження інтерактивних технологій навчання для відпрацювання навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань;

4) застосування дослідницького методу для набуття курсантами досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу.

Для обґрунтування першої педагогічної умови розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки (*забезпечення майбутніх офіцерів базовими знаннями медіаграмотності та інформаційної безпеки*) було взято до уваги важливість знань щодо сутності медіа й особливостей створення медіаповідомлень та їхнього впливу на аудиторію.

Наприклад, для нас важливою є думка А. Харта про те, що медіаосвіта «має базуватися на вивченні шести основних понять: 1) агентства медіа (тобто джерела інформації, що створюють і поширюють медіатексти); 2) категорії медіа (інтерпретація медіатекстів за типами або жанрами); 3) технології медіа (технологічний процес створення медіатекстів); 4) мова медіа (засоби вираження, знаки і стиль медіатекстів); 5) аудиторія медіа (аналіз типів аудиторії); 6) репрезентації медіа (аналіз конкретного подання змісту медіа)» [179].

Науковці П. Сінгер та Е. Джонсон наголошують, що важливо навчати медіаграмотності більш системно, зокрема розширювати тематику: «Щоб краще впоратися з мінливим середовищем цифрових загроз, треба передбачати більше, ніж зміну організаційних схем або створення нових підрозділів. Подібно до того, як онлайн-загроза перемістилася від хакерських мереж до тих, хто в них знаходиться, навчання цифрової грамотності має вийти за межі щорічного навчання кіберобізнаності, зосередженого на тому, яке посилення не натискати» [207]. У цьому випадку йдеться про те, щоб розглядати тематику медіа у більш широкому контексті протистояння інформаційним загрозам, надаючи ролі медіа більшого значення.

Дослідниця Т. Джоллс також зазначає, що «медіаграмотність відіграє особливу роль: забезпечує процес, якого можна навчати та практикувати, процес, який можна застосувати до всіх змістових і предметних сфер... Навички обробки інформації необхідні для будь-якої сфери (математика, мова, суспільствознавство, наука, здоров'я, мистецтво тощо) та обертаються

навколо подвійних стовпів деконструкції (критичне мислення) і конструювання (виробництво медіа)» [182].

Загалом науковці дотримуються спільної думки про те, що починати свій шлях до медіаграмотності потрібно з обізнаності про значення роботи медіа, їхню сутність та специфіку їхнього впливу на конкретну людину і суспільство загалом. У світовій практиці відомими є різні шляхи отримання молоддю знань із медіаграмотності. Наприклад, у декларації ЮНЕСКО «Виклики медіаосвіти» («Challenge of Media Education (The Grunwald Document)») йдеться про важливість комплексних медіаосвітніх програм на дошкільному чи університетському рівнях для розвитку знань, навичок і ставлень, які сприятимуть зростанню критичної обізнаності та, як наслідок, більшій компетентності серед користувачів електронних і друкованих ЗМІ. У документі зазначено, що такі програми повинні передбачати аналіз медіапродуктів, використання медіа як засобу творчого вираження, а також ефективне використання й участь у доступних медіаканалах [170].

У документі ЮНЕСКО «Медіа та інформаційна грамотність. Навчальна програма для вчителів» («Media and Information Literacy. Curriculum for Teachers») зазначено, що процес медіа та інформаційної грамотності потребує часу та комплексного підходу. Навчальні програми і педагогіка медіаграмотності не є частиною основного навчального плану як дисципліна чи предмет як такий у жодній країні світу. Її або інтегровано в офіційну навчальну програму як наскрізну тему для різних предметів, або вона є доповненням до формальної освіти, переважно в неформальних умовах (поза навчальними закладами, у неформальному секторі). У документі йдеться про те, що «медіаграмотність можна включити в навчальну програму або з мінімалістичним варіантом (збагачення традиційних предметів), або з максималістським основним варіантом (повний курс). Деякі навчальні програми також можна розробити з основними та додатковими елементами, а може бути й окремий курс медіазнавства» [190, с. 6].

Науковці П. Сінгер та Е. Джонсон ведуть мову також про різні форми залучення до медіаосвіти. «Потреба в цих нових навичках поширюється на всіх рівнях – подібно до того, як обізнаність із кібербезпекою відбувається зараз, цифрова грамотність має бути вплетена в професійну військову освіту на всіх її рівнях: від навчального табору аж до семінарів для старших керівників» [207].

Зазначене вище підтверджується і дослідженнями українських науковців щодо інтегрування (доповнення) у традиційний освітній процес закладів освіти знань із медіаграмотності. Зокрема, на думку О. Янишина, «в навчальному закладі часто немає можливості запровадити повноцінний курс медіаосвіти, тому доцільно скористатися синтетичною формою запровадження медіаосвіти у фахову підготовку». Перевагою цього підходу є «наскрізне використання медіаосвітніх матеріалів і технологій під час вивчення навчальних дисциплін різних циклів» для формування тих чи інших її складових (вивчення особливостей мови медіа, робота з медіатекстами). У такий спосіб можна поєднати викладання дисциплін різних циклів із теорією і практикою медіаграмотності [162, с. 168]. Доцільність такої практики підтвердили дослідження В. Горохової [133], Н. Дегтярьової [133], Ю. Казакова [57], М. Матвійчук [91], С. Петренка [133], Ю. Руденко [133] та ін.

Ми також урахували результати констатувального експерименту, які засвідчили, що курсанти недостатньо обізнані з методикою пошуку, відбору та застосування інформації і візуальної медіаінформації, послідовністю оцінювання змісту медіаповідомлень засобів масової комунікації, методами систематизації та формування припущень і суперечливих тверджень. Бажано також передбачити ознайомлення курсантів з особливостями творення медіатексту, вимогами до медіаповідомлення.

Отже, для формування у майбутніх офіцерів базових знань з медіаграмотності доцільно в базові навчальні дисципліни вводити окремі теми з медіаграмотності, передбачити вивчення особливостей мови медіа, роботу з

медіатекстами, орієнтуючись на розвиток тих чи інших складових цієї професійно важливої особистісної властивості.

Що стосується другої педагогічної умови (*використання засобів неформальної освіти (дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів), покликаних розширити уявлення курсантів про значення медіа та специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень*), то необхідно зазначити, що це є поширеною на сьогодні практикою, яка дозволяє розширити можливості доступу майбутніх фахівців до медіаосвіти, надати їй системного характеру та забезпечити більш сприятливі умови для їхнього навчання.

Важливо, що у такий спосіб можна охопити різні аспекти медіаграмотності. У документі ЮНЕСКО «Медіа та інформаційна грамотність. Навчальна програма для вчителів» («Media and Information Literacy. Curriculum for Teachers») йдеться про те, що медіаграмотність складається з низки педагогічних методів і проєктів, які розгалужуються на багато нових видів грамотності. Вони варіюються від новинної грамотності, коли йдеться про дезінформацію, чи пошукової грамотності, коли потрібно знайти якісну інформацію, до цифрової візуальної грамотності, коли треба протидіяти фейкам, та до алгоритмічної грамотності, коли йдеться про вивчення контенту соціальних медіа [190, с. 6]. Як бачимо, медіаграмотність охоплює неофіційні і нові види медіа та практики, які формально не включені в офіційні навчальні програми.

Науковці П. Сінгер та Е. Джонсон указують на доцільність урізноманітнення форм і методів навчання медіаграмотності. На їхню думку, військові можуть запозичити практику навчання медіаграмотності цивільних. «У цивільному світі США є багато освітніх ресурсів, які варіюються від книг і відео до освітніх ігор. Кожен із цих інструментів спрямовано на розвиток навичок, знань і здібностей, якими повинні володіти солдати щодо соціальних мереж. Наприклад, перегляд коротких відео про медіаграмотність зменшує ймовірність того, що навіть найзавзятіші та пристрасні користувачі соціальних медіа поширяють неправдиву інформацію. Подібним чином такі навчальні

заходи, як відеоігри для цифрової грамотності дають еквівалент «щеплення», знижуючи ефективність маніпулятивної інформації» [207].

Дослідниця Т. Джоллс серед переваг онлайн-курсів називає масштабність знань, які можна отримати з мультимедійних джерел, їхню доступність для подальшого вивчення [182].

Перевагами дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів П. Сінгер та Е. Джонсон називають також швидке і всеохопне оцінювання. Учені зазначають, що «як це практикується в навчанні цивільної цифрової грамотності (і це вже має місце на поточних навчальних курсах з кібербезпеки міністерства оборони), модулі можуть завершуватися швидким онлайн-оцінюванням навичок. Типовим підходом є розробка сценарію, за допомогою якого військовослужбовець може продемонструвати знання ключових особливостей цифрової грамотності, наприклад, вилучення неправдивої інформації» [207].

З огляду на це, можна стверджувати, що саме засоби неформальної освіти (дистанційні та онлайн-курси, вебінари) мають великий потенціал для більш масштабної і системної роботи з розвитку медіаграмотності. Далі розглянемо їх специфіку та потенціал.

Згідно з визначенням, прийнятим у науковій літературі, «вебінар – це різновид вебконференції, проведення онлайн-зустрічей або презентацій через Інтернет в режимі реального часу» [21, с. 156]. Він дає великі можливості для комунікації між учасниками у широкому форматі та у зручний для них час. Характеристиками вебінару, які для нього є типовими, можна вважати можливість робити коментарі на електронній дошці, використання відео в режимі реального часу, застосування текстового чату з метою висвітлення запитань і відповідей у режимі реального часу в груповому (повідомлення видно всім учасникам) чи приватному (розмова між двома учасниками) форматі. Під час вебінару є також можливість голосування й опитування [21, с. 156–157]. Щодо можливостей вебінару Н. Волкова також підкреслює, що він дозволяє забезпечити ефективний діалог, «сприяє розвитку вербальних і

комунікативних можливостей, активній аналітико-синтетичній діяльності студентів у процесі навчання. Окрім цього, ведення діалогу за допомогою комп'ютерних інформаційних систем розвиває логіку мислення, чіткість мовлення та професійні якості» [21, с. 156–157].

Своєю чергою дистанційні курси – це розпланована викладачем діяльність курсанта щодо засвоєння структурованого інформаційного матеріалу для виконання завдань. «Це комплекс навчально-методичних матеріалів та освітніх послуг, створених у віртуальному навчальному середовищі для організації дистанційного навчання на основі інформаційних і комунікаційних технологій» [41].

Ефективність дистанційного курсу визначає структурованість, системність і логічність навчального матеріалу, плановість та доступність. Є різні варіанти платформи для його розміщення. Це може бути блог, сайт або спеціальні навчальні середовища (klasnaocinka.com.ua, shodennik.ua тощо). Для створення навчального контенту використовують такі платформи і програми: WordPress, Google Docs, WizIQ, Wiki, Moodle, MS OneDrive. Вони надають можливість розміщувати навчальні матеріали як викладачу, так і курсантам, спілкуватися в чаті та на форумі, проводити онлайн-заняття, спільно працювати над певним завданням. Окрім цього, безпосередньо для спілкування в інтерактивному режимі й обміну інформацією можна використовувати програми Moodle, WizIQ, Educreations, Skype, Google Hangouts, vAcademia, Twitter [41].

У віртуальному просторі організують й інші програми навчання – онлайн-курси. Вони можуть зосереджуватися на одній чи кількох навичках і виконувати різні функції: деякі курси можуть бути пов'язані з навчальною програмою, інші можуть мати варіативний характер. Під час онлайн-курсів, окрім іншого, є можливість планувати «живі» дискусійні групи, відеоконференції чи просто запис лекцій. Однією з основних переваг онлайн-курсів є гнучкість: вони доступні у будь-який час і в будь-якому місці.

Отже, «перевагами дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів є можливість системної роботи, широта охоплення, швидкість ознайомлення майбутніх офіцерів з необхідною інформацією, зручність у роботі, оперативність оцінювання, широкі можливості для задіяння різних форматів інформації, зокрема текстової чи візуальної» [65, с. 55]. Такий потенціал дає підстави вважати їх важливою педагогічною умовою розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки.

Що стосується третьої педагогічної умови, то вона передбачає *упровадження інтерактивних технологій навчання для відпрацювання навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань. У цьому напрямку «першим кроком до медіаграмотності є вміння працювати з інформацією, знати її джерела й особливості пошуку, а далі на цій основі формулювати свою позицію щодо того чи іншого питання»* [65, с. 55–56].

Науковець Дж. Поттер зазначає, що «шляхом до медіаграмотності є медіаосвіта, яка не обмежується вмінням читати або іншою єдиною навичкою. Широка перспектива тут пов'язана з розвинутою структурою знань. Ця структура знань передбачає використання вмінь відбирати інформацію і синтезувати її, що дозволяє постійно збільшувати загальний рівень грамотності» [199]. Дж. Поттер підкреслює, що «медіаграмотні люди здатні отримати більше від конкретного повідомлення. Вони краще розуміються у процесах створення та селекції медіатекстів, глибше розуміють їх значення. Аудиторія, яка має більш високий рівень медіаграмотності, має і більш високий рівень розуміння, керування й оцінки медійного світу» [199].

На думку дослідниць Е. Томан і Т. Дзоллс, «медіаграмотність розширює поняття «текст», охоплюючи не лише письмові тексти, але й будь-яке повідомлення у вербальній, звуковій чи візуальній формі, яке використовується для створення та передачі ідей між собою. Повне розуміння такого «тексту» передбачає не лише дії з деконструкції, тобто розбирання

повідомлення, а й діяльність з конструювання – навчання «запису» і проговорювання своїх думок та ідей» [214].

Як свідчить історія освіти ще з античних часів, імпульсом або поштовхом до цього слугує діалогічне навчання. Саме діалог, як вважають науковці, є ключем до медіаграмотності. Наприклад, Л. Мастерман згадує діалог майже в кожному з окреслених ним ключових принципів медіаосвіти. На його думку, «медіаосвіта проводить свої дослідження через діалог, а не просто обговорення, тим самим вона змінює відносини між учителем та учнем, пропонуючи обидва об'єкти для роздумів і діалогу» [189]. Цим самим, вважає учений, медіаосвіта сприяє «розвитку більш відкритої та демократичної педагогіки», потребує не так впровадження нової предметної сфери, як нових способів роботи в аудиторії. Йдеться про навчання у співпраці, через дослідження: «основу медіаосвіти складає особлива епістемологія: учні не отримують знання, а відкривають. Це не кінець, а початок. Це предмет критичних досліджень і діалогу, з якого студенти та викладачі активно створюють нові знання» [189].

Л. Мастерман підкреслює, що стати медіаграмотним означає не запам'ятовувати факти чи статистичні дані про ЗМІ, а насамперед навчитися ставити правильні запитання про те, що ми дивимося, читаємо чи слухаємо. Йдеться про «критичну автономію» або фундаментальну здатність мислити самостійно, без якої людина не може мати повну гідність як людська особистість або здійснювати громадянську позицію у демократичному суспільстві, де бути громадянином означає брати участь у дискусіях. Кінцева мета медіаосвіти – зробити можливим мудрий вибір [189].

Цієї думки також дотримуються Е. Томан і Т. Джоллс. Вони зазначають, що «мета медіаграмотності полягає не в тому, щоб запам'ятати факти про медіа чи навіть створити відео чи презентацію у PowerPoint. Мета полягає в тому, щоб дослідити питання, які виникають, коли хтось критично оцінює друковане чи електронне повідомлення. Це передбачає постановку проблем, які розвивають навички мислення вищого порядку – навчання того, як

ідентифікувати ключові концепції, як встановити зв'язки між кількома ідеями, як задавати доречні запитання, визначати помилки, формулювати відповідь. Саме ці навички, а не фактичні знання, є основою інтелектуального пошуку та продуктивності на робочому місці і необхідні для повноцінної громадянської позиції в демократичному суспільстві та глобальній економіці» [214].

Науковці П. Сінгер та Е. Джонсон пропонують простий набір контрольних запитань, щоб почати взаємодію будь-якого користувача з медіа: «Навіщо це було зроблено? Хто це зробив? Чого не вистачає? Як це можуть інтерпретувати різні люди? Як я знаю, що це правда? Кому може бути корисне це повідомлення? Кому це повідомлення може зашкодити?». Таке навчання дослідники пропонують доповнити «керованими дискусіями» – засобом навчання, який поєднує цифрову грамотність із ключовими запитаннями, на які необхідно знайти відповідь» [207].

Учені одностайні в тому, що для критичного оцінювання будь-якого медіаповідомлення, формулювання своєї позиції щодо того чи іншого питання важливо мати певний обсяг інформації, знати її джерела й особливості пошуку. Найбільш оптимальним варіантом навчання цього є використання методів навчання, побудованих на основі діалогу. Найбільше відповідають цим вимогам інтерактивні технології. Саме за їхньою допомогою можливим є створення відповідного середовища спілкування, в якому майбутні офіцери можуть розвивати вміння аналізувати медіаповідомлення. За С. Сисоєвою ними, насамперед, є «дискусії, метод «мозкового штурму», метод «круглого столу», метод «ділової гри», ділові ігри, навчальні тренінги, колективне вирішення творчих завдань, кейс-метод, практичні групові й індивідуальні вправи, обговорення відеозаписів тощо» [137, с. 39].

Як зазначає дослідниця Н. Волкова, важливе значення «для розвитку аналітичного мислення, практичних навичок роботи з інформацією (аналіз, синтез, структурування, ранжування), здатності до вибору оптимальних рішень, руйнування стереотипів мислення має потенціал методу традиційного аналізу конкретних ситуацій», який «передбачає глибоке і детальне

дослідження справжньої або імітованої ситуації» [21, с. 62–63]. Загалом дуже важливо пропонувати майбутнім офіцерам під час круглих столів, аналізу ситуацій, дискусій чи обговорення медіатекстів такі завдання, виконуючи які вони вчаться аргументувати власну позицію та чітко формулювати власні думки. У такий спосіб курсанти зможуть мати уявлення про механізми та наслідки впливу інформації на слухачів (читачів чи глядачів), аналізувати і розуміти її, вчитися грамотно сприймати її з різних джерел, відшліфувати своє вміння ставити запитання чи аргументовано давати на них відповіді.

Отже, третя педагогічна умова розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки визначає необхідність *упровадження інтерактивних технологій навчання для відпрацювання навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань.*

У межах четвертої педагогічної умови передбачено *застосування дослідницького методу для набуття курсантами досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу.* У рішеннях Ради національної безпеки і оборони України «Про нову редакцію Воєнної доктрини України» [129] та «Про Стратегію національної безпеки України» [128] наголошується на необхідності належного реагування на загрози інформаційній безпеці. Зокрема, у Рішенні Ради національної безпеки і оборони України «Про нову редакцію Воєнної доктрини України» зазначено, що «важливим завданням попередження й ефективної протидії ворожим інформаційно-психологічним впливам є забезпечення інформаційної складової воєнної безпеки, підвищення медіакультури суспільства і громадян» [129].

Щодо цього Г. Почепцов зазначає, що сучасні війни використовують когнітивну складову, зокрема когнітивні слабкі місця аудиторії [122, с. 30–31]. Саме тому «офіцер повинен мати базові знання та вміння когнітивної безпеки, що допоможе йому уникати чужого стилю мислення, нав'язаного ззовні розуміння ситуації» [122, с. 15]. Навички критичного мислення можуть

допомогти офіцеру виявити обман, зробити аналіз помилок в аргументації, обрати правильний варіант рішення завдання або визначити надійність або достовірність джерела інформації.

Зазначені вміння у курсантів найбільш ефективно можна розвинути за допомогою дослідницьких методів. Л. Мастерман вважає «дослідницькі методи, тобто ті, що передбачають дослідження особливостей впливу медіа, основними методами медіаосвіти, тобто такими, що сприяють найліпшому засвоєнню знань» [189]. Е. Томан і Т. Джоллс зазначають, що медіаграмотність, заснована на дослідницькій педагогіці, пропонує не новий предмет для навчання, а скоріше новий спосіб навчання і, що навіть важливіше, новий шлях навчання [214].

Застосування дослідницьких методів Центр медіаграмотності США називає «розслідуванням»: «Аналізуйте та досліджуйте, як «конструюються» повідомлення – друковані, вербальні, візуальні чи мультимедійні. Оцінюйте явні та приховані повідомлення ЗМІ щодо власних етичних, моральних та/або демократичних принципів» [176]. У Центрі пропонують використовувати аналіз медійних стереотипів, ідентифікаційний аналіз, контент-аналіз, ідеологічний, семіотичний, структурний, сюжетний, етичний аналіз тощо.

Використання дослідницьких методів допомагає курсантам навчатись виявленню й аналізу маніпулятивних впливів медіа, орієнтуванню в інформаційних потоках, дослідженню впливу медіа на суспільство шляхом застосування «кодів» або технологій. Це передбачає роботу майбутніх офіцерів з пошуку відмінностей між фактами, що потребують перевірки, та загальновідомими, правдивими фактами; аналізу неоднозначних або сумнівних аргументів; підтвердження надійності чи достовірності джерела інформації; доведення упередженості суджень тощо.

Важливе значення мають дослідницькі завдання, що допомагають навчати майбутніх офіцерів через оцінку медіатекстів, аналіз подій, перевірку інформації робити висновки та приймати аргументовані, об'єктивно виважені рішення. Така робота має допомогти відпрацювати у майбутніх офіцерів

здатності орієнтуватися в інформаційному просторі, навички захисту від маніпулятивного впливу медіа, сформувані індивідуальний медіаімунітет до негативного аспекту медіадійсності, критичне мислення як свідчення їхнього інтелекту.

Отже, педагогічні умови розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки загалом орієнтовано на навчання курсантів відрізнити повідомлення деструктивного чи маніпулятивного характеру та достовірну інформацію з офіційних джерел, на розвиток їхнього вміння поводитись у медіасвіті. Їхнє системне впровадження призведе до набуття майбутніми офіцерами потрібного досвіду відповідального користування медіапродуктами, ефективної протидії дезінформаційним і маніпулятивним впливам, адекватної оцінки змісту медіаповідомлень згідно з вимогами новинних стандартів.

Далі для подальшого дослідження розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів використано такий метод наукового дослідження, як моделювання, що «допомагає виокремити як елементи педагогічного процесу, так і зв'язки між ними» [72, с. 96]. Моделювання передбачає побудову моделі, дослідження її характеристик, перенесення даних на об'єкт [72, с. 87]. Модель розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів у схематичній формі відображає *властивості, зв'язки між елементами медіаграмотності та складовими педагогічної системи з її розвитку, зокрема мету, суб'єктів, діагностичний апарат, зміст, засоби і форми освітньої діяльності, педагогічні умови, необхідні результати.*

Побудована модель є структурною, оскільки в ній взято до уваги структуру медіаграмотності, і функціональною, оскільки вона враховує основні етапи з її розвитку [72, с. 94]. Структурно-функціональна модель розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки складається з трьох блоків: цільового, технологічного та результативного (рисунок 2.1).



Рисунок 2.1 – Структурно-функціональна модель розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки

У цільовому блоці окреслено мету, завдання розвитку медіаграмотності, професійні вимоги до фахівців, особливості професійної діяльності офіцера. Технологічний блок охоплює методологічні підходи (діяльнісний, системний, інформаційний, особистісно орієнтований), принципи (загальні і специфічні), зміст професійної підготовки, форми (лекції, практичні, групові та

індивідуальні заняття, самостійна і дослідницька робота), методи (бесіди, дискусії, дослідницькі завдання, технології ситуативного та інтерактивного навчання) і засоби (підручники, навчальні посібники, електронні освітні ресурси тощо) роботи. Результативний блок окреслює бажаний результат, критерії та показники розвитку медіаграмотності.

Отже, для розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки важливе значення мають такі педагогічні умови:

1) забезпечення майбутніх офіцерів базовими знаннями медіаграмотності та інформаційної безпеки;

2) використання засобів неформальної освіти (дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів), покликаних розширити уявлення курсантів про значення медіа та специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень;

3) упровадження інтерактивних технологій навчання для відпрацювання навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань;

4) застосування дослідницького методу для набуття курсантами досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу.

Системно організовуючи роботу з розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил, доцільно використовувати відповідну структурно-функціональну модель, яка складається з цільового, технологічного і результативного блоків.

Висновки до розділу

1. Методика наукового дослідження щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил є сукупністю дій та методів, потрібних для досягнення мети дослідження. Під час дослідження було використано теоретичні (аналіз науково-педагогічної літератури,

систематизація, порівняння, узагальнення, моделювання) та емпіричні (вивчення документів і результатів навчальної діяльності курсантів, спостереження, тестування, усне й письмове опитування, експертна оцінка, педагогічний експеримент) методи. Педагогічний експеримент з розвитку медіаграмотності в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил охоплював констатувальний, формувальний та контрольний етапи.

2. Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил передбачено оцінювати за трьома критеріями, що відповідають її структурним компонентам, зокрема особистісно-мотиваційному, пізнавально-когнітивному і діяльнісно-результативному. Основними показниками критеріїв розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України є:

– особистісно-мотиваційного критерію: мотивація до вивчення медіаграмотності; пізнавальні інтереси у сфері медіа, ерудиція, допитливість та прагнення нового; готовність підвищувати свій рівень знань про медіаграмотність; емоційна врівноваженість, психологічна стриманість, стресостійкість в агресивному інформаційному просторі;

– пізнавально-когнітивного: обізнаність майбутніх офіцерів про загальні особливості медіа, їхню історію та роль у суспільстві; знання про послідовність оцінювання змісту медіатекстів, вимоги до медіаповідомлення та новинні стандарти; знання про інструменти новітніх медіа, зокрема YouTube, Google, Facebook, Twitter, Тік-ток тощо, особливості спілкування у соціальних мережах; обізнаність про техніки маніпулятивних впливів, методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації;

– діяльнісно-результативного: здатність аналізувати й оцінювати медіаповідомлення, визначати його актуальність і несуперечливість; уміння створювати власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності, брати участь в онлайн-дискусіях; уміння критично оцінювати медіатексти, виявляти маніпуляції історичною й актуальною для суспільства інформацією, перевіряти її достовірність; навички

розпізнавання фейків та дезінформації, протидії ворожим інформаційним впливам, верифікації контенту соціальних мереж.

Відповідно до цих критеріїв прийнято трирівневу шкалу розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів: низький, середній і високий.

3. Результати констатувального етапу свідчать про недостатній рівень розвитку медіаграмотності у майбутніх офіцерів. Високий рівень розвитку медіаграмотності мають лише 17,33 % курсантів. На середньому та низькому рівнях перебуває переважна частина майбутніх офіцерів (46,21 % і 36,46 % відповідно). Курсанти розуміють значення медіаграмотності, її важливість для свого особистісного та професійного життя. Разом з тим виявлено недостатню обізнаність курсантів про загальні особливості медіа, їхню історію та роль у суспільстві, слабкі знання про послідовність оцінювання змісту медіатекстів, вимоги до медіаповідомлення та новинні стандарти. Виявлено також, що курсанти не вміють належним чином створювати власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності, брати участь в онлайн-дискусіях; критично оцінювати медіатексти, виявляти маніпуляції історичною й актуальною для суспільства інформацією, перевіряти її достовірність, розпізнавати фейки та дезінформацію.

4. Для розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил важливе значення мають такі педагогічні умови:

1) забезпечення майбутніх офіцерів базовими знаннями медіаграмотності та інформаційної безпеки;

2) використання засобів неформальної освіти (дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів), покликаних розширити уявлення курсантів про значення медіа та специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень;

3) упровадження інтерактивних технологій навчання для відпрацювання навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань;

4) застосування дослідницького методу для набуття курсантами досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу.

Системно організувати роботу щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-морських Сил допомагає структурно-функціональна модель, яка складається з цільового, технологічного і результативного блоків.

Основні наукові результати розділу опубліковано в працях [58; 59; 62; 65].

РОЗДІЛ 3

ОРГАНІЗАЦІЯ І РЕЗУЛЬТАТИ ФОРМУВАЛЬНОГО ЕТАПУ ЕКСПЕРИМЕНТУ

3.1 Зміст і методика формувального етапу експерименту

Для перевірки дієвості педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки відповідно до завдань дослідження було проведено формувальний етап експерименту. На цьому етапі було виконано такі завдання:

- окреслено програму експериментального дослідження та методику впровадження педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки;

- діагностовано стан медіаграмотності у курсантів;

- перевірено структурно-функціональну модель і педагогічні умови розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки;

- здійснено порівняльний аналіз результатів експерименту, стану розвитку медіаграмотності в курсантів контрольної (далі – КГ) та експериментальної (далі – ЕГ) груп;

- розроблено методичні рекомендації науково-педагогічним працівникам щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки.

Формувальний етап педагогічного експерименту тривав з вересня 2021 до червня 2023 року на базі Інституту Військово-Морських Сил Національного університету «Одеська морська академія» із курсантами, які навчалися за спеціальністю 254 «Забезпечення військ (сил)» і 255 «Озброєння

та військова техніка» у галуззі знань 25 «Воєнні науки, національна безпека, безпека державного кордону». Загалом у формувальному етапі педагогічного експерименту взяли участь 14 науково-педагогічних працівників кафедри соціально-гуманітарних та фундаментальних дисциплін і 326 курсантів 1-го (потім 2-го) курсу.

На початку формувального етапу педагогічного експерименту з використанням тих самих діагностичних методик, що і на етапі констатувального експерименту, ми з'ясували стан розвитку в курсантів усіх складових медіаграмотності. Результати вхідного контролю подано в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Результати розподілу курсантів за рівнями розвитку медіаграмотності на початку формувального етапу педагогічного експерименту (вхідний контроль), $n = 326$ (КГ – 162, ЕГ – 164)

Критерії	Групи	Високий		Середній		Низький	
		к-сть	%	к-сть	%	к-сть	%
Особистісно-мотиваційний	КГ	6	3,70	50	30,86	106	65,43
	ЕГ	5	3,05	49	29,88	110	67,07
Пізнавально-когнітивний	КГ	5	3,09	46	28,39	111	68,52
	ЕГ	4	2,44	48	29,27	112	68,29
Діяльнісно-результативний	КГ	4	2,47	45	27,78	113	69,75
	ЕГ	3	1,83	47	28,66	114	69,51
Середнє значення	КГ	5	3,09	47	29,01	110	67,90
	ЕГ	4	2,44	48	29,27	112	68,29

Для розрахунків було обрано математичний критерій Стюдента, що дозволяє порівняти вибіркочну середньої величини, яка належить до сукупності даних, і визначити статистичну достовірність значень. Результати розподілу курсантів за рівнями розвитку медіаграмотності на початку формувального етапу педагогічного експерименту за критеріями та їхніми середніми значеннями подано в таблицях 3.2–3.5.

Таблиця 3.2 – Результати розподілу курсантів за рівнями розвитку медіаграмотності на початку формувального етапу педагогічного експерименту за особистісно-мотиваційним критерієм, $n = 326$ (КГ – 162, ЕГ – 164)

Рівні розвитку медіаграмотності	Групи		Відхилення від середнього		Квадрати відхилень	
	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ
Високий	6	5	-48	-49,67	2304	2467,1089
Середній	50	49	-4	-5,67	16	32,1489

Закінчення таблиці 3.2

Рівні розвитку медіаграмотності	Групи		Відхилення від середнього		Квадрати відхилень	
	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ
Низький	106	110	52	55,33	2704	3061,4089
Сума	162	164	0	-0,01	5024	5560,6667
Середнє значення	54	54,67				

Отже, $t_{емп} = 0$. Відповідно до таблиці стандартних значень критерію Стьюдента критичні значення $t_{кр} = 2,78$ за рівнем значущості $p \leq 0,05$. Оскільки $t_{емп} \leq t_{кр}$, то за особистісно-мотиваційним критерієм статистична відмінність між результатами розвиненості медіаграмотності в курсантів ЕГ та КГ на початку формувального етапу експерименту є недостовірною.

Таблиця 3.3 – Результати розподілу курсантів за рівнями розвитку медіаграмотності на початку формувального етапу педагогічного експерименту за пізнавально-когнітивним критерієм, $n = 326$ (КГ – 162, ЕГ – 164)

Рівні розвитку медіаграмотності	Групи		Відхилення від середнього		Квадрати відхилень	
	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ
Високий	5	4	-49	-50,67	2401	2567,4489
Середній	46	48	-8	-6,67	64	44,4889
Низький	111	112	57	57,33	3249	3286,7289
Сума	162	164	0	-0,01	5714	5898,6667
Середнє значення	54	54,67				

Отже, $t_{емп} = 0$. Відповідно до таблиці стандартних значень критерію Стьюдента критичні значення $t_{кр} = 2,78$ за рівнем значущості $p \leq 0,05$. Оскільки $t_{емп} \leq t_{кр}$, то за пізнавально-когнітивним критерієм статистична відмінність між результатами розвиненості медіаграмотності в курсантів ЕГ та КГ на початку формувального етапу експерименту є недостовірною.

Таблиця 3.4 – Результати розподілу курсантів за рівнями розвитку медіаграмотності на початку формувального етапу педагогічного експерименту за діяльнісно-результативним критерієм, $n = 326$ (КГ – 162, ЕГ – 164)

Рівні розвитку медіаграмотності	Групи		Відхилення від середнього		Квадрати відхилень	
	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ
Високий	4	3	-50	-51,67	2500	2669,7889
Середній	45	47	-9	-7,67	81	58,8289
Низький	113	114	59	59,33	3481	3520,0489
Сума	162	164	0	-0,01	6062	6248,6667
Середнє значення	54	54,67				

Отже, $t_{\text{емп}} = 0$. Відповідно до таблиці стандартних значень критерію Стьюдента критичні значення $t_{\text{кр}} = 2,78$ за рівнем значущості $p \leq 0,05$. Оскільки $t_{\text{емп}} \leq t_{\text{кр}}$, то за діяльнісно-результативним критерієм статистична відмінність між результатами розвиненості медіаграмотності в курсантів ЕГ та КГ на початку формувального етапу експерименту є недостовірною.

Таблиця 3.5 – Результати розподілу курсантів за рівнями розвитку медіаграмотності на початку формувального етапу педагогічного експерименту за середніми значеннями критеріїв, $n = 326$ (КГ – 162, ЕГ – 164)

Рівні розвитку медіаграмотності	Групи		Відхилення від середнього		Квадрати відхилень	
	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ
Високий	5	4	-49	-50,67	2401	2567,4489
Середній	47	48	-7	-6,67	49	44,4889
Низький	110	112	56	57,33	3136	3286,7289
Сума	162	164	0	-0,01	5586	5898,6667
Середнє значення	54	54,67				

Отже, $t_{\text{емп}} = 0$. Відповідно до таблиці стандартних значень критерію Стьюдента критичні значення $t_{\text{кр}} = 2,78$ за рівнем значущості $p \leq 0,05$. Оскільки $t_{\text{емп}} \leq t_{\text{кр}}$, то за середніми значеннями критеріїв статистична відмінність між результатами розвиненості медіаграмотності в курсантів ЕГ та КГ на початку формувального етапу експерименту є недостовірною.

Графічно результати розрахунків за критерієм Стьюдента щодо розвиненості медіаграмотності курсантів КГ та ЕГ на початку формувального етапу педагогічного експерименту можна зобразити за допомогою вісі значущості (рисунок 3.1).

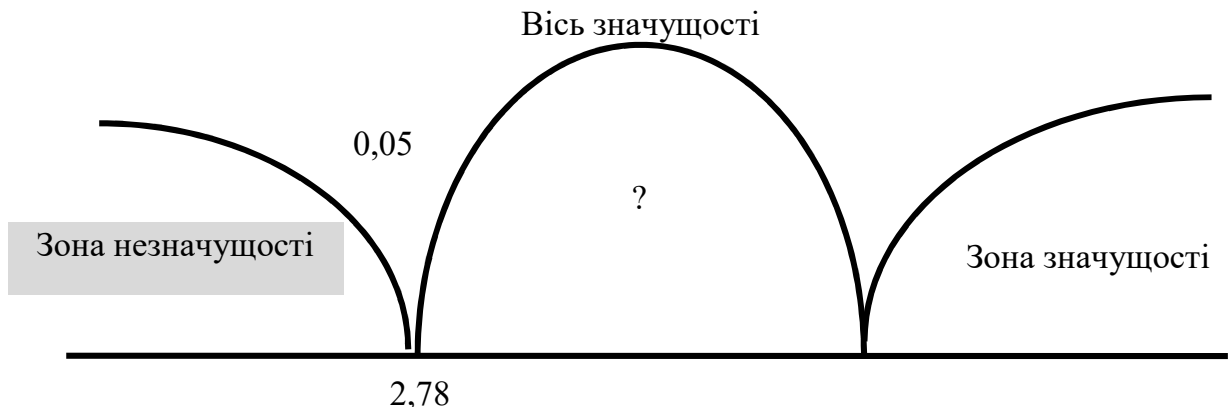


Рисунок 3.1 – Вісь значущості щодо розвиненості медіаграмотності курсантів контрольної та експериментальної груп на початку формувального етапу педагогічного експерименту

Отже, отримане емпіричне значення $t_{\text{емп}}(0)$ знаходиться у зоні незначущості. За результатами порівняння даних за допомогою методів математичної статистики з'ясовано, що на початку формувального етапу педагогічного експерименту всі характеристики майбутніх офіцерів КГ та ЕГ не мають достовірних розходжень.

На початку формувального експерименту було організовано консультативні бесіди із залученими до експерименту викладачами щодо специфіки розвитку медіаграмотності. Для експериментальної роботи ми також розробили необхідне навчально-матеріальне забезпечення, зокрема матеріали для аудиторної та самостійної роботи курсантів із навчальних дисциплін «Українська мова за професійним спрямуванням», «Політологія і соціологія», «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України», а також матеріали для вебсемінарів, дистанційних та онлайн-курсів.

В ЕГ навчання майбутніх офіцерів ми організували відповідно до запропонованих педагогічних умов та структурно-функціональної моделі розвитку медіаграмотності. У КГ викладачі не звертали підвищеної уваги на розвиток цієї професійно важливої властивості. Відповідно до позиції Д. Стеченко та О. Чмир щодо трактування методики [143, с. 111], у дослідженні методик розвитку в майбутніх офіцерів медіаграмотності розглянуто як *систему педагогічних форм, методів і заходів роботи, що визначають алгоритм дій для розвитку в майбутніх офіцерів медіаграмотності.*

Перший напрям роботи під час формувального етапу педагогічного експерименту передбачав *забезпечення майбутніх офіцерів базовими знаннями медіаграмотності та інформаційної безпеки.* Для цього ми доповнили зміст навчальних дисциплін, які курсанти вивчають на різних курсах. Йдеться про такі дисципліни циклів загальної та професійної підготовки, як «Українська мова (за професійним спрямуванням)» (1 семестр),

«Політологія та соціологія» (2 семестр), «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування ЗС України» (4 семестр).

До змісту зазначених навчальних дисциплін ми додали окремі аспекти, які стосувалися історії медіа, технологічного процесу створення медіаповідомлень, інтерпретації медіатекстів та їх поділу за типами або жанрами. Цей матеріал визначено на основі опрацювання низки навчальних програм, зокрема Модельної навчальної програми інтегрованого міжгалузевого курсу «Основи медіаграмотності» [101], «Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін» [92], Навчальної програми «Основи візуальної медіаграмотності» [105] та інших, із порталу «Академія української преси» [1]. Зазначені доповнення не стали окремою частиною основного навчального плану як дисципліна чи предмет, усі теми було інтегровано в офіційну навчальну програму як наскрізну для різних предметів. Зокрема, навчальну дисципліну «Українська мова (за професійним спрямуванням)» доповнено питаннями з медіаграмотності, поданими в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6 – Окремі питання з медіаграмотності, які було додано до навчальної дисципліни «Українська мова (за професійним спрямуванням)»

Тема навчальної дисципліни	Додаткові аспекти медіаграмотності
Тема 2. Офіційно-діловий стиль української літературної мови у професійному спілкуванні	Види та джерела інформації. Історія друкованих медіа. Види й еволюція медіа. Традиційні і новітні інформаційно-комунікаційні технології. Свобода медіа як важливий показник демократичного суспільства
Тема 5. Документ як писемна форма мови	Методика пошуку, відбору та застосування інформації і візуальної медіаінформації. Послідовність оцінювання змісту медіаповідомлень/медіатекстів засобів масової комунікації. Методи систематизації та формування припущень і суперечливі твердження. Медіазасоби розповсюдження медіаповідомлень. Ознаки масовості щодо створення та щодо споживання медіапродукту
Тема 3. Культура українського професійного мовлення	Структурна схема аналізу медіатексту. Категорія медіа (жанр медіатексту та його характерні особливості). Автор і замовник медіатексту, позиції авторів та на які події вони намагаються впливати. Технології створення медіаповідомлення. Мова медіа повідомлення, використання візуальних символів, інфографіки, фото, малюнків, графіків, інших позначок. Наявність стереотипних рішень, візуальних кодів

Закінчення таблиці 3.6

Тема навчальної дисципліни	Додаткові аспекти медіаграмотності
Тема 6. Спілкування як інструмент професійної діяльності	Інтернет-середовище. Історія інтернету. Значення інтернету в житті сучасної людини. Засоби комунікації в інтернеті: соціальні мережі, форуми, чати. Поняття блогу та блогової журналістики (публіцистики). Онлайн-журналістика. Мас-медіа та їхнє значення в житті суспільства. Характерні ознаки інтернет-медіа. Кіберпростір, нові технології отримання новин

Для ознайомлення курсантів з цією інформацією ми практикували мінілекції, створення курсантами усних і письмових повідомлень. Мінілекції стосувались методики пошуку, відбору та застосування інформації і візуальної медіаінформації, послідовності оцінювання змісту медіаповідомлень засобів масової комунікації, методів систематизації та формування припущень і суперечливих тверджень, медіазасобів розповсюдження медіаповідомлень. Своєю чергою курсанти самостійно опрацьовували інформацію про історію друкованих медіа, види й еволюцію медіа, традиційні і новітні інформаційно-комунікаційні технології, про свободу медіа як важливий показник демократичності суспільства.

Курсанти також підбирали тематичну добірку інформаційних матеріалів щодо таких понять, як автор і замовник медіатексту, позиції авторів та їхній вірогідний вплив на аудиторію, технології створення медіаповідомлення, мова медіаповідомлення, наявність стереотипних рішень, візуальних кодів. Важливими були питання про історію інтернету, його значення в житті сучасної людини, про засоби комунікації в інтернеті, зокрема соціальні мережі, чати, форуми. Така робота допомагала відпрацьовувати у курсантів навички самостійного пошуку джерел для розв'язання життєвої/навчальної проблеми чи додаткових ресурсів для перевірки сумнівної інформації. Окрім того, курсанти вчилися аналізувати медіаповідомлення з мас-медіа, аналізувати блоги/блогерів для розуміння причини їхньої успішності/неуспішності.

Викладачі звертали увагу на вміння курсантів характеризувати інформацію залежно від джерела походження, місця і часу виникнення та способів поширення інформації в суспільстві; виявляти змістові зв'язки між джерелами різних видів і різними фрагментами інформації; формулювати послідовні та логічні висновки на підставі аналізу структурно-змістової єдності й інтерпретації кількох медіатекстів; використовувати інформацію із суміжних галузей знань для характеристики сучасних і минулих суспільних подій, процесів, явищ.

Під час викладання навчальної дисципліни «Політологія та соціологія» було передбачено більш ґрунтовно ознайомити курсантів із зв'язком між державою, суспільством та медіа. Також ми зважали на специфіку соціально-економічних чинників, міжнародних відносин, висвітлення політичних та інших державних подій, політичні, соціальні, ідеологічні, правові, культурні та інші аспекти медіатексту (таблиця 3.7).

Таблиця 3.7 – Окремі питання з медіаграмотності, які було додано до навчальної дисципліни «Політологія та соціологія»

Тема навчальної дисципліни	Додаткові аспекти медіаграмотності
Тема 3. Політична влада. Політична система суспільства	Медіаграмотність і медіакомпетентність як система знань щодо ідентифікації джерел інформації та визначення вірогідності медіаповідомлень. Медіаграмотність як критичне мислення й оцінювання медіатекстів різних форм і жанрів
Тема 4. Політичні ідеології	Вплив медіа на споживача за показниками освіти та виховання, розвитку свідомості, формування поведінки, світоглядних позицій, поглядів, реакцій, відгуків, поширення і розповсюдження інформації. Розуміння специфіки інтерпретації медіатекстів. Контент-аналіз, сюжетний, змістовний, автобіографічний, ідеологічний, естетичний тощо медіатексту
Тема 5. Політичні партії, політичні рухи	Специфіка висвітлення політичних подій, соціально-економічних чинників і міжнародних відносин, інших державних подій. Чинники, що впливають на рівень їх сприйняття. Типи політичних меседжів
Тема 6. Вибори і виборчі системи	Особливості творення медіатексту і медіаповідомлення. Вимоги до медіаповідомлення та новинні стандарти. Кількість, цінність, зміст, об'єктивність, адекватність, достовірність, точність, оперативність, надійність, якість та об'єктивність інформації
Тема 7. Політична еліта	Газетна стаття та її складники Журналістські стандарти. Факт і судження. Об'єктивність медіа. Репутація медіа. Контент, підготовлений за кошти і в інтересах замовника, замовний контент або «джинса» та його характерні ознаки. Правдивість інформації, ефекти «достовірності». Політичні, ідеологічні, соціальні, культурні, правові та інші аспекти медіатексту

Закінчення таблиці 3.7

Тема навчальної дисципліни	Додаткові аспекти медіаграмотності
Тема 8. Політична свідомість і політична культура	Маніпуляції. Фейк як один із механізмів інформаційної маніпуляції. Інформаційна війна і пропаганда. «Мова ненависті». Цензура. Критичне ставлення до інформації. Перевірка достовірності інформації. Політичні та інформаційно-рекламні плакати
Тема 9. Держава як основний інститут політичної системи	Розповсюдження, використання, узагальнення та маніпулювання інформацією Інтернету. Аналіз позитивних і негативних чинників використання Інтернету
Тема 19. Суспільство як соціальна система, його соціальна структура	Ідеологічні, політичні, морально-виховні, пізнавально-навчальні, естетичні, екологічні, економічні медіапродукти. Соціальні функції медіа: інформаційні, аналітичні, пізнавально-просвітницькі (освітні), морально-виховні. Функції впливу. Латентні функції як спосіб впливу на суспільну свідомість
Тема 11. Особистість у системі соціальних зв'язків	Негативні соціальні тенденції медіа. Девіація як вияв асоціальної поведінки (крайній негативізм, героїзація негативних вчинків, показ у позитивному світлі вживання наркотиків чи алкоголю, роздмухування міжнаціональних і міжетнічних конфліктів)
Тема 12. Соціальна поведінка та чинники її формування	Загрози та небезпеки соціальних мереж. Деструктивні впливи і маніпулятивні технології. Кіберсоціалізація особистості. Методи протидії деструктивним інформаційним впливам на свідомість. Критичне сприйняття та протидія маніпуляціям мас-медіа
Тема 13. Соціологія політики	Критичний аналіз джерела інформації, трактування подій, аргументації. Доведення, недостовірності маніпулятивних спроб у медіапродуктах. Фактчекінг інформації
Тема 14. Соціологія громадської думки	Аналіз медіапродуктів на достовірність. Критичне сприйняття та протидія маніпуляціям мас-медіа. Виявлення ботів, тролів, інфлюенсерів

Предметом додаткової умови під час вивчення цієї дисципліни були вимоги до медіаповідомлення та новинні стандарти. Курсанти досліджували такі вимоги до медіатекстів, як кількість інформації, її зміст, точність, цінність, адекватність, надійність, об'єктивність, достовірність, оперативність. Особливо важливе значення мали питання щодо перевірки достовірності інформації, критичного аналізу джерел, доведення у медіатекстах недостовірності, викривлення, маніпулятивних спроб. Курсанти з'ясували сутність таких понять, як фейк, цензура, мова ненависті, фактчекінг інформації, учились критично сприймати медіатексти, аналізувати їх на достовірність, протидіяти маніпуляціям мас-медіа, виявляти ботів, тролів, інфлюенсерів.

Майбутні офіцери вчилися розмежовувати фактичну інформацію, прихований підтекст і суб'єктивні судження, наводити аргументи для підтвердження чи спростування суджень, розпізнавати слабкі та сильні аргументи щодо оцінювання даних і джерел в альтернативних поглядах, використовувати неявні докази та факти для формування власних висновків на підставі аналізу медіатекстів. Важливе значення мала робота щодо визначення повноти і достовірності інформації, класифікації джерел інформації на підставі їхньої повноти, надійності та достовірності. У такий спосіб майбутні офіцери вчилися визначати специфіку жанру і виду медіатексту, різницю між справжньою подією та її відображенням у медіатексті, оцінювати ефективність різних елементів, використаних у медіаповідомленнях.

На другому курсі основна увага приділялась вивченню питань інформаційної безпеки. Зокрема, під час вивчення навчальної дисципліни «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України» предметом детального розгляду були питання про інформаційну війну як чинник отримання переваги у сучасному збройному конфлікті та шляхи протидії ворожому інформаційно-психологічному впливу (таблиця 3.8).

Особливо важливе значення мало вивчення питань про принципи військової пропаганди, дезінформацію та її види, методи і форми інформаційно-психологічного впливу, російські наративи про культурну вищість, необхідність протистояння маніпуляторам, агресорам, панікерам в інформаційному просторі. Ми аналізували приклади російської дезінформації та варіанти її оцінки на основі медіаресурсів «Детектор медіа», «Texty.org.ua», «Інформаційний спротив» [51–53; 54; 120] та ін.

Курсанти вивчали приклади дії пропаганди в суспільстві, вчилися розпізнавати тенденційну інформацію, робити висновки про наявність ознак маніпулятивного впливу у джерелі інформації, підтверджуючи цитатами відповідні фрагменти, можливості оцінювання надійності інформаційних джерел. Визначальною була їхня оцінка впливу та ризиків використання

спотвореної, недостовірної або ненадійної інформації, маніпулятивних способів і поширених технік пропаганди під час прийняття рішень військовими лідерами.

Таблиця 3.8 – Окремі питання з медіаграмотності, які було додано до навчальної дисципліни «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних сил України»

Тема навчальної дисципліни	Додаткові аспекти медіаграмотності
Тема 1. Теоретичні основи морально-психологічного забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України	Інформаційна війна як чинник переваги у сучасному збройному конфлікті. Шляхи протидії інформаційно-психологічному впливу. Вплив на свідомість інформаційної психологічної та інформаційно-сміслової війни
Тема 4. Командирське інформування	Інформаційно-психологічний вплив як компонент збройної боротьби. Когнітивні війни
Тема 5. Національно-патріотична підготовка підрозділів	Новітні інформаційні технології та інформаційно-психологічний вплив
Тема 6. Методика проведення занять з національно-патріотичної підготовки	Форми і методи інформаційно-психологічного впливу. Принципи військової пропаганди
Тема 7. Військово-патріотична робота	Завдання інформаційно-психологічного впливу. Сучасні тенденції інформаційно-психологічного впливу
Тема 8. Культурологічна робота	Російські наративи про культурну вищість. Загроза та наслідки деструктивних впливів на моральні принципи, цінності, традиції особистості. Критичне сприйняття і протидія маніпуляціям мас-медіа
Тема 9. Забезпечення технічними засобами пропаганди	Основні види інформаційної зброї. Класифікація інформаційно-психологічної зброї за впливами
Тема 10. Методика оцінки суспільно-політичної обстановки в районі виконання завдань (за стандартом Збройних Сил України)	Дезінформація, її види. Протистояння маніпуляторам, агресорам, панікерам в інформаційному просторі. Психологічне здоров'я та інформаційна агресія. Способи збереження психологічного здоров'я
Тема 11. Захист особового складу підрозділів від негативного інформаційного впливу противника	Мета, завдання й особливості захисту від негативного інформаційно-психологічного впливу противника

У такий спосіб курсанти вчилися розпізнавати упереджені та хибні твердження в інформаційних повідомленнях, вирізняти мову ворожнечі, висловлювань, що дискредитують або принижують особу чи групу осіб, розрізняти пропаганду і маніпулятивні техніки в інформаційних повідомленнях або медіатекстах.

Ці аспекти забезпечили розгляд тематики медіа у більш широкому контексті протистояння інформаційним загрозам за рахунок більш масштабного бачення ролі медіа. Вивчення зазначених питань допомогло розширити знання курсантів і розуміння медіа, підвищити їхню обізнаність про сутність та значення роботи медіа, специфіку їхнього впливу на суспільство і конкретно кожну людину. Подібна практика інтегрування (доповнення) у традиційний освітній процес закладів освіти знань із медіаграмотності допомогла забезпечити наскрізне використання медіаосвітніх технологій і матеріалів під час вивчення навчальних дисциплін різних циклів, сприяла розвитку різних складових медіаграмотності (вивчення особливостей мови медіа, робота з медіатекстами тощо). У такий спосіб ми поєднали викладання дисциплін різних циклів із теорією та практикою медіаграмотності.

Загалом, для формування у майбутніх офіцерів базових знань з медіаграмотності під час вивчення навчальних дисциплін циклів загальної та професійної підготовки введено окремі теми з медіаграмотності, організовано вивчення особливостей мови медіа, роботу з медіатекстами. Це дозволило системно вплинути на розвиток складових цієї професійно важливої особистісної властивості курсантів.

Під час експериментальної роботи у межах другої педагогічної умови велику увагу було приділено *засобам неформальної освіти, зокрема дистанційним та онлайн-курсам, вебінарам, покликаним розширити уявлення курсантів про значення медіа та специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень*. Усі запропоновані дистанційні курси передбачали планомірні групові заняття з активним спілкуванням і мали певну логіку побудови. Для кожного курсу було розроблено комплекс навчально-методичних матеріалів, розміщених у віртуальному навчальному середовищі. Дистанційні курси ми розміщували на платформі Moodle. Вони також передбачали спілкування курсантів в чаті і на форумі. Спілкування в

інтерактивному режимі було необхідним для обміну інформацією та спільного виконання завдань.

Зокрема, ми пропонували курсантам дистанційні курси «Історія медіа» і «Комунікації у соціальних мережах». Дистанційний курс «Історія медіа» передбачав вивчення таких тем: «Загальна історія медіа як соціального інституту», «Історія регулювання медіаконтенту», «Історія медіумів», «Медіа у сучасному суспільстві» (додаток С). Своєю чергою дистанційний курс «Комунікації у соціальних мережах» охоплював такі теми «Соціальні мережі в системі комунікацій», «Політика Інтернету», «Соціальні медіа у внутрішніх комунікаціях», «Віртуальна спільнота», «Соціальні мережі та інформаційні впливи», «Моніторинг деструктивних впливів у соціальних мережах», «Інформаційна гігієна й соціальні мережі», «Верифікація у випадках виникнення катастрофи та термінових новин». До кожної теми ми подавали структурований матеріал, що мав допомогти курсантам набути уявлення про той чи інший аспект соціальних мереж (додаток Т). Далі курсанти повинні були, окрім цього матеріалу, самостійно розширити свої знання за наданим планом і виконати низку завдань практичного спрямування. Після кожного заняття вони надсилали виконані завдання викладачеві. Щодо окремих тем було перебачено обговорення в інтерактивному режимі.

Великого значення ми надавали таким темам, як «Безпека роботи із соціальними мережами» та «Деструктивні впливи у соціальних мережах». Курсанти ґрунтовно вивчали питання про контент-аналіз соціальних мереж, алгоритм розпізнавання маніпуляцій у мережевих комунікаціях, ризики використання соціальних мереж, основні вимоги безпеки під час роботи із соціальними медіа. Детально ми розглядали питання про емоційні пастки та типові інформаційні віруси, інформаційні впливи за допомогою соціальних мереж, специфіку моніторингу деструктивних впливів у соціальних мережах. Курсанти самостійно з'ясовували, що таке контентна стратегія та контент-план соціальних мереж, визначали рекомендації для виявлення маніпуляцій у

мережових комунікаціях, досліджували особливості верифікації у випадках виникнення катастрофи та термінових новин.

Вивчаючи, до прикладу, тему «Інформаційна гігієна та соціальні мережі», курсанти дізнавались про основні вимоги інформаційної безпеки стосовно роботи у соціальних мережах і шляхи протидії інформаційним вірусам. Орієнтуючись на дослідження О. Мороз [103], ми звертали увагу на такі аспекти: контент як універсальна формула успіху (алгоритм пріоритетності контенту); особливості поширення інформації в Facebook; соціальне розшарування користувачів Facebook (професійне співтовариство лідерів громадської думки, блогери, боти); соціальні мережі як основний канал поширення інформаційних вірусів; основні інструменти вірусмейкерів; необхідність моніторингу інформаційного простору, глобальний індекс дезінформації; основні інструменти боротьби з вірусмейкерами; шляхи протидії маніпуляціям у Facebook; емоційні пастки у Facebook; правила інформаційної гігієни для нормалізації і відновлення загального імунітету суспільства; перевірка контенту; формування short list джерел; рейтинг онлайн-медіа, що дотримуються журналістських стандартів; правила роботи з інформацією.

Ми також пропонували курсантам ускладнені завдання на кшталт: 1) визначити основні інструменти вірусмейкерів; 2) охарактеризувати інструменти боротьби з вірусмейкерами; 3) запропонувати шляхи протидії маніпуляціям у Facebook; 4) розкрити емоційні пастки у Facebook; 5) визначити правила інформаційної гігієни для нормалізації та відновлення загального імунітету суспільства тощо.

Серед онлайн-курсів ми пропонували курсантам такі, як «Пропаганда та шляхи її протидії», «Фактчекінг та інформаційна війна», «Візуальна медіаграмотність». Онлайн-курси були зосереджені на одній чи двох навичках, зокрема тих, що стосувалися протидії пропаганді, умінню верифікувати дані, аналізувати візуальну інформацію. Зокрема, онлайн-курс «Пропаганда та шляхи її протидії» (додаток У) передбачав вивчення

специфіки пропаганди як інформаційного впливу. Ми пропонували теми щодо історії пропагандистських впливів, відмінностей між пропагандою і рекламою та паблік рилейшнз, відмінностей між пропагандою й інформаційними операціями, основних методів пропаганди, інструментарій пропаганди в контексті війни Росії проти України. Особливу увагу викладачі звертали на основні напрями інформаційно-психологічного впливу російської пропаганди. Детально курсанти розглядали пропагандистські механізми впливу на Україну, зокрема такі, як створення чорно-білої картини світу, дегуманізація «ворогів», конспірологія, підміна понять, узагальнення тощо.

Ще один онлайн-курс «Візуальна медіаграмотність» покликаний допомогти курсантам зорієнтуватися в особливостях «функціонування візуальних медіа, знати правила і засоби користування візуальною інформацією» [105]. Особливу увагу ми звертали на вивчення особливостей впливу візуальних матеріалів, насамперед реклами, кіно, відеоігор. Курсанти досліджували маніпуляції та фейки за допомогою візуальних матеріалів, специфіку використання для пропаганди візуальних матеріалів, методи психологічного захисту від непотрібної візуальної інформації.

Важливе значення мав також онлайн-курс «Фактчекінг та інформаційна війна». Курсанти підвищували свій рівень знань щодо того, як виявити бота і троя в коментарях, перевірити надійність телеграм-каналу чи вайбер-чату. Детально ми розглядали те, за допомогою яких інструментів можна проаналізувати медіатекст. З використанням матеріалів М. Вальорскої [18], О. Голуб [27], О. Гороховського [29], Н. Деннер [104], З. Їрси [29], Ф. Мюллера [104] ми пропонували курсантам ознайомитися з особливостями верифікації інформації і роботи із соцмережами. Майбутні офіцери розглядали такі питання: верифікація інформації із соціальних мереж, типові помилки під час роботи із соцмережами, специфіка перевірки джерел, правила перевірки акаунтів, способи та інструменти перевірки фото, способи перевірки відео, роль спільноти у перевірці інформації.

Своєю чергою онлайн-курс «Збройні конфлікти і соціальні мережі» передбачав вивчення особливостей висвітлення збройних конфліктів, вимоги точності інформації й етики при висвітленні конфліктів, специфіку висвітлення протилежної сторони конфлікту. Курсанти досліджували вплив соціальних мереж на переформатування війни та використання соціальних мереж у гібридних війнах. Вони з'ясували, що мережі трансформували доступність і швидкість поширення інформації, тим самим спричинивши зміну самої природи таємності. Небезпекою є те, що хоча на сьогодні правда є більш доступною, ніж раніше, знайти її може бути важче серед лайків та брехні. Викладачі пропонували курсантам дослідити, як авторитарним режимам вдається використовувати нібито ліберальні сили соцмереж заради своєї переваги – контролювати власне населення силою дезінформації. Курсанти робили висновок, що Інтернет перетворився на колосальне інформаційне поле битви, де задіяні інформаційні механізми соціального управління.

Досить ефективними були обговорення під час вебінарів – онлайн-зустрічей через Інтернет у режимі реального часу. Ми пропонували курсантам, наприклад, такі вебінари: «Російські історичні міфи у медіа та пропаганді» і «Російські наративи про Україну». Курсанти обговорювали основні російські наративи, що формують позитивний імідж Росії, та російські наративи про Україну. Зокрема йшлося про міфи про «велику перемогу», загниваючий захід та його змову проти Росії, російську «духовність», «руській мір», «високу культуру» тощо. Курсанти не лише наводили приклади таких наративів, але й пропонували варіанти їхньої реконструкції. Окремо ми звертали увагу на твори російської літератури як провідники російської пропаганди, на російську літературу й апологію експансіонізму, а також на природу та корені російського імперіалізму.

Загалом зазначені курси і вебінари дозволили охопити різні аспекти медіаграмотності, значно урізноманітнити форми та методи навчання. Кожен із цих освітніх ресурсів допоміг сформувати відповідні навички, знання і

здібності, які повинні мати військові щодо соціальних мереж. Перевагами онлайн-курсів стала можливість пропонувати курсантам до вивчення різні теми, а також різні формати подання інформації, які можна отримати з мультимедійних джерел, їх доступність для довідки чи подальшого вивчення. Окрім того, дистанційні та онлайн-курси, вебіари мали таку перевагу, як швидке і всеохопне оцінювання. Усі їхні модулі завершувалися швидким онлайн-оцінюванням навичок медіаграмотності. Зазначені засоби неформальної освіти (дистанційні та онлайн-курси, вебіари) дали великі можливості для більш масштабної і системної роботи з розвитку медіаграмотності, допомогли збільшити знання майбутніх офіцерів про специфіку оцінювання змісту медіатекстів або медіаповідомлень та значення медіа в сучасному світі.

У межах третьої педагогічної умови відбувалось *впровадження інтерактивних технологій навчання для відпрацювання навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань*. У цьому випадку ми враховували, що для медіаграмотності важливим, насамперед, є вміння працювати з інформацією, знання джерел та особливостей пошуку, а потім – вміння формулювати та відстоювати власну позицію з будь-якого питання. Важливе значення для підготовки навчально-матеріального забезпечення цієї роботи мали праці О. Волошенюк [33; 45; 92], Л. Гуменюк [33], В. Іванова [45; 92], Т. Іванової [46; 47], С. Ізбаш [46], І. Куляса [80], О. Мокрогуза [92], В. Потапової [33], А. Юричко [47], а також низка посібників [44; 55; 93; 96; 97; 108; 126] та ін.

Під час викладання навчальних дисциплін «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Політологія та соціологія», «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України», проведення дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів майбутнім офіцерам було запропоновано проаналізувати медіаповідомлення. При цьому курсанти ставили запитання або відповідали на них, відстежували відмінності

інших інтерпретацій. Викладачі дотримувалися класичного порядку аналізу медіатекстів, який запропонували О. Волошенюк, В. Іванов, О. Мокрогуз:

1. Якими є мета та цілі цієї інформації? Чому я/вони так думають?
2. Які слова використано?
3. Яким є джерело цієї інформації? З яких джерел ця інформація?
4. Які аргументи використано? Чи застосовано маніпулятивні способи для створення цього повідомлення?
5. Чи не містить ця інформація упереджень або стереотипів?
6. До яких наслідків може спричинити ця інформація? Хто цільова група для цієї інформації?
7. Чи містить ця інформація інакші погляди? Якою є думка тих, хто причетний до неї? [92, с. 27].

Важливою була також позиція П. Сінгера та Е. Джонсона, які вважають, що для того, щоб почати взаємодію будь-якого користувача з медіа, треба відповісти на такі запитання: «Навіщо це було зроблено? Хто це зробив? Чого не вистачає? Як це можуть інтерпретувати різні люди? Як я знаю, що це правда? Кому може бути корисне це повідомлення? Кому це повідомлення може зашкодити?» [207]. Таке навчання ми доповнювали «керованими дискусіями» – засобом навчання, який поєднує цифрову грамотність із ключовими питаннями, на які необхідно знайти відповідь. Наприклад, це була дискусія про безпечну поведінку у соціальних мережах, свободу слова і військових. Ми також розширювали проблематику обговорення, пропонуючи курсантам вирішити конкретні питання безпеки роботи із соціальними мережами.

Велику увагу ми звертали на те, як курсанти формулюють свої судження. Курсанти аналізували свої відповіді за такою схемою (яку запропонували О. Волошенюк, В. Іванов та О. Мокрогуз):

1. Чи достатніми є аргументи для висновків?
2. Чи є в аргументі нечіткі, неоднозначні слова?
3. Чи є в аргументі маніпуляції або хиби?

4. Чи є в ньому щось пропущене або приховане?

5. Чи містить він щось неправдиве, некоректне, непослідовне чи суперечливе? [92, с. 34].

Якщо так траплялося, то курсанти мали ще раз обміркувати свої аргументи. Вони розуміли, що якщо накопичується багато невдалих аргументів, то це може призвести до різних маніпуляцій на кшталт:

- маніпуляція емоціями (посилення фобій, стресів, стереотипів);
- маніпуляція мовою (застосування евфемізмів або нечітких формулювань);
- відволікання уваги (повторення одного і того самого висновку іншими словами).

Постійна увага до таких аспектів дозволяла системно відпрацьовувати у курсантів навички як аналізу медіаповідомлень, так і вдосконалення власних висловлювань. Курсанти вчилися знаходити необхідну інформацію в різних джерелах, інтерпретувати її, виокремлювати основні ідеї медіатекстів, аналізувати альтернативні погляди.

Під час дискусій курсанти вчилися виражати свої думки, порівнювати свою думку з думкою інших людей, аналізувати вплив медіа на професійний розвиток, ставити запитання щодо основної думки медіатексту, використовувати медіатекст для дослідження нових ідей та людських відносин, обґрунтовувати свій вибір під час дискусії про медіатекст чи медіаповідомлення, виражати власні думки щодо форми і змісту (упередженість, доречність, точність тощо) медіатексту.

Зокрема, під час вивчення навчальної дисципліни «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України» ми вели мову про використання історичної інформації для побудови пропагандистських меседжів. Йдеться про те, що Російська Федерація розпочинає свою історію з часів київського князя Володимира. Викладачі пропонували курсантам визначити роль використання історичної інформації у російсько-українській війні. Ще після 2004 року у російському інфопросторі

поширилися міфи щодо історичного минулого України. Ця діяльність мала системний характер і використовувала певні наративи, що в суспільстві часто викликали помилкові уявлення про реальність. Для цього залучались не лише медіа, а й белетристика, історична освіта, кіноіндустрія тощо. Завданням курсантів було не лише назвати ці наративи, простежити їх поширення через медіа, насамперед кінематограф, але й аргументовано спростувати їх, зосередивши увагу і на медіапросторі, і на сфері шкільної історичної освіти.

Ці запитання викладачі формулювали у такий спосіб, щоб спонукати курсантів критично мислити. Йдеться про те, що для відповіді на це запитання курсанти не лише використовували відомі їм факти, але доповнювали свої знання, поглиблювали їх, знаходили важливі дані, з'ясовували необхідні причини чи зв'язки, проводили аналогії, робили висновки.

Окрім дискусійно-діалогічних технологій інтерактивного навчання, під час викладання навчальних дисциплін «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Політологія та соціологія», «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України», проведення дистанційних чи онлайн-курсів широко використовувались технології аналізу ситуацій. Зокрема, для відпрацювання в курсантів уміння розрізняти факти та судження ми пропонували їм медіатексти (друковані або на екрані мультимедіа). Курсанти повинні були знайти у тексті факти і визначитися з інформацією, що становить собою судження автора. Загалом курсанти здійснювали аналіз медіатексту у такій послідовності: категорія тексту, агентство (автор тексту), технології, аудиторія, репрезентація.

Наступний приклад стосується того, як курсанти вивчали важливість перевірки джерела інформації. Їм було запропоновано вивчити медіатекст під назвою «Через санкції проти Росії у членів ЄС висока інфляція: чи це правда?», що знаходиться за посиланням: https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/neigia-propaganda-kad-es-nares-sulauke-dideles-infliacijos-del-sankciju-rusijai-56-1684470?utm_medium=soried. Вони повинні були перевірити: 1) джерело інформації; 2) точність цитування джерела і те, чи джерело взагалі надавало

подібну інформацію? На основі цього курсанти робили висновок, з якою метою інформацію подано саме в такому контексті (додаток Ф).

Викладачі пропонували також курсантам уривок з відео за посиланням <https://www.youtube.com/watch?v=xlgLFQrDHXA>. Після перегляду відеосюжету ми будували його обговорення, звертаючи увагу на таке: чи актуальною є тема (проблема) сюжету; які меседжі (основні повідомлення) передають автори сюжету; які погляди, цінності, інформацію або ідею вмонтовано в медіаповідомлення, а що важливого залишилося поза ним; як, де і коли це повідомлення «побачило світ». Курсанти з'ясовували, які способи застосовували автори сюжету, щоб передати кожний меседж: героя, статистику, експерта, офіційну особу (право на відповідь). Також предметом обговорення були такі запитання: Хто виготовив (зняв чи написав) і хто заплатив за це? Для кого це виготовлено (знято чи написано)? У сюжеті йдеться про погляд, факт чи про щось інше? Чи є достовірним джерело, чи можна цьому довіряти? Хто виграє від цього медіаповідомлення, а кому воно зашкодить?

Важливо, що для того щоб підготуватися до таких дискусій та вирішення ситуативних завдань, курсанти повинні були ґрунтовно опрацювати відповідну літературу, визначитися зі своїми поглядами. Результативність дискусій не обмежувалась формуванням лише однієї складової медіаграмотності, а опиралася на розвинуту структуру знань, яка складалася з умінь шукати та синтезувати інформацію. Це надавало можливість систематично збільшувати загальний ступінь грамотності. Курсанти вчилися отримувати «більше від конкретного повідомлення, краще розумітися на процесах створення та селекції медіатекстів, глибше пізнавати їх значення» [199], тобто набувати більш високого рівня медіаграмотності, більш високого рівня розуміння, керування й оцінки медійного світу.

Оскільки «медіаграмотність розширює поняття «текст», охоплюючи не лише письмові тексти, але й будь-яке повідомлення у вербальній, звуковій чи візуальній формі, яке використовується для створення та передачі ідей між

собою» [214], дискусії давали можливість курсантам не лише розбирати медіаповідомлення, але й конструювати – вчитися «записувати» і проговорювати свої думки та ідеї. Медіатексти стали предметом критичних досліджень і діалогу. Курсанти вчилися ставити необхідні запитання про те, що ми дивимося, читаємо чи слухаємо, тобто розвивали здатність мислити самостійно, щоб зробити можливим мудрий вибір, що якраз і є метою медіаграмотності [189].

Отже, серед інтерактивних методів навчання медіаграмотності майбутніх офіцерів ми надавали перевагу дискусійним, зокрема діалогу, груповим і колективним дискусіям, обговоренню медіатекстів, та аналізу конкретних ситуацій. Викладачі пропонували завдання, що потребували чіткого формулювання власної думки чи аргументування власної позиції. У такий спосіб курсанти вчилися грамотно сприймати інформацію з різних джерел, відшліфовували свої вміння ставити запитання, аргументовано давати відповіді на запитання викладача чи однокурсників, училися аналізувати та розуміти механізми впливу інформації на слухачів (читачів або глядачів) і наслідки цього впливу. Створення відповідного середовища спілкування допомогло розвивати вміння курсантів аналізувати медіаповідомлення.

Четверта педагогічна умова розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки передбачала *застосування дослідницького методу для набуття курсантами досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу*. У цьому випадку для нас принциповою була позиція Л. Мастермана щодо важливості завдань на дослідження особливостей впливу медіа. Визначаючи систему завдань, ми також орієнтувались на положення Центру медіаграмотності США про чотирьохетапний процес «розслідування» медіа: доступ, аналіз, дослідження й оцінка. Усі завдання передбачали аналіз та дослідження того, «як «конструюються» повідомлення – друковані, вербальні, візуальні чи

мультимедійні», а також оцінку явних і прихованих повідомлень ЗМІ щодо власних етичних, моральних та/або демократичних принципів» [176].

Відповідно до цього, готуючи навчально-матеріальне забезпечення навчальних дисциплін «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Політологія та соціологія», «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України», проведення дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів, ми розробили систему проблемних завдань, які курсанти повинні були дослідити. Кожне завдання передбачало вирішення певної проблеми, тому ми пропонували курсантам здійснити проблемний аналіз медіатекстів. Зокрема, це були завдання на виявлення медійних стереотипів (аналіз стереотипного зображення подій, ідей або людей у медіатекстах), розпізнання прихованих повідомлень у медіатекстах (ідентифікаційний аналіз), кількісний аналіз медіатекстів (контент-аналіз).

Також курсантам пропонувались завдання щодо аналізу медійної діяльності певного громадського діяча, блогера або політика, зокрема їхні виступи у громадських місцях, парламенті, мас-медіа (радіо, телебаченні, друкованих медіа, інтернет-сайтах, соціальних мережах). Ці завдання також мали дослідницький характер. Для вирішення цих завдань майбутніх офіцери використовували різну інформацію (новини, відео, блоги, соціальні мережі тощо). Для аналізу медіатекстів використовувалась така схема: автор тексту; цільова аудиторія; тип контенту; є чи немає фейків; наявність упередженості (неупередженості) тексту; є чи немає дезінформації, пропаганди або маніпуляції; якими є факти (судження); соціальна толерантність (є чи немає порушення етичних норм, є чи немає мови ворожнечі тощо). Найбільше позитивних відгуків мала медіадіяльність Володимира Зеленського, Андрія Жданова, Юрія Бутусова, Романа Світана.

Предметом дослідження були також порушення новинного стандарту точності. Курсанти аналізували медіатексти, звертаючи увагу на те, якими є факти (чи немає фейків), думки (джерело цього не говорило, джерела немає), на достовірність джерела (джерело видає себе не за того, ким є насправді),

якою є соціологія (посилання на абстрактні «думку суспільства», «більшість», не конкретні цифри, а «багато», «нечисленні», «весь народ...» тощо), на посилання (яке джерело), чи немає вирваних із контексту даних, як використано терміни (чи є некоректне використання термінів, наприклад, «ополченець» замість «російські війська»), які ілюстрації (зв'язок відео або фото з новиною, вказівка на джерело, місце, час зйомки).

Важливе значення мали завдання, що стосувались дослідження маніпулятивності медіатексту. Викладачі пропонували курсантам проаналізувати тексти щодо маніпулятивності за такою схемою:

«← заголовок (провокативний);

– новина, що викликає здивування, інтригу, страх, занепокоєння, або коротка, «суха», беземоційна;

– новини немає на інших ресурсах чи серед офіційних повідомлень;

– бракує джерела інформації;

– невідповідність світлин, що супроводжує новину, її змісту;

– новина – це виклад допису в блозі чи посту в соцмережах;

– провокативні матеріали в розділі «Читайте також»;

– перебільшення, узагальнення, емоційна лексика та мова ворожнечі;

– вирвані з контексту слова офіційних осіб;

– побудова новини на думці псевдоекспертів;

– новина про політиків без контексту, інфоприводу чи критики;

– слабка аргументація, сарказм, непотрібна іронія» [95, с. 38].

Наступна група дослідницьких завдань стосувалась розпізнавання фейкових заголовків і пропагандистських матеріалів. До прикладу, важливим було завдання, що стосувалось фейкових заголовків. Курсанти повинні були знайти в Інтернеті маніпулятивні заголовки, поширені російською пропагандою за місяць: «Київ хоче продовжувати війну», «Київський режим не зацікавлений, щоб був мир», «Російська армія рятує жителів Донбасу» тощо. Далі майбутні офіцери зазначали, які ідеї доносила пропаганда через подібні заголовки і наводили аргументи щодо їх маніпулятивності та

пропагандистського характеру. Важливим було і таке завдання: «Погортайте стрічку за добу. Проаналізуйте і перевірте, маючи на руках ознаки фейку, скільки інформації Ви побачили у своїй стрічці, яка виглядає підозріло, як фейк? За якими ознаками це Ви визначили?» [47, с. 25].

Ми також пропонували курсантам кілька тез російської пропаганди на зразок: «Ми, Росія, завжди підтримували та дбали про Україну, оскільки ми один народ і між нашими країнами не може бути ненависті». Курсанти з'ясовували, з якою метою російська влада і пропагандисти постійно використовують наратив «росіяни та українці/Росія та Україна – один народ»? Майбутні офіцери доводили, що використання цього пропагандистського постулату несе загрозу нового геноциду українців та є обґрунтуванням повномасштабної агресії Росії проти України. Ще одна теза російської пропаганди: «Росія проводить спеціальну миротворчу операцію на Донбасі, а не веде війну проти України». Спростовуючи цю тезу, курсанти доводили, що це не спеціальна операція, а агресивна війна проти України, яку розпочала Росія; при цьому український народ захищає свою землю, веде справедливую війну з визволення своїх територій. Досліджуючи цю проблему, курсанти наводили приклади з російських офіційних джерел, розгалуження цього наративу з кінематографу, меседжі в окремих зарубіжних медіатекстах чи виступах політиків. Курсанти доводили, що такі меседжі російської пропаганди є основою шовіністичної ідеології Російської Федерації, яка заперечує право українського народу на державний суверенітет, на самостійне існування як нації.

Особливу увагу ми приділяли завданням, що стосувались інформаційних операцій [95, с. 44]. Курсанти самостійно визначали особливості інформаційно-психологічних операцій, їх мету та завдання – нагнітання панічних настроїв серед цивільного населення й українських військових. Зокрема, ми пропонували курсантам ознайомитися з матеріалом «Що таке ІПСО, чому важливо це знати і які операції зараз проводить Росія проти України» за посиланням: <https://tyzhden.ua/shcho-take-ipso-chomu->

vazhlyvo-tse-znaty-i-iaki-operatsii-zaraz-provodyt-rosiia-proty-ukrainy. Вони повинні були з'ясувати особливості поширення інформаційно-психологічних операцій.

Далі курсанти аналізували повідомлення під назвою «Зеленський втік із Києва у бік кордону з Польщею» від 10 жовтня 2022 року. Про це повідомили російські медіа, зокрема *Readovka*. Нібито після масованої ракетної атаки його евакуювали до секретного бункера на заході України, а то й взагалі везуть у бік кордону з Польщею. Курсанти доводили, що це неправда, оскільки Президент України Володимир Зеленський продовжує виконувати свої обов'язки у Києві. На підтвердження цього курсанти знаходили його відеозвернення з Банкової. Таку саму інформацію прокремлівські телеграм-канали публікували 24 лютого 2022 року, а також запустили в мережу дідфейк відео, в якому нібито Зеленський говорить про здачу Донбасу та пропонує скласти зброю (додаток X). Майбутні офіцери зазначали, що російські пропагандисти публікують повідомлення про нібито втечу Зеленського для того, щоб спричинити хаос і паніку, показати, що влади в Києві немає, а простих українців кинули напризволяще. Курсанти робили висновок, що російські інформаційно-психологічні операції намагаються розколоти українське суспільство, спровокувати паніку, ідеї марності опору, але досі в них цього не вийшло.

Викладачі також пропонували курсантам дослідити, як про одну і ту саму подію пишуть вітчизняні медіа, російські чи європейські. Курсанти порівнювали, як подається інформація про воєнні події в новинах українських та закордонних медіа, звертали увагу на їхню аргументацію й основні меседжі. У такий спосіб курсанти вчилися розпізнавати інформаційно-психологічні операції, аргументовано пояснювати свою позицію.

З використанням праць М. Давидюка [34], П. Померанцева [118], Г. Почепцова [122–125] курсанти визначили такі напрями інформаційно-психологічного впливу російської пропаганди на військовослужбовців і населення України:

– показ катастрофічних наслідків війни для військовослужбовців та їхніх сімей, щоб сформувати в українців негативне ставлення до війни, переконати в тому, що війна і, відповідно, опір є безперспективними;

– дискредитація військово-політичного керівництва (через тенденційний добір біографічних подробиць, поширення дезінформації та неправдивих чуток про них, переконання в нездатності до керування, використання принизливих епітетів та ярликів, показ їхніх «промахів» і «помилوک»);

– розпалення протиріч між різними соціально-етнічними групами з метою послаблення здатності українського народу до опору, а також зниження боєздатності військ;

– пропаганда переважання агресора у військовій силі для переконання військовослужбовців і цивільного населення у марності збройного опору.

На заняттях курсанти також розглядали приклади використання Російською Федерацією методу залякування можливими втратами (бойове й інформаційне залякування), пропаганди відчаю (повторення думки щодо марності опору, залишення українців без підтримки з метою спричинення паніки й істерії). Досліджуючи ці аспекти, курсанти робили висновок, що російські пропагандистські кампанії є достатньо науково обґрунтованими та системними, вони використовують майже всі засоби впливу на масову свідомість.

Ще одна група завдань стосувалась розвитку у курсантів навичок візуальної медіаграмотності. Зокрема, у межах онлайн-курсу «Візуальна медіаграмотність» ми розглядали статичні форми візуалізації в медіа і відпрацьовували в курсантів навички їх аналізу. Курсанти вчилися критично аналізувати візуальні медіатексти, декодувати та «прочитувати» візуальні образи й об'єкти.

Зокрема, викладачі пропонували курсантам скласти тематичну добірку візуальних матеріалів, створити усні повідомлення з використанням фотоджерел, проаналізувати візуальні джерела (фотографії), за допомогою

пошукових систем перевірити інформацію на достовірність. Особливо важливими були завдання, що передбачали порівняння вивчених матеріалів із поданням цих історичних подій у кіно. Курсанти також аналізували приклади російської пропаганди, розрахованої на військових, із використанням візуальних джерел, порівнюючи різні погляди (наприклад, військових експертів, професійних журналістів) про медіатекст і події, що відображені в ньому.

Прикладом такого завдання може бути випадок, який подає журналіст «Детектор медіа» О. Півторак [112]. Автор розповідає, що у грузинському сегменті соцмереж наприкінці січня та на початку лютого 2023 року поширили інформацію з «фотодоказом» про те, що нібито до *Києво-Печерської лаври збираються надіслати ікону* – Богородицю з головою Степана Бандери (рисунок 3.2). Це повідомлення курсанти спростовували за допомогою безкоштовного браузерного додатка *TinEye* та застосунку для браузера і смартфона *InVid Verification Plugin*.



Рисунок 3.2 – Богородиця з головою Степана Бандери – приклад російської фейкової інформації з «фотодоказом»

Алгоритм роботи цих додатків є простим: після натискання правої кнопки мишки на фото треба обрати програму *TinEye* або *InVid*, а потім – відкрити пошукові системи та знайти схожі зображення. Після цього відкривається одна або кілька вкладок і там можна побачити оригінальні картинки, з яких зробили світлину [112]. Так курсанти доводили, що «голову

Степана Бандери причепили поверх ікони Божої Матері «Албазинська», яка зберігається в російському місті Благовіщенську» [112]. У такий спосіб майбутні офіцери вчилися використовувати інструменти, які допомагають перевірити справжність фото, упіймати ботів у соцмережах і помітити дезінформаційну кампанію.

Виконання подібних завдань допомагало розвивати в курсантів аналітичне мислення, відпрацьовувати вміння виявляти й аналізувати маніпулятивні впливи медіа, досліджувати вплив медіа на індивідів і соціум загалом за допомогою так званих «кодів», відпрацьовувати практичні навички роботи з інформацією (аналіз, синтез, ранжування, структурування). Дослідницькі завдання передбачали роботу курсантів з:

- пошуку відмінностей між фактами, що потребують перевірки, та загальновідомими, правдивими фактами;
- аналізу неоднозначних або сумнівних аргументів;
- підтвердження надійності чи достовірності джерела інформації;
- доведення упередженості суджень;
- перевірки справжності фото-, відеоматеріалів тощо.

Важливе значення мали дослідницькі завдання, що передбачали навчання майбутніх офіцерів через оцінку медіатекстів, аналіз подій, перевірку інформації робити висновки та приймати аргументовані, об'єктивно виважені рішення. Виконання таких завдань допомогло навчати курсантів аналізувати відповідність і вірогідність аргументів, достовірність джерел інформації, відрізнити факти від поглядів та припущень, виявляти маніпуляції, пропаганду, дезінформацію. Така робота допомогла розвивати у майбутніх офіцерів здатність орієнтуватися в інформаційному просторі, відпрацьовувати навички захисту від маніпулятивного впливу медіа, сформувати індивідуальний медіаіміунітет до негативного аспекту медіадійності.

Отже, визначені в дослідженні педагогічні умови розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки передбачають навчання курсантів

відрізняти повідомлення деструктивного чи маніпулятивного характеру та достовірну інформацію з офіційних джерел, а також розвиток їхнього вміння поводитись у медіасвіті. Для системної організації роботи щодо розвитку медіаграмотності у курсантів під час формувального експерименту вони були забезпечені базовими знаннями щодо інформаційної безпеки та медіаграмотності. Також використовувались засоби неформальної освіти (дистанційні та онлайн-курси, вебіари), що надало можливість збільшити знання майбутніх офіцерів про специфіку оцінювання змісту медіатекстів або медіаповідомлень та значення медіа в сучасному світі. При цьому особлива увага приділялась упровадженню інтерактивних методів і технологій навчання для відпрацювання навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань. Викладачі широко застосовували дослідницький метод для набуття курсантами досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу.

3.2 Результати дослідно-експериментальної роботи з розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки

Для з'ясування результативності експериментальної роботи з розвитку у майбутніх офіцерів медіаграмотності після завершення формувального експерименту було проведено повторні вимірювання. У цей час було передбачено:

- з'ясувати рівні розвитку медіаграмотності у курсантів після експериментального навчання;
- порівняти результати стану розвитку медіаграмотності у курсантів КГ та ЕГ;
- визначити результативність педагогічних умов і структурно-функціональної моделі розвитку медіаграмотності у майбутніх офіцерів

Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки.

Як і під час вхідного контролю, після формувального етапу педагогічного експерименту було використано подібні (але дещо видозмінені) діагностичні методики. За результатами опитування щодо вивчення стану розвитку медіаграмотності за *особистісно-мотиваційним критерієм* виявлено окремі відмінності: серед курсантів ЕГ було на 13,17 % більше тих, хто мав високий рівень мотивації до вивчення медіаграмотності. Низьку мотивацію до вивчення медіаграмотності у КГ мають на 22,37 % більше курсантів, ніж в ЕГ.

Різницю виявлено і щодо пізнавальних інтересів у сфері медіа, ерудиції, допитливості та прагнення нового: курсанти ЕГ більше зацікавилися цими проблемами. У ЕГ є 33,54 % курсантів, у кого цей показник відповідає високому рівню (у КГ таких 19,14 %). Курсанти ЕГ також засвідчили більшу готовність підвищувати свій рівень знань про медіаграмотність: в ЕГ стало більше тих, у кого медіаграмотність за цим показником сформована на високому та середньому рівнях: відповідно 34,15 % і 54,88 % учасників експерименту. У КГ ці показники становлять 19,13 % та 46,91 %. Подібні відмінності зафіксовано і за показником емоційної врівноваженості, психологічної стриманості, стресостійкості в агресивному інформаційному просторі: на високому рівні цей показник зафіксовано відповідно у 32,32 % курсантів ЕГ та 20,37 % у курсантів КГ.

Загалом вивчення стану розвитку особистісного компонента медіаграмотності у курсантів ЕГ засвідчило вищий рівень їхньої мотивації до вивчення медіаграмотності, більшу зацікавленість питаннями у сфері медіа, більшу готовність підвищувати свій рівень знань про медіаграмотність. Порівняно з курсантами ЕГ вони більш емоційно врівноважені, мають вищий рівень психологічної стриманості та стресостійкості в агресивному інформаційному просторі.

Суттєві відмінності у рівнях розвитку медіаграмотності між курсантами ЕГ і КГ помітні за *пізнавально-когнітивним критерієм*. За результатами

тестового опитування з'ясовано, що курсанти ЕГ краще обізнані про хронологічну історію медіа, інформаційно-комунікаційні революції в історії людства, види та жанри медіа. Вони змогли більш виразно окреслити роль медіа в житті суспільства, місію ЗМІ щодо інформування громадян про суспільно значущі події, трансляції певних цінностей, важливих для суспільства та держави. Більшість курсантів ЕГ (85,97 %) змогли правильно назвати суспільні ЗМІ, їхнє значення. Серед курсантів КГ таких виявлено 64,81 %. Щодо питання про джерела інформації про суспільно-політичне життя, прикметним стало те, що курсанти ЕГ назвали, окрім інформаційних інтернет-ресурсів, месенджерів, також і друковані ЗМІ: «Країна», «Тиждень», «День», «Газета по-українськи». Курсанти пояснили, що інформацію з друкованого видання легше засвоювати (курсанти КГ такими виданнями не цікавилися).

Суттєві зміни помітні щодо обізнаності курсантів про послідовність оцінювання змісту медіатекстів, вимог до медіаповідомлення та новинних стандартів. Серед курсантів ЕГ виявлено на 11,34 % більше тих, хто зміг на високому рівні пояснити, що для оцінки медіатексту потрібно дати відповідь на такі запитання, як мета, зміст, вплив, реакція, авторство, аудиторія, інтерпретації, технології. 87,80 % курсантів ЕГ на високому і середньому рівнях знають, що для оцінки медіаповідомлення треба дати відповіді на такі запитання: «Хто створив це повідомлення?», «Які творчі засоби використано, щоб привернути увагу читача/глядача?», «Чому різні люди по-різному сприймають меседжі?», «Які цінності, ідеї і погляди подано чи пропущено в цьому повідомленні?», «Чому це повідомлення було поширене?». Курсанти КГ про такі запитання обізнані менше: 65,43 % назвали лише окремі аспекти, на які треба звертати увагу, зокрема щодо авторства, засобів, ідей, перевірки змісту. Краще обізнані курсанти ЕГ і щодо новинних стандартів. 31,71 % з них змогли охарактеризувати більше п'яти новинних стандартів. У КГ таких курсантів 17,90 %. Інші змогли назвати і пояснити лише 1–2 новинних стандарти чи зазначили, що не звертали на це уваги.

Результати напівпроективного анкетування у формі незавершених речень засвідчили достатню обізнаність курсантів обох груп про інструменти новітніх медіа, зокрема YouTube, Google, Facebook, Twitter, Тік-ток тощо, особливості спілкування у соціальних мережах. Більшість курсантів ЕГ і КГ на високому та середньому рівнях обізнані про особливості функціонування і термінології нових медіа. Разом із тим серед курсантів ЕГ виявлено 29,27 % тих, хто на високому рівні дав відповідь на запитання про практики цифрової безпеки, специфіку алгоритму новинної стрічки в соціальних медіа, захисту своїх персональних даних в інтернеті. Свої відповіді курсанти ЕГ змогли краще аргументувати та проілюструвати. У КГ таких було 17,28 %.

Значні відмінності між курсантами ЕГ і КГ виявлено щодо обізнаності про техніки маніпулятивних впливів, методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації. Курсанти ЕГ змогли дати більш аргументовані і повні відповіді щодо ознак спотвореного медіаконтенту та дезінформації/фейкових новин. Серед курсантів ЕГ виявлено 29,88 % та 54,27 % тих, хто зміг дати відповідь на це запитання на високому і середньому рівнях. У КГ таких відповідно 17,90 % і 43,83 %. Серед курсантів ЕГ виявлено більше тих, хто більше звертає увагу на необхідність протидії дезінформації.

Більшість курсантів ЕГ змогли на високому та середньому рівнях розкрити питання про те, як треба визначати достовірність медіаповідомлення. Вони зазначили, що треба звертати увагу на посилання на джерело інформації, репутацію видання й автора, представленість різних поглядів, фото/відео, яке підтверджує інформацію. Курсанти КГ вказали лише на одну з цих підстав, інші (48,15 %) сказали, що не так перевіряють, як шукають повнішу деталізовану інформацію. Серед курсантів КГ виявлено більше тих, хто визначає достовірність новини інтуїтивно або ніколи не перевіряє інформацію на достовірність. Курсанти КГ виявились також більш необізнаними щодо важливості уваги до клікбейту (приголомшливого заголовку). Не знають, що таке клікбейт, 27,78 % опитаних курсантів КГ. В ЕГ таких немає.

Курсанти ЕГ також більше обізнані щодо ознак маніпуляцій у медіаповідомленні. 28,05 % курсантів ЕГ змогли на високому рівні повністю та всебічно дати відповідь на це запитання. Вони вказали на те, що підозрілим є матеріал, де висвітлено лише один бік події, де подано неповну або неточну інформацію, де замало аргументів, але багато кліше, ярликів, стереотипних суджень, де помітна надмірна емоційність та немає посилань на джерело. Курсанти також вказали на такі ознаки, як емоційна маніпуляція, залякування, невідомі або упереджені експерти, викривлення цифр і даних соціологічних досліджень, презентація фактів разом з оцінками та цитати, висмикнуті з контексту. Серед курсантів КГ виявлено лише 17,28 % тих, хто зміг на високому рівні дати відповідь на це запитання. Курсанти КГ назвали і менше спеціалізованих сайтів та програм для перевірки інформації. Своєю чергою курсанти ЕГ, окрім таких, як «Детектор медіа» чи StopFake, назвали також Bellingcat, Truth Goggles, FotoForensics, TinEye.

Загалом виявлено, що курсанти ЕГ краще обізнані про історію, види та значення медіа, можуть пояснити їхню роль у житті суспільства, значення для демократії, вплив на своє життя. Значно краще, порівняно з КГ, курсанти ЕГ орієнтуються у питаннях щодо послідовності оцінювання змісту медіатекстів, вимог до медіаповідомлення та новинних стандартів. Особливо велика різниця помітна у знаннях курсантів щодо оцінки достовірності медіаповідомлень, технік маніпулятивних впливів, методів захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації. Курсанти ЕГ більш обізнані щодо вимог новинних стандартів і специфіки виявлення медіаповідомлень, що містять ознаки маніпуляції чи дезінформації.

Загалом вивчення стану розвитку пізнавального компонента медіаграмотності у курсантів ЕГ засвідчило вищий рівень розуміння ними специфіки медіа та медіатекстів, важливості перевірки медіаповідомлень чи техніки маніпулятивних впливів. Порівняно з курсантами КГ вони більше обізнані про методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації.

Вищі кількісні дані в курсантів ЕГ отримано за *діяльнісно-результативним критерієм* розвитку медіаграмотності. Як засвідчили результати виконання системи завдань, курсанти ЕГ показали кращі вміння аналізувати й оцінювати медіаповідомлення, визначати його актуальність і несуперечливість. Зокрема, серед курсантів ЕГ виявлено 29,27 % і 53,66 % тих, хто виконав це завдання відповідно на високому та середньому рівнях. Вони чітко визначили тип медіатексту, його актуальність, смислові акценти, аргументацію, які враження він у них викликав. У КГ ці дані становлять відповідно 17,90 % і 43,83 %. Курсанти КГ більше робили помилок щодо виду ЗМІ, категорії повідомлення, мети медіаповідомлення, відповідності цілей і засобів, засобів виразності, можливих помилок та неточностей медіаповідомлення. 37,04 % курсантів змогли проаналізувати лише один-два аспекти медіаповідомлення (в ЕГ таких 15,24 %).

Курсанти ЕГ показали кращі результати, коли створювали власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності. В ЕГ виявлено більше курсантів, що змогли на високому рівні пояснити й аргументувати свою думку (28,05 % опитаних). Спостереження за участю курсантів в онлайн-дискусіях також засвідчило більшу підготовленість курсантів ЕГ, їхню помітнішу впевненість і сміливість. У КГ таких курсантів виявлено 16,05 %. Невеликий розрив між ЕГ та КГ за цим показником можна пояснити недостатнім рівнем писемної культури сучасної молоді.

Суттєві відмінності між курсантами ЕГ і КГ помітні щодо вміння виявляти маніпуляції історичною й актуальною для суспільства інформацією, критично оцінювати медіаповідомлення та медіатексти, перевіряти її повноту, достовірність і надійність. Курсанти ЕГ показали кращі вміння визначати приклади маніпуляцій в ЗМІ, ознаки маніпулятивності. Серед курсантів ЕГ виявлено більше тих, хто виконав подібні завдання на високому (29,27 %) та середньому (53,66 %) рівнях. У КГ таких курсантів відповідно 16,67 % і 44,44 %. Курсанти КГ змогли визначити у запропонованих текстах лише

окремі випадки маніпулятивності, не завжди чітко могли обґрунтувати свою думку.

Вони також, порівняно з курсантами ЕГ, робили більше помилок щодо визначення достовірності інформації з різних джерел, характеристики критеріїв визначення достовірності інформації. Більшість із них (35,80 %) не змогли належним чином пояснити свою думку, а написали лише про інтуїтивні здогади. В ЕГ на низькому рівні виконали це завдання 14,02 % учасників експерименту.

Вищий рівень умінь з медіаграмотності у курсантів ЕГ засвідчило і виконання завдання на розпізнавання фейків та дезінформації. Багато курсантів (28,65 %) ЕГ змогли визначити більшість наративів російської пропаганди, пояснити і спростувати, а також виокремити з-поміж низки заголовків ті з них, що мають дезінформаційний характер. Серед курсантів КГ тих, хто виконав це завдання на високому рівні, виявлено лише 16,67 %. Курсанти КГ також допускали більше помилок у завданні на аналіз цитат із пропагандистських сайтів. Не змогли належним чином об'єднати цитати у відповідні категорії та пояснити їх спрямованість 38,27 % курсантів КГ (в ЕГ допустили багато помилок у цьому завданні 16,46 % учасників експерименту).

Загалом вивчення стану розвитку діяльнісного компонента медіаграмотності виявило вищий рівень розвитку в курсантів ЕГ умінь аналізувати й оцінювати медіатекст чи медіаповідомлення, визначати його несуперечливість та актуальність. Дослідження засвідчило, що найбільші відмінності між курсантами ЕГ і КГ помітні щодо вміння виявляти маніпуляції історичною й актуальною для суспільства інформацією, перевіряти її достовірність, критично оцінювати медіаповідомлення та медіатексти, розпізнавати фейки та дезінформації, верифікувати контент соціальних мереж.

Загальний висновок щодо розвиненості медіаграмотності у курсантів КГ та ЕГ після завершення експериментального дослідження подано у таблиці 3.9.

Таблиця 3.9 – Порівняльний аналіз рівнів розвитку медіаграмотності у майбутніх офіцерів (у %), $n = 326$ (КГ – 162, ЕГ – 164)

Рівні	Критерії	Контрольні групи				Експериментальні групи			
		На початку експерименту		Наприкінці експерименту		На початку експерименту		Наприкінці експерименту	
		к-ть	%	к-ть	%	к-ть	%	к-ть	%
Високий	Особистісно-мотиваційний	6	3,70	32	19,75	5	3,05	54	32,92
Середній		50	30,86	75	46,29	49	29,88	91	55,49
Низький		106	65,43	55	33,95	110	67,07	19	11,58
Високий	Пізнавально-когнітивний	5	3,09	30	18,52	4	2,44	50	30,49
Середній		46	28,39	74	45,68	48	29,27	90	54,87
Низький		111	68,52	58	35,80	112	68,29	24	14,63
Високий	Діяльнісно-результативний	4	2,47	28	17,28	3	1,83	49	29,88
Середній		45	27,78	73	45,06	47	28,66	89	54,27
Низький		113	69,75	61	37,65	114	69,51	26	15,85
Високий	Середнє значення	5	3,09	30	18,52	4	2,44	51	31,09
Середній		47	29,01	74	45,68	48	29,27	90	54,87
Низький		110	67,90	58	35,80	112	68,29	23	14,02

Для розрахунків було обрано математичний критерій Стьюдента. Результати розрахунків подано в таблицях 3.10–3.13.

Таблиця 3.10 – Результати розподілу курсантів за рівнями розвитку медіаграмотності наприкінці формувального етапу педагогічного експерименту за особистісно-мотиваційним критерієм, $n = 326$ (КГ – 162, ЕГ – 164)

Рівні розвитку медіаграмотності	Групи		Відхилення від середнього		Квадрати відхилень	
	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ
Високий	8	54	-46	192,67	2116	37121,7289
Середній	56	91	2	-38,33	4	1469,1889
Низький	98	19	44	-154,33	1936	23817,7489
Сума	162	164	0	0,01	4056	62408,6667
Середнє значення	54	719,33				

Отже, $t_{\text{емп}} = 6,3$. Відповідно до таблиці стандартних значень критерію Стьюдента критичні значення $t_{\text{кр}} = 2,78$ за рівнем значущості $p \geq 0,05$. Оскільки $t_{\text{емп}} \geq t_{\text{кр}}$, то за особистісно-мотиваційним критерієм статистична відмінність між результатами розвинуеності медіаграмотності в курсантів ЕГ та КГ є достовірною наприкінці формувального етапу експерименту.

Таблиця 3.11 – Результати розподілу курсантів за рівнями розвитку медіаграмотності наприкінці формувального етапу педагогічного експерименту за пізнавально-когнітивним критерієм, $n = 326$ (КГ – 162, ЕГ – 164)

Рівні розвитку медіаграмотності	Групи		Відхилення від середнього		Квадрати відхилень	
	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ
Високий	30	50	-24	113	576	12769

Закінчення таблиці 3.11

Рівні розвитку медіаграмотності	Групи		Відхилення від середнього		Квадрати відхилень	
	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ
Середній	74	90	20	-108	400	11664
Низький	58	24	4	-5	16	25
Сума	162	164	0	0	992	24458
Середнє значення	54	669				

Отже, $t_{\text{емп}} = 9,4$. Відповідно до таблиці стандартних значень критерію Стьюдента критичні значення $t_{\text{кр}} = 2,78$ за рівнем значущості $p \geq 0,05$. Оскільки $t_{\text{емп}} \geq t_{\text{кр}}$, то за пізнавально-когнітивним критерієм статистична відмінність між результатами розвиненості медіаграмотності в курсантів ЕГ та КГ є достовірною наприкінці формувального етапу експерименту.

Таблиця 3.12 – Результати розподілу курсантів за рівнями розвитку медіаграмотності наприкінці формувального етапу педагогічного експерименту за діяльнісно-результативним критерієм, $n = 326$ (КГ – 162, ЕГ – 164)

Рівні розвитку медіаграмотності	Групи		Відхилення від середнього		Квадрати відхилень	
	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ
Високий	28	49	-26	251,33	676	63166,7689
Середній	73	89	19	-199,67	361	39868,1089
Низький	61	26	7	-51,67	49	2669,7889
Сума	162	164	0	-0,01	1086	105704,6667
Середнє значення	54	730,67				

Отже, $t_{\text{емп}} = 5,1$. Відповідно до таблиці стандартних значень критерію Стьюдента критичні значення $t_{\text{кр}} = 2,78$ за рівнем значущості $p \geq 0,05$. Оскільки $t_{\text{емп}} \geq t_{\text{кр}}$, то за діяльнісно-результативним критерієм статистична відмінність між результатами розвиненості медіаграмотності в курсантів ЕГ та КГ є достовірною наприкінці формувального етапу експерименту.

Таблиця 3.13 – Результати розподілу курсантів за рівнями розвитку медіаграмотності наприкінці формувального етапу педагогічного експерименту за середніми значеннями критеріїв, $n = 326$ (КГ – 162, ЕГ – 164)

Рівні розвитку медіаграмотності	Групи		Відхилення від середнього		Квадрати відхилень	
	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ
Високий	30	51	-24	-5	576	25
Середній	74	90	20	188	400	35344
Низький	58	23	4	-183	16	33489
Сума	162	164	0	0	992	68858
Середнє значення	54	721				

Отже, $t_{\text{емп}} = 6,2$. Відповідно до таблиці стандартних значень критерію Стьюдента критичні значення $t_{\text{кр}} = 2,78$ за рівнем значущості $p \geq 0,05$. Оскільки $t_{\text{емп}} \geq t_{\text{кр}}$, то за середніми значеннями критеріїв статистична відмінність між результатами розвиненості медіаграмотності в курсантів ЕГ та КГ є достовірною наприкінці формувального етапу експерименту.

Графічно результати розрахунків за критерієм Стьюдента щодо розвиненості медіаграмотності курсантів КГ та ЕГ наприкінці формувального етапу педагогічного експерименту можна зобразити за допомогою вісі значущості (рисунок 3.3).

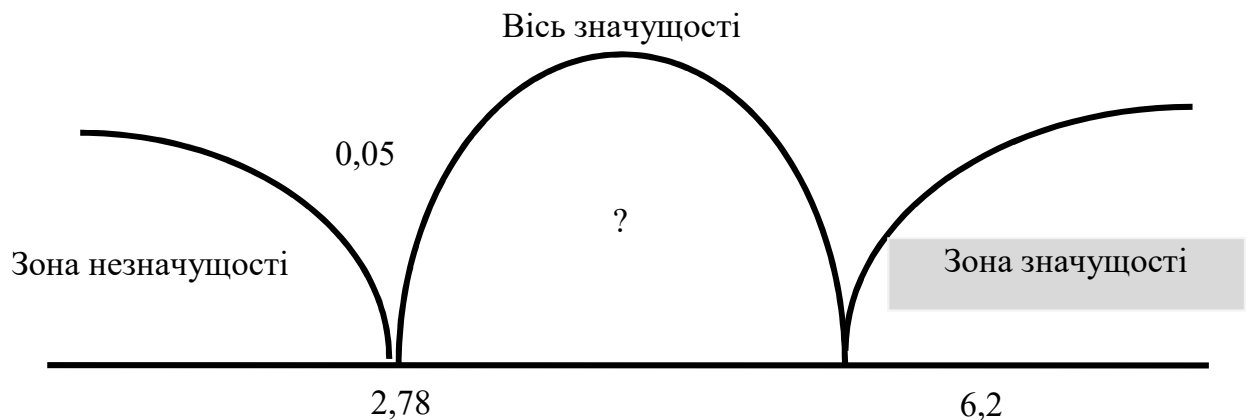


Рисунок 3.3 – Вісь значущості щодо розвиненості медіаграмотності курсантів контрольної та експериментальної груп наприкінці формувального етапу педагогічного експерименту

Отже, отримане емпіричне значення $t_{\text{емп}}(0)$ знаходиться у зоні значущості. Такий стан можна пояснити тим, що під час експериментальної роботи було системно організовано роботу щодо розвитку медіаграмотності у майбутніх офіцерів. Для цього під час формувального етапу педагогічного експерименту майбутні офіцери набули базових знань медіаграмотності та інформаційної безпеки. Викладачі використовували засоби неформальної освіти (дистанційні та онлайн-курси, вебіари) для відпрацювання у курсантів умінь і навичок медіаграмотності (перевірки медіатекстів, оцінювання змісту медіаповідомлень). Курсанти ЕГ позитивно оцінили низку дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів. За їхніми словами, вони зрозуміли критичну необхідність медіаграмотності, яка допомагає «перевіряти інформацію, приймати правильні рішення, зберігати емоційну стійкість», «мати чіткіше

уявлення про дійсність та її відображення у медіа», «уникати негативного психологічного впливу, маніпулювання суспільною свідомістю».

Велике значення мало впровадження інтерактивних методів і технологій навчання для розвитку навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах, їх критичної оцінки для участі в обговореннях з професійних питань. Викладачі широко застосовували метод моделювання практичних ситуацій для набуття курсантами досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу. На відміну від ЕГ, у курсантів КГ не помічено суттєвих змін у рівнях розвитку медіаграмотності за цими показниками. У КГ позитивні зміни не досягають рівня статистичної значущості, а є переважно результатом усього освітнього процесу в закладі освіти.

Отже, результати педагогічного експерименту засвідчили доцільність упровадження педагогічних умов і структурно-функціональної моделі розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. Підтвердженням цього є відмінності між кількісними даними щодо розвитку медіаграмотності в курсантів ЕГ і КГ до і після експерименту. Результати експериментальної роботи підтвердили, що запропоновані педагогічні заходи необхідні для розвитку в майбутніх офіцерів медіаграмотності та роботи з медіа.

3.3 Методичні рекомендації науково-педагогічним працівникам щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки

Результати теоретичного аналізу проблеми розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил у процесі професійної підготовки та дані експериментальної роботи щодо розвитку зазначеної професійно важливої властивості дозволили обґрунтувати окремі методичні рекомендації науково-педагогічним працівникам.

Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил – це *системне й організоване управління їхньою освітньою і пізнавальною активністю для набуття досвіду оптимального використання медіаресурсів, роботи з медіатекстами, аналізу медіаповідомлень, протистояння маніпуляціям та дезінформації.*

1. Для розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил важливо враховувати вимоги загальнонаукових підходів, зокрема *системного* (орієнтує на важливість організованої і системної роботи з розвитку медіаграмотності курсантів), *діяльнісного* (визначає діяльність як необхідну умову та засіб професійного навчання і медіаосвіти), *особистісно орієнтованого* (зобов'язує враховувати в освітній діяльності особистісні та професійні потреби майбутніх офіцерів, формувати їх суспільну відповідальність щодо користування медіа, соціальними мережами і поширення інформації) та *інформаційного* (визначає звертати увагу на інформативність медіаповідомлень, вивчати їхній вплив на особистість) підходів. Необхідним є також дотримання вимог *загальних* (науковості, системності та плановірності, практичної і професійної спрямованості, проблемності, наочності та доступності навчання) і *специфічних* (орієнтованості на розвиток критичного мислення, комунікативної спрямованості, інтерактивної взаємодії, відбору навчального матеріалу, дослідницького характеру) *принципів.*

2. Для розвитку медіаграмотності майбутніх фахівців важливе значення має *забезпечення майбутніх офіцерів базовими знаннями медіаграмотності та інформаційної безпеки.* Для цього необхідно доповнити зміст навчальних дисциплін, які курсанти вивчають на різних курсах. Йдеться про такі дисципліни циклів загальної та професійної підготовки, як «Українська мова (за професійним спрямуванням)» (1 семестр), «Політологія та соціологія» (2 семестр), «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України» (4 семестр).

До змісту зазначених навчальних дисциплін слід додати окремі аспекти, що стосуються історії медіа, технологічного процесу створення медіаповідомлень, інтерпретації медіатекстів, їхнього поділу за жанрами або типами. Зазначені доповнення не є окремою частиною основного навчального плану як дисципліна чи предмет, усі теми необхідно інтегрувати в офіційну навчальну програму як наскрізну для різних предметів.

Для ознайомлення курсантів із цією інформацією доцільно практикувати мінілекції, створення курсантами усних і письмових повідомлень. Зокрема, мінілекції повинні стосуватись методики пошуку, відбору та застосування інформації і візуальної медіаінформації, послідовності оцінювання змісту медіаповідомлень засобів масової комунікації, методів систематизації та формування припущень і суперечливих тверджень, медіазасобів розповсюдження медіаповідомлень. Своєю чергою курсанти самостійно мають опрацювати інформацію про історію друкованих медіа, види й еволюцію медіа, традиційні та новітні інформаційно-комунікаційні технології, про свободу медіа як важливий показник демократичності суспільства.

Курсанти також повинні підбирати тематичну добірку інформаційних матеріалів щодо таких понять, як автор і замовник медіатексту, позиції авторів та їхній вірогідний вплив на аудиторію, технології створення медіаповідомлення, мова медіаповідомлення, наявність стереотипних рішень, візуальних кодів. Важливими є питання про історію інтернету, його значення в житті сучасної людини, засоби комунікації в інтернеті, зокрема соціальні мережі, форуми, чати. Така робота допомагає відпрацьовувати у курсантів навички самостійного пошуку джерел для розв'язання життєвої/навчальної проблеми чи додаткових ресурсів для перевірки сумнівної інформації.

3. Своєю чергою під час викладання навчальної дисципліни «Політологія та соціологія» доцільно більш ґрунтовно ознайомити курсантів із зв'язком між державою, суспільством та медіа. Додатково слід звертати увагу на специфіку соціально-економічних чинників, міжнародних відносин,

висвітлення політичних та інших державних подій, політичні, соціальні, ідеологічні, правові, культурні та інші аспекти медіатексту.

Предметом додаткової умови під час вивчення цієї дисципліни мають бути вимоги до медіаповідомлення і новинні стандарти. Курсанти повинні дослідити такі вимоги до медіатекстів, як кількість інформації, її зміст, точність, цінність, адекватність, надійність, об'єктивність, достовірність, оперативність. Особливо важливе значення мають питання щодо перевірки достовірності інформації, критичного аналізу джерел, доведення у медіатекстах недостовірності, викривлення, маніпулятивних спроб, сутності таких понять, як фейк, цензура, мова ненависті, фактчекінг інформації. Курсанти вчилися критично сприймати медіатексти, аналізувати їх на достовірність, протидіяти маніпуляціям мас-медіа, виявляти ботів, тролів, інфлюенсерів.

4. На другому курсі основну увагу необхідно приділити питанням інформаційної безпеки. Зокрема, під час вивчення навчальної дисципліни «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України» предметом детального розгляду мають бути питання про інформаційну війну як чинник отримання переваги у сучасному збройному конфлікті та шляхи протидії ворожому інформаційно-психологічному впливу.

Особливо важливе значення має вивчення питань про принципи військової пропаганди, методи і форми інформаційно-психологічного впливу, російські наративи про культурну вищість, про дезінформацію, її види, необхідність протистояння маніпуляторам, агресорам, панікерам в інформаційному просторі. Курсанти повинні знати приклади дії пропаганди в суспільстві, розпізнавати тенденційну інформацію, робити висновки про наявність у джерелі інформації ознак маніпулятивного впливу, підтверджуючи цитатами відповідні фрагменти, і можливості оцінювання надійності інформаційних джерел.

Подібна практика інтегрування (доповнення) у традиційний освітній процес закладів освіти знань із медіаграмотності допоможе забезпечити

наскрізне використання медіаосвітніх матеріалів і технологій під час вивчення навчальних дисциплін різних циклів, сприятиме розвитку різних складових медіаграмотності (вивчення особливостей мови медіа, робота з медіатекстами). У такий спосіб важливо поєднати викладання дисциплін різних циклів із теорією і практикою медіаграмотності.

5. Для розвитку в майбутніх офіцерів базових знань з медіаграмотності важливо використати потенціал *засобів неформальної освіти, зокрема дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів, покликаних розширити уявлення курсантів про значення медіа та специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень*. Усі запропоновані дистанційні курси повинні передбачати планомірні групові заняття з активним спілкуванням і мати певну логіку побудови. Для кожного курсу слід використовувати комплекс навчально-методичних матеріалів, розміщених у віртуальному навчальному середовищі. Зокрема, доцільно запропонувати курсантам дистанційний курс «Комунікації у соціальних мережах», що охоплює такі теми «Соціальні мережі в системі комунікацій», «Політика Інтернету», «Соціальні медіа у внутрішніх комунікаціях», «Віртуальна спільнота», «Соціальні мережі та інформаційні впливи», «Моніторинг деструктивних впливів у соціальних мережах», «Інформаційна гігієна та соціальні мережі», «Верифікація у випадках виникнення катастрофи та термінових новин». До кожної теми необхідно подавати структурований матеріал, що має допомогти курсантам набути уявлення про той чи інший аспект соціальних мереж. Далі курсанти повинні, окрім цього матеріалу, самостійно розширити свої знання за наданим планом і виконати низку завдань практичного спрямування. Після кожного заняття вони повинні надсилати виконані завдання викладачеві. Щодо окремих тем можна перебачити обговорення в інтерактивному режимі.

6. Серед онлайн-курсів доцільно пропонувати курсантам такі, як «Пропаганда та шляхи її протидії», «Фактчекінг та інформаційна війна», «Візуальна медіаграмотність». Онлайн-курси мають бути зосереджені на одній чи двох навичках, зокрема на тих, що стосуються протидії пропаганді,

уміння верифікувати дані, аналізувати візуальну інформацію. Зокрема, онлайн-курс «Пропаганда та шляхи її протидії» повинен передбачати вивчення специфіки пропаганди як інформаційного впливу. Особливу увагу слід звернути на основні напрями інформаційно-психологічного впливу російської пропаганди. Детально курсанти повинні розглянути пропагандистські механізми впливу на Україну, зокрема такі, як створення чорно-білої картини світу, дегуманізація «ворогів», конспірологія, підміна понять, узагальнення тощо.

Ще один онлайн-курс «Візуальна медіаграмотність» має допомогти курсантам зорієнтуватися в особливостях функціонування візуальних медіа, знати правила і засоби користування візуальною інформацією. Курсанти повинні дослідити фейки та маніпуляції за допомогою візуальних матеріалів, вивчити методи психологічного захисту від непотрібної візуальної інформації та специфіку використання візуальних матеріалів для пропаганди. Своєю чергою онлайн-курс «Фактчекінг та інформаційна війна» покликаний допомогти курсантам підвищити свій рівень знань щодо того, як виявити бота і троя в коментарях, перевірити надійність телеграм-каналу чи вайбер-чату. Онлайн-курс «Збройні конфлікти і соціальні мережі» передбачає вивчення особливостей висвітлення збройних конфліктів, вимог точності інформації й етики при висвітленні конфліктів, специфіки висвітлення протилежної сторони конфлікту.

7. Під час вебінарів або онлайн-зустрічей через Інтернет у режимі реального часу доцільно пропонувати курсантам такі теми: «Російські історичні міфи у медіа та пропаганді» і «Російські наративи про Україну». Необхідно проаналізувати основні російські наративи, що формують позитивний імідж Росії, та російські наративи про Україну, зокрема міфи про «велику перемогу», загниваючий захід та його змову проти Росії, російську «духовність», «руській мір», «високу культуру» тощо. Курсанти повинні не лише наводити приклади таких наративів, але й пропонувати варіанти їхньої реконструкції. Окремо слід звернути увагу на твори російської літератури як

провідники російської пропаганди, на російську літературу й апологію експансіонізму, а також на природу та корені російського імперіалізму. Загалом зазначені курси і вебінари дозволяють охопити різні аспекти медіаграмотності, значно урізноманітнити форми та методи навчання. Кожен із цих освітніх ресурсів допоможе сформувати відповідні навички, знання і здібності, які повинні мати військові щодо соціальних мереж. Перевагами онлайн-курсів є можливість пропонувати до вивчення курсантів різні теми, а також різні формати подання інформації.

8. Для відпрацювання навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань необхідно *впроваджувати інтерактивні технології навчання*. Під час викладання навчальних дисциплін «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Політологія та соціологія», «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України», проведення дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів слід пропонувати курсантам проаналізувати медіаповідомлення; при цьому вони можуть ставити запитання або відповідати на них, відстежувати відмінності інших інтерпретацій:

- Якими є мета та цілі цієї інформації? Чому я/вони так думають?
- Які слова використано?
- Яким є джерело цієї інформації? З яких джерел ця інформація?
- Які аргументи використано? Чи застосовано маніпулятивні способи для створення цього повідомлення?
- Чи не містить ця інформація упереджень або стереотипів?
- До яких наслідків може спричинити ця інформація? Хто цільова група для цієї інформації?
- Чи містить ця інформація інакші погляди? Якою є думка тих, хто причетний до неї?

Таке навчання важливо доповнювали «керованими дискусіями» – засобом навчання, який поєднує цифрову грамотність із ключовими запитаннями, на які необхідно знайти відповідь. Наприклад, це може бути

дискусія про безпечну поведінку у соціальних мережах, свободу слова і військових. Доцільно також розширювати проблематику обговорення, пропонуючи курсантам вирішити конкретні питання безпеки роботи із соціальними мережами.

Під час дискусій курсанти повинні вчитись виражати свої думки, порівнювати свою думку з думкою інших людей, аналізувати вплив медіа на професійний розвиток, ставити запитання щодо основної думки медіатексту, використовувати медіатекст для дослідження нових ідей та людських відносин, обґрунтовувати свій вибір під час дискусії про медіатекст чи медіаповідомлення, виражати власні думки щодо форми і змісту (упередженість, доречність, точність тощо) медіатексту.

9. Окрім дискусійно-діалогічних технологій інтерактивного навчання під час викладання навчальних дисциплін «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Політологія та соціологія», «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України», проведення дистанційних чи онлайн-курсів необхідно широко використовувати *технології аналізу ситуацій*. Зокрема, для відпрацювання в курсантів уміння розрізняти факти та судження слід пропонувати їм медіатексти (друковані або на екрані мультимедіа). Курсанти повинні виокремити в тексті факти і визначитися з інформацією, що становить собою судження автора. Загалом курсанти мають здійснювати аналіз медіатексту у такій послідовності: категорія тексту, агентство (автор тексту), технології, аудиторія, репрезентація. Для аналізу потрібно також пропонувати курсантам відеосюжети. Предметом обговорення мають бути такі запитання: «Хто написав/зняв/виготовив це?», «Хто за це заплатив?», «Для кого це написано/знято/виготовлено?», «У сюжеті йдеться про факт, погляд чи щось інше?», «Чи цьому можна довіряти?», «Чи є достовірним джерело?», «Хто виграє, а кому зашкодить цей меседж?». Такі дискусії мають вчити курсантів не лише розбирати медіаповідомлення, але й конструювати – вчитися «записувати» і проговорювати свої думки та ідеї.

10. Важливе значення має застосування дослідницького методу для набуття курсантами досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу. Відповідно до цього під час викладання навчальних дисциплін «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Політологія та соціологія», «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України», проведення дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів потрібно пропонувати курсантам систему проблемних завдань. Кожне завдання має передбачати вирішення певної проблеми, тому треба пропонувати курсантам здійснити проблемний аналіз медіатекстів. Зокрема, це можуть бути завдання на виявлення медійних стереотипів: аналіз стереотипного зображення подій, ідей або людей у медіатекстах; завдання на розпізнання прихованих повідомлень у медіатекстах (ідентифікаційний аналіз); кількісний аналіз медіатекстів (контент-аналіз).

Наприклад, дослідницький характер мають завдання, що передбачають аналіз медійної діяльності певного громадського діяча, блогера або політика, зокрема їхні виступи у громадських місцях, парламенті, мас-медіа (радіо, телебаченні, друкованих медіа, інтернет-сайтах, соціальних мережах). Курсанти можуть використовувати різну інформацію (новини, відео, блоги, соціальні мережі тощо). Для аналізу медіатекстів слід використовувати таку схему: автор тексту; цільова аудиторія; тип контенту; є чи немає фейків; наявність упередженості (неупередженості) тексту; є чи немає дезінформації, пропаганди або маніпуляції; якими є факти (судження); соціальна толерантність (є чи немає порушення етичних норм, є чи немає мови ворожнечі тощо).

11. Предметом дослідження мають бути також порушення новинного стандарту точності. Курсанти повинні аналізувати медіатексти, звертаючи увагу на те, якими є факти (чи немає фейків), думки (джерело цього не говорило, джерела немає), якою є соціологія (посилання на абстрактні «думку суспільства», «більшість», не конкретні цифри, а «багато», «нечисленні», «весь народ...» тощо), чи немає вирваних із контексту даних, як використано

терміни (чи є некоректне використання термінів, наприклад, «ополченець» замість «російські війська»), якими є ілюстрації (зв'язок відео або фото з новиною, вказівка на джерело, місце, час зйомки), а також на посилання (яким є джерело) і достовірність джерела (джерело видає себе не за того, ким є насправді). Важливе значення мають завдання, що стосуються дослідження маніпулятивності медіатексту чи розпізнавання фейкових заголовків та пропагандистських матеріалів.

12. Особливу увагу слід приділяти завданням, що стосуються інформаційних операцій. Курсанти самостійно повинні визначати особливості інформаційно-психологічних операцій, їхню мету і завдання – нагнітання панічних настроїв серед цивільного населення й українських військових. Викладачі також можуть запропонувати курсантам дослідити, як про одну і ту саму подію пишуть вітчизняні медіа, російські чи європейські. Курсанти повинні порівняти, як подається інформація про воєнні події в новинах українських та закордонних медіа, звернути увагу на їхню аргументацію й основні меседжі. У такий спосіб курсанти мають вчитися розпізнавати інформаційно-психологічні операції, аргументовано пояснювати свою позицію.

Ще одна група завдань стосується розвитку в курсантів навичок візуальної медіаграмотності. Зокрема, у межах онлайн-курсу «Візуальна медіаграмотність» доцільно розглянути статичні форми візуалізації у медіа та відпрацювати у курсантів навички їхнього аналізу. Курсанти повинні вчитись критично аналізувати візуальні медіатексти, декодувати та «прочитувати» візуальні образи й об'єкти.

Доцільно пропонувати курсантам скласти тематичну добірку візуальних матеріалів, створити усні повідомлення з використанням фотоджерел, проаналізувати візуальні джерела (фотографії), за допомогою пошукових систем перевірити інформацію на достовірність. Особливо важливими є завдання, що передбачають порівняння вивчених матеріалів із поданням цих історичних подій у кіно. Курсанти також повинні проаналізувати приклади

російської пропаганди, розрахованої на військових, із використанням візуальних джерел, порівнюючи різні погляди (наприклад, військових експертів, професійних журналістів) про медіатекст і події, що відображені в ньому.

Виконання подібних завдань допоможе розвивати в курсантів аналітичне мислення, відпрацьовувати вміння виявляти й аналізувати маніпулятивні впливи медіа, досліджувати вплив медіа на індивідів і соціум загалом за допомогою так званих «кодів», відпрацьовувати практичні навички роботи з інформацією (аналіз, синтез, ранжування, структурування).

Отже, для розвитку у майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил медіаграмотності важливо дотримуватись вимог системного, діяльнісного, особистісно орієнтованого та інформаційного підходів, а також низки загальних (науковості, системності та планомірності, практичної і професійної спрямованості, проблемності, наочності та доступності навчання) і специфічних (орієнтованості на розвиток критичного мислення, комунікативної спрямованості, інтерактивної взаємодії, відбору навчального матеріалу, дослідницького характеру) принципів. Під час вивчення навчальних дисциплін «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Політологія та соціологія», «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України», дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів важливо забезпечити курсантів базовими знаннями щодо інформаційної безпеки та медіаграмотності, збільшити знання майбутніх офіцерів про специфіку оцінювання змісту медіатекстів або медіаповідомлень та значення медіа в сучасному світі. Для відпрацювання у курсантів навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань необхідно використати потенціал інтерактивних методів і технологій навчання, зокрема дискусій, обговорень відеоповідомлень, аналізу конкретних ситуацій. Велике значення має застосування дослідницького методу, що допоможе набути курсантам досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу.

Висновки до розділу

1. Для системної організації роботи щодо розвитку медіаграмотності у майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил проведено експериментальне дослідження. Для цього під час формувального етапу експерименту було забезпечено майбутніх офіцерів базовими знаннями щодо інформаційної безпеки та медіаграмотності, використано засоби неформальної освіти (дистанційні та онлайн-курси, вебіари), що надало можливість збільшити знання майбутніх офіцерів про специфіку оцінювання змісту медіатекстів або медіаповідомлень та значення медіа в сучасному світі. При цьому особлива увага приділялась упровадженню інтерактивних технологій навчання для відпрацювання навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань. Викладачі широко застосовували дослідницький метод для набуття курсантами досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу.

2. Результати експериментальної роботи підтвердили, що після формувального етапу експерименту курсанти ЕГ мають переважно високий (31,09 %) і середній (54,87 %) рівні розвитку медіаграмотності. У КГ ці дані становлять відповідно 18,52 % і 45,68 %. Порівняння результатів розвиненості медіаграмотності в курсантів ЕГ і КГ за допомогою критерію Стьюдента підтвердило статистично значущі відмінності у розподілах: критичні значення $t_{кр} = 2,78$ за рівнем значущості $p \geq 0,05$. Цим самим доведено ефективність упровадження запропонованої структурно-функціональної моделі та педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки.

3. За результатами дослідження розроблено методичні рекомендації науково-педагогічним працівникам щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. Рекомендовано дотримуватись вимог системного, діяльнісного, особистісно орієнтованого та інформаційного підходів,

ураховувати вимоги загальних і специфічних принципів. Під час викладання навчальних дисциплін «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Політологія та соціологія», «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України», дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів важливо забезпечити курсантів базовими знаннями щодо інформаційної безпеки та медіаграмотності, збільшити знання майбутніх офіцерів про специфіку оцінювання змісту медіатекстів або медіаповідомлень та значення медіа в сучасному світі. Для відпрацювання у курсантів навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань необхідно використати потенціал інтерактивних методів і технологій навчання, зокрема дискусій, обговорень відеоповідомлень, аналізу конкретних ситуацій. Велике значення має застосування дослідницького методу, що допоможе курсантам набути досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу.

Основні наукові результати розділу опубліковано в працях [7; 60; 64; 71].

ВИСНОВКИ

У дослідженні подано теоретико-методичне обґрунтування та результати експериментальної перевірки дієвості педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки.

1. Медіаграмотність є предметом уваги представників різних галузей наукового знання, філософів, психологів, медієвістів, зарубіжних і вітчизняних педагогів. Поняття медіаграмотності дослідники визначають як здатність створювати, аналізувати й інтерпретувати медіатексти, а також як результат вивчення медіа і медіаосвіти. Нагальним на сьогодні є вирішення завдання щодо формування та розвитку в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил України всіх складових медіаграмотності, що стосуються вміння критично мислити, розпізнавати фейки і пропаганду, свідомо споживати медіапродукти, протистояти маніпулятивним впливам, знаходити та використовувати потрібну інформацію тощо.

Медіаграмотність офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України – це професійно важлива особистісна властивість, що охоплює мотивацію до підвищення свого рівня медіаосвіченості, свідоме ставлення і зацікавленість медіатекстами, знання історії та ролі медіа, види інформаційного впливу, вміння здійснювати пошук необхідної інформації, аналізувати медіаповідомлення, оптимально використовувати медіаресурси, протистояти маніпуляціям та дезінформації. Складовими медіаграмотності офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України є особистісний, пізнавальний та діяльнісний компоненти.

Аналіз зарубіжного досвіду підготовки фахівців засвідчив, що у збройних силах загалом та військово-морських силах зокрема прискіпливу увагу до медіаграмотності почали звертати порівняно недавно, з початку XXI століття, після активного поширення соціальних мереж. У збройних силах США та Корпусі морської піхоти одностайні щодо того, що поширення

дезінформації та навмисні кампанії з дезінформації становлять загрозу військовослужбовцям, цивільним особам, їхнім родинам і, як наслідок, національній безпеці країни. Для розвитку в персоналу Департаменту Військово-морського флоту навичок медіаграмотності та стійкості щодо загроз у цифровому світі використовують різні практики: від відповідних інструктажів щодо вимог кібербезпеки до перегляду вебінарів та проходження курсів медіаграмотності. Ці практики підвищення навичок медіаграмотності враховують, що забезпечити інформаційний самозахист військовослужбовців можна через розвиток у них умінь аналізувати, перевіряти інформаційні потоки, визначати ознаки упередженості в повідомленнях засобів масової інформації, інтерпретувати медіапродукти як ідеологію та цінності.

2.3 урахуванням структури медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України для діагностики її розвитку запропоновано три критерії, які характеризують її структурні компоненти, зокрема особистісно-мотиваційний, пізнавально-когнітивний і діяльнісно-результативний. Особистісно-мотиваційному критерію медіаграмотності відповідають такі показники, як мотивація до вивчення медіаграмотності; пізнавальні інтереси у сфері медіа, ерудиція, допитливість та прагнення нового; готовність підвищувати свій рівень знань про медіаграмотність; емоційна врівноваженість, психологічна стриманість, стресостійкість в агресивному інформаційному просторі; пізнавально-когнітивному – обізнаність майбутніх офіцерів про загальні особливості медіа, їхню історію та роль у суспільстві; знання про послідовність оцінювання змісту медіатекстів, вимоги до медіаповідомлення та новинні стандарти; знання про інструменти новітніх медіа, зокрема YouTube, Google, Facebook, Twitter, Тік-ток тощо, особливості спілкування у соціальних мережах; обізнаність про техніки маніпулятивних впливів, методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації; діяльнісно-результативному – здатність аналізувати й оцінювати медіаповідомлення, визначати його актуальність і несуперечливість; уміння створювати власні усні чи писемні висловлювання,

необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності, брати участь в онлайн-дискусіях; уміння критично оцінювати медіатексти, виявляти маніпуляції історичною й актуальною для суспільства інформацією, перевіряти її достовірність; навички розпізнавання фейків та дезінформації, протидії ворожим інформаційним впливам, верифікації контенту соціальних мереж. Виокремлено три рівні розвитку медіаграмотності: низький, середній і високий.

3. Для розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України важливе значення мають такі педагогічні умови:

1) забезпечення майбутніх офіцерів базовими знаннями медіаграмотності та інформаційної безпеки;

2) використання засобів неформальної освіти (дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів), покликаних розширити уявлення курсантів про значення медіа та специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень;

3) упровадження інтерактивних технологій навчання для відпрацювання навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань;

4) застосування дослідницького методу для набуття курсантами досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу.

Системно організовувати роботу щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил допомагає структурно-функціональна модель, що містить цільовий, технологічний і результативний блоки.

4. Обґрунтовані у дослідженні педагогічні умови розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки є дієвими, що підтверджено результатами формувального експерименту. Результати експериментальної роботи засвідчили, що після завершення формувального етапу експерименту курсанти ЕГ мають переважно високий (31,09 %) і середній (54,87 %) рівні

розвитку медіаграмотності. У КГ ці дані становлять відповідно 18,52 % і 45,68 %. Порівняння результатів розвиненості медіаграмотності в курсантів ЕГ і ЕГ за допомогою критерію Стюдента підтвердило статистично значущі відмінності у розподілах: $t_{кр} = 2,78$ за рівнем значущості $p \geq 0,05$. Цим самим доведено дієвість упровадження запропонованої структурно-функціональної моделі та педагогічних умов розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки.

5. Для розвитку медіаграмотності в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил у процесі професійної підготовки важливе значення мають методичні рекомендації науково-педагогічним працівникам, які розроблено на основі проведеного дослідження. Рекомендовано дотримуватись вимог системного, діяльнісного, особистісно орієнтованого та інформаційного підходів. Під час викладання навчальних дисциплін «Українська мова (за професійним спрямуванням)», «Політологія та соціологія», «Морально-психологічне забезпечення підготовки та застосування Збройних Сил України», дистанційних та онлайн-курсів, вебінарів важливо забезпечити курсантів базовими знаннями щодо інформаційної безпеки та медіаграмотності, збільшити знання майбутніх офіцерів про специфіку оцінювання змісту медіатекстів або медіаповідомлень та значення медіа в сучасному світі. Для відпрацювання у курсантів навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань необхідно використати потенціал інтерактивних методів і технологій навчання, зокрема дискусій, обговорень відеоповідомлень, аналізу конкретних ситуацій. Велике значення має застосування дослідницького методу, що допоможе курсантам набути досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу.

Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів розвитку медіаграмотності в майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. Перспективами подальших

досліджень є вивчення і впровадження передового зарубіжного досвіду медіаосвіти, удосконалення авторських методик верифікації медіаконтенту, онлайн-курсів з протидії маніпуляціям та ворожим інформаційним впливам, підготовка методичних рекомендацій майбутнім офіцерам щодо саморозвитку медіаграмотності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Академія української преси. Навчальні програми. URL: <https://www.aup.com.ua/mediaosv/navchalni-programy/>.
2. Андрощук І. В. Сучасні тенденції розвитку освіти в Україні. *Молодь і ринок*. 2023. № 1(209). С. 17–22.
3. Андрощук І. В., Андрощук І. П. Smart-комплекси як засіб підготовки майбутніх учителів трудового навчання та технологій у контексті сучасних вимог. *Перспективи та інновації науки (Серія «Педагогіка», Серія «Психологія», Серія «Медицина»)*. 2023. № 9(27). С. 79–90.
4. Аренд Х. Джерела тоталітаризму. Київ : Дух і літера, 2005. 584 с.
5. Атанов Г. А. Теорія діяльнісного навчання : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2007. 186 с.
6. Белл Д. Прихід постіндустріального суспільства. *Сучасна зарубіжна соціальна філософія*. Київ : Либідь, 1996. С. 194–251.
7. Беньковська Н. Б., Кіріакіді О. Ю. Методи розвитку критичного мислення у молодших командирів Військово-Морських Сил Збройних Сил України. *Наукові інновації та передові технології. Серія «Державне управління», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»*. 2023. № 4(18). С. 334–346.
8. Бех І. Д. Виховання особистості : у 2 кн. Київ : Либідь, 2003. Кн. 1 : Особистісно орієнтований підхід: теоретико-технологічні засади. 280 с.
9. Бешок Т. В. Інноваційні технології формування медіаграмотності у майбутніх учителів початкових класів. *Інноваційна педагогіка*. 2020. Вип. 22(1). С. 92–96.
10. Беляк О. Особливості розвитку медіаосвіти в Україні. *Гірська школа Українських Карпат*. 2013. № 8–9. С. 31–33.
11. Бідюк Н. М., Третько В. В. Розвиток психолого-педагогічної компетентності магістрантів засобами тренінгових технологій. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2022. № 5(119). С. 79–88.

12. Богомаз О. Ю. Формування медіакомпетентності та критичної медіаграмотності у майбутніх учителів суспільних предметів: психолого-педагогічний аспект. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 5 : Педагогічні науки: реалії та перспективи*. 2021. Вип. 79(1). С. 42–46.

13. Бойко С. Медіаграмотність як основа інформаційно-психологічної безпеки особистості в сучасних умовах. *Український психолого-педагогічний науковий збірник*. 2015. № 6. С. 18–23.

14. Бондаренко О. А. Технології медіаосвіти в сучасній школі. *Наукові записки [Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка]. Серія : Педагогіка*. 2013. № 3. С. 8–13.

15. Булатов М. О. Філософський словник. Київ : Стилос, 2009. 575 с.

16. Бурдяк В. І. Політико-психологічний компонент медіаграмотності vs маніпулювання ЗМІ суспільною свідомістю. *Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент*. 2022. Т. 10. С. 43–63.

17. Вавіліна С. Г. Формування медіаграмотності в процесі навчання майбутніх журналістів англійської мови професійного спрямування. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2015. Вип. 40. С. 83–91.

18. Вальорска М. А. Діпфейк та дезінформація : практичний посібник / пер. з нім. В. Олійника. Київ : Академія української преси, Центр Вільної Преси, 2020. 36 с.

19. Вінтерхофф-Шпурк П. Медіапсихологія. Основні принципи / пер. з нім. Харків : Вид-во Гуманітарний центр, 2007. 288 с.

20. Вознюк О. В., Дубасенюк О. А. Цільові орієнтири розвитку особистості у системі освіти: інтегративний підхід : монографія. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. 684 с.

21. Волкова Н. В. Інтерактивні технології навчання у вищій школі. Дніпро : Вид-во Університету імені Альфреда Нобеля, 2018. 360 с.

22. Волошко Г. В. Сучасні виклики інформаційного суспільства в аспекті формування медіаграмотності майбутніх педагогів. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2015. № 9. С. 3–12.

23. Гаврілова Л. Г., Хмарна Л. В. Формування медіаграмотності вчителів мистецьких дисциплін як теоретична проблема. *Інноваційна педагогіка*. 2019. Спец. вип. С. 122–127.

24. Герман В., Громова Н. Формування медіаграмотності майбутнього вчителя в умовах професійної філологічної підготовки («Методика навчання української мови» і «Культура української мови»). *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2021. № 7. С. 22–33.

25. Головченко Г. О. Тенденції розвитку медіаосвіти у США та Канаді : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.01. Київ, 2021. 567 с.

26. Голуб М. Як розвивається волинська бібліотека всупереч пандемії коронавірусу. URL: <https://sylappravdy.com/yak-rozvyvayetsya-volynska-biblioteka-vsuperech-pandemiyi-koronavirusu/>.

27. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. Київ : ТОВ «Софія-А», 2016. 184 с.

28. Гомонюк О. М., Бідюк Н. М. Особливості розвитку інформаційної компетентності фахівців соціономічних професій шляхом використання інноваційних педагогічних технологій. *Молодь і ринок*. 2023. № 3(211). С. 12–15.

29. Гороховський О., Їрса З. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи : практичний посібник. Прага : KUFR, 2018. 144 с.

30. Григоров Г. А. Філософські аспекти медіаосвіти з точки зору освітніх стандартів. *Філософія. Культура. Життя*. 2013. Вип. 39. С. 171–177.

31. Гуменникова Т. Медіаграмотність на морі: освітні технології в контексті військово-морського та комерційного флоту. *Актуальні питання у сучасній науці (Серія «Педагогіка», Серія «Право», Серія Економіка», Серія*

«Державне управління», Серія «Техніка», Серія «Історія та археологія»). 2024. № 10(28). С. 657–668.

32. Гуменникова Т. Формування інформаційної компетентності майбутніх судноводіїв та механіків. *Вісник науки та освіти (Серія «Філологія», Серія «Педагогіка», Серія «Соціологія», Серія «Культура і мистецтво», Серія «Історія та археологія»)*. 2023. № 2(8). С. 331–341.

33. Гуменюк Л., Волошенюк О., Потапова В. Практична медіаграмотність: посібник для бібліотекарів. Київ: Бібліотека масової комунікації та медіаграмотності Академії української преси, 2015. URL: <https://aup.com.ua/books/mbm/>.

34. Давидюк М. Як працює путінська пропаганда. Київ: Смолоскип, 2016. 200 с.

35. Дегтярьова Г. Питання формування медіаграмотності: подолання стереотипів. *Український інформаційний простір*. 2019. № 2. С. 195–206.

36. Діденко О. В. Особливості впровадження компетентнісного підходу у професійну підготовку майбутніх офіцерів у ВНЗ. *Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України: електрон. наук. фахов. вид.* 2014. Вип. 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadps_2014_3_6.

37. Діденко О. В., Шумовецька С. П. Формування професійної культури офіцера-прикордонника засобами спецкурсу «Українсько-російські відносини: історія і сучасність». *Військова освіта*. Київ: Вид-во Національного університету оборони України імені Івана Черняхівського, 2019. № 2(40). С. 62–70.

38. Дорош М. Як розвивається медіаграмотність в Україні: вісім висновків зі щорічної конференції. *Детектор медіа*. URL: http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvitayak_rozvivaetsya_mediagramonist_v_ukraini_visim_visnovkiv_zi_schorichnoi_konferentsii.

39. Дьоміна В. В. Проблема формування медіаграмотності майбутніх перекладачів. *Науковий журнал Хортицької національної академії. Серія: Педагогіка. Соціальна робота*. 2020. Вип. 1. С. 119–126.

40. Дьюї Дж. Досвід і освіта / пер. з англ. М. Василечко. Львів : Кальварія, 2003. 84 с.
41. Елементарні інструменти створення дистанційних курсів. URL: <https://oplatforma.com.ua/article/1176-qqq-17-m1-12-01-2017-elementarn-nstrumenti-stvorennya-distantnyih-kursiv>.
42. Єрко Г. І. Формування медіаграмотності майбутніх учителів початкової школи під час вивчення дисципліни «Соціологія». *Вісник Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка: Педагогічні науки*. 2018. Вип. 3. С. 223–229.
43. Єфіменко А., Ішутіна О. Робота з медіатекстом на уроках мовно-літературної освітньої галузі як метод формування медіаграмотності молодших школярів. *Професіоналізм педагога: теоретичні й методичні аспекти*. 2021. Вип. 14(1). С. 125–132.
44. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації : посібник рекомендацій для працівників ЗМІ. Київ : Компанія ВАІТЕ, 2016. 118 с.
45. Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд. Київ : АУП, ЦВП, 2011. 58 с.
46. Іванова Т., Ізбаш С. Методичні «родзинки» онлайн-тренінгу з медіаграмотності «Будь у тренді: МІГ в online!» : практичний посібник / за заг. ред. В. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2020. 96 с.
47. Іванова Т., Юричко А. Інтерактивні форми та методи у процесі викладання журналістських дисциплін : методичний посібник. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 208 с.
48. Ізбаш С. С. Психолого-педагогічні умови формування медіаграмотності в курсантів Національної академії Національної гвардії України. *Науковий журнал Хортицької національної академії. Серія : Педагогіка. Соціальна робота*. 2021. Вип. 1. С. 36–46.

49. Ільченко О. А., Ткач П. Б. Інтегрування елементів медіаграмотності в курс лідерства для майбутніх офіцерів Нацгвардії. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 5 : Педагогічні науки: реалії та перспективи*. 2021. Вип. 81. С. 93–97.

50. Індекс медіаграмотності українців: аналітичний звіт за результатами комплексного дослідження / Громадська організація «Детектор медіа». 2021. URL: <https://detector.media/community/article/186435/2021-03-29-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-doslidzhennya/>.

51. Інтернет-видання «Детектор медіа». URL: <https://detector.media/>.

52. Інтернет-видання «Інформаційний спротив». URL: <https://sprotyv.info>.

53. Інтернет-видання «SPRAVDI» / Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. URL: <http://stratcom.nuou.org.ua/>.

54. Інтернет-видання «Texty.org.ua». URL: <https://texty.org.ua/>.

55. Інфомедійна грамотність онлайн : посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. Київ : IREX, 2021. 400 с.

56. Ішутіна О. Є. Європейський контекст упровадження медіаосвіти. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Педагогіка. Соціальна робота*. 2022. Вип. 1. С. 113–115.

57. Казаков Ю. М. Педагогічні умови застосування медіаосвіти в процесі професійної підготовки майбутніх учителів : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / Луганський національний педагогічний університет імені Т. Шевченка. Луганськ, 2007. 20 с.

58. Кіріакіді О. Ю. Використання потенціалу дистанційних та онлайн-курсів для розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. *Інтеграція теорії у практику: проблеми, пошуки, перспективи в умовах воєнного стану* : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Чернігів, 01 листопада 2023 р.) / Пенітенціарна академія України. Чернігів, 2023. С. 354–355.

59. Кіріакіді О. Ю. Діагностичний апарат для визначення розвиненості медіаграмотності майбутніх офіцерів ВМС ЗСУ. *Орієнтири національної освіти в умовах сьогодення*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Луцьк, 17 травня 2024 р.) / Волинський інститут післядипломної педагогічної освіти. Луцьк, 2024. С. 35–36.

60. Кіріакіді О. Ю. Досвід розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. *Актуальні питання теорії та практики в галузі права, освіти, соціально-гуманітарних та поведінкових наук в умовах воєнного стану*: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Чернігів, 25 квітня 2024 року) / Пенітенціарна академія України. Чернігів, 2024. С. 377–380.

61. Кіріакіді О. Ю. Зарубіжний досвід розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів. *Актуальні питання теорії та практики в галузі права, освіти, соціально-гуманітарних та поведінкових наук в умовах воєнного стану*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Чернігів, 25–26 квітня 2023 р.): у двох томах / Академія Державної пенітенціарної служби. Чернігів, 2023. Т. 2. С. 259–262.

62. Кіріакіді О. Ю. Критерії, показники та рівні розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України. *Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія: педагогічні науки*. Хмельницький: Вид-во НАДПСУ, 2023. № 3(34). С. 102–112.

63. Кіріакіді О. Ю. Медіаграмотність як предмет уваги представників різних галузей наукового знання. *Освіта під час війни: розвиток інформаційно-аналітичного забезпечення, цифрова трансформація, євроінтеграція*: матеріали V міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 26 жовтня 2023 р.) / Державна наукова установа «Інститут освітньої аналітики». Київ, 2023. С. 56–59.

64. Кіріакіді О. Ю. Особливості розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки: методичні рекомендації. Одеса : Інститут ВМС НУ «Одеська морська академія», 2024. 37 с.

65. Кіріакіді О. Ю. Педагогічні умови розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. *Вища освіта України*. 2024. № 1(92). С. 53–60.

66. Кіріакіді О. Ю. Розвиток критичного мислення молодших командирів Військово-Морських Сил Збройних Сил України як психолого-педагогічна проблема. *Сучасні напрями вдосконалення педагогічної майстерності викладачів* : матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Чернігів, 27–28 квітня 2023 р.) / Академія Державної пенітенціарної служби. Чернігів, 2023. С. 117–119.

67. Кіріакіді О. Ю. Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки як предмет наукових досліджень. *Освіта. Інноватика. Практика*. 2023. Т. 11, № 8. С. 32–37.

68. Кіріакіді О. Ю. Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України як актуальне завдання військово-педагогічної практики. *Філософські аспекти професійної освіти* : матеріали X Міжнародної науково-практичної конф. (м. Кропивницький, 17 листопада 2022 р.) / Херсонський державний аграрно-економічний університет. Кропивницький, 2022. С. 107–109.

69. Кіріакіді О. Ю. Структура медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України. *Інноваційні дослідження та перспективи розвитку науки і техніки у XXI столітті* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Рівне, 19 жовтня 2023 р.) / Приватний вищий навчальний заклад «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука». Рівне, 2023. С. 134–135.

70. Кіріакіді О. Ю. Сутність і структура медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України. *Інноваційна педагогіка*. 2023. Вип. 63. Т. 1. С. 159–162.

71. Кіріакіді О., Діденко О. Результати дослідження та досвід розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. *Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія : педагогічні науки*. Хмельницький : Вид-во НАДПСУ, 2024. № 1(36). С. 53–67.

72. Козловський Ю. М. Моделювання наукової діяльності вищого навчального закладу: теоретично-методологічний аспект : монографія / за ред. д-ра пед. наук М. Козяра. Львів : СПОЛОМ, 2012. 484 с.

73. Компанцева Л. Ф. Соціальні комунікації для фахівців сектору безпеки та оборони : у 2 т. Київ : Вид-во Нац. акад. СБУ, 2016. Т. 2. 212 с.

74. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи / під заг. ред. О. В. Овчарук. Київ : К.І.С., 2004. 112 с.

75. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. URL: http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya.

76. Костюченко М. А. Формування лідерської компетентності майбутніх офіцерів Державної кримінально-виконавчої служби України у процесі професійної підготовки : дис. ... д-ра філософії : 015 / Університет імені Альфреда Нобеля. Дніпро, 2024. 267 с.

77. Коропатник М. Медіаосвіта в Україні: історія і сьогодення. *Сіверянський літопис*. 2016. № 3. С. 159–174.

78. Кравченко О. Педагогічні умови формування медіаграмотності майбутніх вчителів у сучасних закладах вищої освіти: обґрунтування проблеми. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 31(3). С. 270–275.

79. Крамаренко В. В. Формування інформаційної компетентності майбутніх фахівців з навігації й управління суднами у процесі професійної підготовки : дис. ... канд. пед. наук : 011. Хмельницький, 2023. 296 с.

80. Куляс І. Стандарти й етика журналістики в умовах неоголошеної війни. 2014. ULR: <https://ms.detector.media/profstandarti/post/11691/2014-10-30-standarty-u-etyka-zhurnalistyky-v-umovakh-neogoloshenoj-viyny/>.

81. Кухаренко А. Л. Роль медіаосвіти у формуванні гуманістичних цінностей особистості. *Вісник Харківської державної академії культури*. 2013. Вип. 41. С. 270–277.

82. Лащук Н. М. До проблеми медіакомпетентності як результату медіаосвіти. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія : Педагогіка та психологія*. 2016. Вип. 2. С. 137–141.

83. Литвин А. В. Методологічні засади поняття «педагогічні умови»: на допомогу здобувачам наукового ступеня. Львів : Сполом, 2014. 76 с.

84. Литвин А. В., Робак В. Є. Завдання медіаосвіти в підготовці фахівців. *Наукові записки [Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка]. Серія : Педагогіка*. 2013. № 3. С. 31–37.

85. Лілік О. Формування медіаграмотності майбутніх учителів української мови і літератури: практичні аспекти. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 27(6). С. 106–109.

86. Літостанський В. В., Іванов В. Ф., Іванова Т. В. Основні організаційно-методичні засади впровадження медіаосвіти та медіаграмотності в навчально-виховний процес навчальних закладів України. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2015. Т. 58. С. 193–196.

87. Лузан П. Г., Виговська С. В., Попівник І. В. Основи науково-педагогічних досліджень : підручник. Київ : НАКККіМ, 2014. 360 с.

88. Мальцева О. І. Шляхи, форми та методи впровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки*. 2020. № 7. С. 58–67.

89. Марків О. Роль медіаграмотності в професійному та особистому становленні людини інформаційної епохи. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/25595/Markiv%20272-289.pdf?sequence=1>.

90. Марченко Г. В. Критичне мислення як необхідний складник медіаосвіти майбутнього вчителя початкових класів. *Інноваційна педагогіка*. 2021. Вип. 37. С. 39–42.

91. Матвійчук М. М. Формування медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів у процесі фахової підготовки : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05 / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2014. 22 с.

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

93. Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства : посібник для вчителя / за ред. В. Іванова, О. Волошенюк. Київ : ЦВП, АУП, 2016. 243 с.

94. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навчальний посібник / за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Барішпольця. Київ : Міленіум, 2009. 440 с.

95. Медіаосвіта в огні. Методичні рекомендації для вчителів курсу «Громадянська освіта»/«Історія» : навчально-методичний посібник / за ред. Волошенюк О. В., Іванова В. Ф., Євтушенко Р. І. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2023. 61 с.

96. Медіаосвіта соціальних педагогів : навчально-методичний посібник / Г. Я. Майборода, М. М. Матвійчук. Черкаси : ФОП Гордієнко Є. І., 2014. 90 с.

97. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. : В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк ; за наук. ред. В. В. Різуна. Київ : Центр Вільної Преси, 2013. 352 с.

98. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів : монографія / за наук. ред. Л. А. Найдьонової, Н. І. Череповської. Київ : Міленіум, 2014. 348 с.

99. Мележик В. П., Іванова Т. В., Іванов В. Ф. Основні організаційно-методичні засади впровадження медіаосвіти та медіаграмотності в навчально-виховний процес навчальних закладів України. *Інформаційне суспільство*. 2015. Вип. 21. С. 70–72.

100. Методики вивчення повсякденного стресу і способів розв'язання кризових життєвих ситуацій / за ред. Т. М. Титаренко. Київ : Міленіум, 2009. 120 с.

101. Модельна навчальна програма інтегрованого міжгалузевого курсу «Основи медіаграмотності» (7–8 класи) для закладів загальної середньої освіти / за ред. О. В. Волошенюк, В. Ф. Іванова, Р. І. Євтушенко. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2023. 28 с.

102. Мокрогуз О. П. До питання запровадження медіаосвіти у школі. *Наукові записки [Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка]*. Серія : Педагогіка. 2013. № 3. С. 95–102.

103. Мороз О. Нація овочів? Як інформація змінює мислення і поведінку українців. Київ : Yaraboo Publishing, 2020. 288 с.

104. Мюллер Ф., Деннер Н. Як можна протидіяти «фейковим новинам»? Аналіз. Київ : Фонд Фрідріха Науманна за Свободу, Академія української преси, 2019. 32 с.

105. Навчальна програма «Основи візуальної медіаграмотності» для 9 класів закладів загальної середньої освіти / за ред. О. В. Волошенюк, Р. І. Євтушенко, В. Ф. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 14 с.

106. Наумук І. Розвиток медіаосвіти в Україні: сучасний стан та вимога сьогодення. *Молодь і ринок*. 2015. № 3. С. 162–166.

107. Нітченко Г. М., Ховрич М. О. Теоретичний аналіз проблеми медіаграмотності молоді. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки*. 2018. Вип. 151(1). С. 112–115.

108. Новинна грамотність: онлайн-курс / під заг. ред. Д. Дуцик та Д. Тарадай. URL: <https://video.detector.media/special-projects/novynna-gramotnist-i22>.

109. Осюхіна М. О. Медіа- та інформаційна грамотність як складова сучасних інформаційно-комунікаційних обмінів (національна концепція у контексті світового досвіду) : дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій : 27.00.01. Дніпро, 2018. 319 с.

110. Павленко І. Г., Курліщук І. І. Формування медіаграмотності студентів в освітньому процесі вищого навчального закладу. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 5 : Педагогічні науки: реалії та перспективи*. 2018. Вип. 61. С. 227–231.

111. Пагулич Р. Свобода слова і військові: чи можна критикувати Зеленського? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/donbas-realii-viyskovy-i-krytyka-zelensko-ho/30425330.html>.

112. Півторак О. Перевірка фото на правдивість і визначення ботів. Як аналітики й аналітикині «Детектора медіа» спростовують російські фейки. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/31315/2023-03-04-perevirka-foto-na-pravdyvist-i-vyznachennya-botiv-yak-analytyky-y-analytykyni-detektora-media-sprostovuyut-rosiyski-feyky/>.

113. Підмогильна Н. В., Дрозд А. Г. Інтернет-проекти як ресурс медіаосвіти. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Соціальні комунікації*. 2020. Т. 31(70), № 3(3). С. 222–228.

114. Підпригора І. І. Вплив суспільно-політичної обстановки на інформаційно-пропагандистське забезпечення у Військово-Морських силах Збройних сил України в 1992–2014 роках. *Воєнно-історичний вісник*. 2019. № 2. С. 65–87.

115. Підпригора І. І. Розвиток нормативно-правової бази інформаційно-пропагандистського забезпечення у Військово-Морських силах Збройних сил України в 1992–2014 роках. *Военно-історичний вісник*. 2019. № 3. С. 54–73.

116. Підпригора І. І. Умови та чинники впливу на організацію інформаційно-пропагандистського забезпечення Військово-Морських сил Збройних сил України у 2014 році. *Військово-науковий вісник*. 2018. Вип. 29. С. 216–229.

117. Плугіна А. Теоретико-методичні засади підготовки майбутніх учителів початкових класів до формування медіаграмотності в учнів. *Acta paedagogica volynienses*. 2021. Вип. 6. С. 65–72.

118. Померанцев П. Це не пропаганда. Київ : Yaraboo Publishing. 2020. 288 с.

119. Попроцький І. С. Сучасні проблеми та шляхи реалізації міждисциплінарних зв'язків в системі професійної підготовки майбутніх офіцерів Військово-Морських сил. *Науковий часопис [Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова]. Серія 15 : Науково-педагогічні проблеми фізичної культури (фізична культура і спорт)*. 2017. Вип. 12. С. 87–90.

120. Портал медіаосвіта та медіаграмотність. URL: <http://medialiteracy.org.ua>.

121. Потятінік Б. Медіа: ключі до розуміння. Львів : «ПАІС», 2004. 312 с.

122. Почепцов Г. Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. Харків : Фоліо, 2019. 314 с.

123. Почепцов Г. Г. Пропаганда 2.0. Харків : Фоліо, 2018. 796 с.

124. Почепцов Г. Г. Сенси і війни; Україна і Росія в інформаційній і смислових війнах. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2016. 316 с.

125. Почепцов Г. Г. Сучасні інформаційні війни. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2015. 497 с.

126. Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів / за загал. ред. В. Ф. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 100 с.

127. Приходькіна Н. О. Тенденції розвитку медіаосвіти учнів у закладах середньої освіти англomовних країн : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.01. Київ, 2021. 536 с.

128. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 травня 2015 року «Про Стратегію національної безпеки України» : Указ Президента України від 26 травня 2015 року № 287/2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/287/2015>.

129. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 2 вересня 2015 року «Про нову редакцію Воєнної доктрини України» : Указ Президента України від 24 вересня 2015 року № 555/2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/555/2015>.

130. Разводова Т. Медіаграмотність як основна компетенція сучасного педагога. *Критичне мислення в епоху токсичного контенту* : матеріали Восьмої міжнародної науково-методичної конференції. Київ : Центр вільної преси, Академія української преси, 2020. С. 356–359.

131. Рахманов В. О. Теоретичні засади підготовки офіцерів в умовах освітньо-інформаційного середовища вищого військового навчального закладу. *Військова освіта*. Київ : Вид-во Національного університету оборони України імені Івана Черняхівського, 2020. № 1(41). С. 243–263.

132. Рекун О. О. Медіаграмотність у системі вищої освіти. *Вісник Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка*. 2020. № 8(164). С. 41–44.

133. Руденко Ю., Дегтярьова Н., Петренко С., Горохова В. Розвиток медіаграмотності молодого покоління: практичний аспект проблеми. *Фізико-математична освіта*. 2022. Т. 37. № 5. С. 56–63.

134. Рула Н., Шульженко А. Розвиток медіаграмотності майбутніх журналістів у закладах вищої освіти. *Наукові записки Бердянського*

державного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки. 2022. Вип. 2. С. 365–374.

135. Сизонов Д. Ю. Психолінгвістичні основи медіаграмотності: до проблеми інтерпретації медіатекстів. *Наука і освіта*. 2017. № 7. С. 82–88.

136. Синчак Б. Тенденційне підвищення рівня медіаграмотності як результат збільшення запитів на якісну інформацію. *Український інформаційний простір*. 2022. № 1. С. 133–146.

137. Сисоєва С. О. Інтерактивні технології навчання дорослих : навчально-методичний посібник / Ін-т пед. освіти і освіти дорослих НАПН України. Київ : ЕКМО, 2011. 320 с.

138. Сисоєва С. О. Компетентнісно зорієнтована вища освіта: формування наукового тезаурусу. *Компетентнісно зорієнтована освіта: якісні виміри* : монографія / редкол. : Огнев'юк В. О., Хоружа Л. Л., Сисоєва С. О., Чернуха Н. М., Терентьева Н. О. Київ : Вид-во Київського ун-ту імені Б. Грінченка, 2015. С. 18–44.

139. Сінгер П., Брукінг Е. Війна лайків. Зброя в руках соціальних мереж. Харків : КСД, 2019. 320 с.

140. Скиба М. М. Особливості медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів. *Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]*. Серія : Психолого-педагогічні науки. 2012. № 6. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzsp_2012_6_11.

141. Словник іншомовних слів / уклад. С. М. Морозов, Л. М. Шкарапута. Київ : Наукова думка, 2002. 680 с.

142. Стаднік О., Ванюшина О., Полова Н. Проблема медіаграмотності при споживанні інформації в умовах війни: соціологічний аспект. *Epistemological studies in philosophy, social and political sciences*. 2022. Vol. 5, Iss. 1. С. 73–79.

143. Стеченко Д. М., Чмир О. С. Методологія наукових досліджень : підручник. Київ : Знання, 2005. 309 с.

144. Стрільчук О. В. Соціально-психологічні механізми формування медіакультури у підлітків з інтернет-захопленістю : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05 / Інститут соціальної та політичної психології НАПН України. Київ, 2020. 220 с.

145. Сулім А. А. Особливості формування критичного мислення як результату медіакритики та медіаосвіти. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 53. С. 348–353.

146. Сууська О. О. Самосвідомість як інструмент культури та медіаграмотності. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2018. Вип. 78. С. 68–75.

147. Сухомлинський В. О. Проблеми виховання всебічно розвиненої особистості. *Вибрані твори* : у 5 т. Київ : Радянська школа, 1976. Т. 1. 654 с.

148. Третько В. В. Формування інформаційно-аналітичної компетентності майбутніх економістів-міжнародників. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2018. № 10(84). С. 197–206.

149. Тулодзєцький Г., Герціг Б., Графе С. Медіаосвіта в школі та на уроці: Основи і приклади / за загал. ред. В. Ф. Іванова ; пер. з нім. В. Климченка. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2020. 405 с.

150. Устименко Т. Оцінка медіасередовища закладу освіти як початок дорожньої карти з розвитку медіаграмотності. *Імідж сучасного педагога*. 2019. № 5. С. 12–16.

151. Федорова І. І. Жеребко Ф. С. Філософська рефлексія технологій медіаосвіти у вищій школі. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. Філософія. Психологія. Педагогіка. 2011. № 3. С. 80–84.

152. Фіцула М. М. Педагогіка : навчальний посібник / 3-є вид., стер. Київ : Академвидав, 2009. 560 с.

153. Флах К.-Г. Влада і злиденність преси / ред.-упор. В. Ф. Іванов ; пер. В. Климченка. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. 186 с.
154. Хижняк І. А., Ішутіна О. Є. Феномен медіаосвіти в професійно-педагогічному дискурсі. *Засоби навчальної та науково-дослідної роботи*. 2020. Вип. 55. С. 6–17.
155. Хмарна Л. В. Формування медіаграмотності вчителів мистецьких дисциплін у закладах післядипломної педагогічної освіти : дис. ... д-ра філософії : 015. Слов'янськ, 2021. 267 с.
156. Хомич О. О. Особливості становлення медіаосвіти в Україні. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки*. 2013. № 13(1). С. 43–49.
157. Черниш О. А. Роль засобів масової інформації у формуванні медіаграмотності особистості в контексті інформаційної війни. *Education and pedagogical sciences*. 2020. № 3. С. 11–19.
158. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність : підручник для вчителів / пер. з англ. С. Дьома. Київ : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2017. 319 с.
159. Шумовецька С. Інтерактивні технології і формування у майбутніх офіцерів-прикордонників навичок медіаграмотності та протидії негативному інформаційному впливу. *Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія : педагогічні науки*. Хмельницький : Вид-во НАДПСУ, 2022. № 1(2). С. 251–265.
160. Шуневич О. М. Шляхи формування медіаграмотності в процесі навчання учнів української мови. *Український педагогічний журнал*. 2017. № 4. С. 103–110.
161. Ягупов В. В. Педагогіка : навчальний посібник. Київ : Либідь, 2002. 560 с.
162. Янишин О. К. Формування медіаграмотності майбутніх перекладачів у процесі професійної підготовки у ВНЗ. *Наукові записки*

[Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка]. Серія : Педагогіка. 2013. № 3. С. 166–171.

163. Aliksieienko T., Pivnenko Y., Apalat H., Mohilevska V., Androshchuk I. Research activity as a technology of activation of cognitive activity of students of higher education institutions. *Systematic Reviews in Pharmacy*. 2020. № 11(9). С. 474–477.

164. Aufenanger S., Schulz-Zander R., Spanhel D. Jahrbuch Medienpädagogik. Opladen : Leske + Budrich, 2001. 464 p.

165. Baacke D. Medienkompetenz als Netzwerk. Reichweite und Fokussierung eines Begriffs, der Konjunktur hat. *Medien Praktisch*. 1996. Vol. 20(78). P. 4–10.

166. Benkovska N. B., Kiriakidi O. Yu. Impact of Globalization on Education. *Особистість та освіта в умовах сучасних соціокультурних викликів: ціннісно-світоглядні та науково-методичні аспекти* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Дніпро, 22 лютого 2024 р.) / Дніпровська академія неперервної освіти. Дніпро, 2024. С. 49–51.

167. Buckingham D., Sefton-Green J. Multimedia Education: Media Literacy in the Age of Digital Culture. *Media Literacy in the Information Age* / Kubey R. (Ed.). New Brunswick, 1997. P. 285–305.

168. Campbell J., Martin J. The Military Needs Media Literacy Training. URL: <https://www.usni.org/magazines/proceedings/2022/july/military-needs-media-literacy-training>.

169. Center for Media Literacy / official site. URL: <https://www.medialit.org/>.

170. Challenge of Media Education (The Grunwald Document) URL: <https://www.medialit.org/reading-room/challenge-media-education-grunwald-document>.

171. Collins B. A Brief History of Media Literacy. URL: <https://ic4ml.org/journal-article/a-brief-history-of-media-literacy/>.

172. Corneliussen D. Media Literacy: How we protect our Airmen from themselves. URL: <https://www.scott.af.mil/News/Commentaries/Display/Article/2910375/media-literacy-how-we-protect-our-airmen-from-themselves/>.

173. Demarest C. Marine Corps unveils information guidance as US rivals spew propaganda. URL: <https://www.defensenews.com/information-warfare/2022/06/29/marine-corps-unveils-information-guidance-as-us-rivals-spew-propaganda/>.

174. Demarest C. Sailors, soldiers need skills to fight propaganda, Navy's Cleary says. URL: <https://www.c4isrnet.com/information-warfare/2023/02/14/sailors-soldiers-need-skills-to-fight-propaganda-navys-cleary-says/>.

175. Duncan B. Harvard University Hosts First US Media Literacy Teaching Institute. URL: <https://www.medialit.org/reading-room/harvard-university-hosts-first-us-media-literacy-teaching-institute>.

176. Empowerment through Education. URL: <https://www.medialit.org/reading-room/empowerment-through-education>.

177. EU Audiovisual Media Services Directive, 2018. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2018/1808/oj>.

178. Halpern D. F., Sternberg R. J. Critical Thinking in Psychology. Cambridge : Cambridge University Press, 2000. 402 p.

179. Hart A. Understanding the Media. London : Routledge, 1991. 284 p.

180. Hobbs R., Frost R. Instructional Practices in Media Literacy Education and Their Impact on Students' Learning. URL: <https://www.medialit.org/reading-room/instructional-practices-media-literacy-education-and-their-impact-students-learning>.

181. Jensen J. Iowa Educators Pioneer Media Now Curriculum. URL: <https://www.medialit.org/reading-room/iowa-educators-pioneer-media-now-curriculum>.

182. Jolls T. Where Media Literacy Fits in the World of Education. URL: <https://www.medialit.org/reading-room/where-media-literacy-fits-world-education>.

183. Jolls T., Wilson C. The Core Concepts: Fundamental to Media Literacy Yesterday, Today and Tomorrow. *Journal of Media Literacy Education*. Vol. 6(2). P. 68–78. URL: <https://doi.org/10.23860/jmle-6-2-6>.

184. Kubey R. Obstacles to the Development of Media Literacy Education in the United States. *Journal of Communication*. 1998. Vol. 48. № 1. P. 58–69. URL: <https://www.medialit.org/reading-room/obstacles-development-media-literacy-education-united-states>.

185. Learning for the 21st Century. A Report and Mile Guide for 21st Century Skills. URL: <https://www.medialit.org/reading-room/learning-21st-century>.

186. Lederer L. What are Other Countries Doing in Media Education? URL: <https://www.medialit.org/reading-room/what-are-other-countries-doing-media-education>.

187. Marine Corps Doctrinal Publication 8. URL: <https://www.marines.mil/News/Publications/MCPEL/Electronic-Library-Display/Article/3077947/mcdp-8/>.

188. Marine Corps Education & Tuition Assistance. URL: <https://www.nu.edu/military-and-veterans/navy/>.

189. Masterman L. Media Education: 18 Basic Principles. URL: <https://www.medialit.org/reading-room/media-awareness-education-eighteen-basic-principles>.

190. Media and Information Literacy. Curriculum for Teachers / Wilson C. et al. UNESCO, 2011. 192 p. URL: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971>.

191. Media Literacy: A Definition and More. URL: <https://www.medialit.org/media-literacy-definition-and-more>.

192. Media literacy in a digital world: European Parliament resolution of 16 December 2008 (2008/2129(INI)). URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/aa25676b-a98c-4f30-b813-698fa076d035/language-en>.

193. Moody K. John Culkin, SJ: The Man Who Invented Media Literacy: 1928–1993. URL: <https://www.medialit.org/reading-room/john-culkin-sj-man-who-invented-media-literacy-1928-1993>.

194. Moody K. Marshall McLuhan: The Revolution is – Media! ULR: <https://www.medialit.org/reading-room/marshall-mcluhan-revolution-media>.
195. Naval Criminal Investigative Service. Cyber. ULR: <https://www.ncis.navy.mil/Mission/Core-Mission-Areas/Cyber/>.
196. Naval Criminal Investigative Service. ULR: <https://www.ncis.navy.mil/Resources/NCIS-Tips/>.
197. Paris Agenda or 12 Recommendations for Media Education. URL: https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/Parisagendafin_en.pdf.
198. Plakhotnik O., Zlatnikov V., Strazhnikova I., Bidyuk N., Shkodyn A., Kuchai O. Use of information technologies for quality training of future specialists. *Amazonia Investiga*. 2023. Vol. 12, № 65. C. 49–58.
199. Potter W. J. Media Literacy. London : Sage Publication, 2001. 423 p.
200. Rakhmanov V., Vasylyshyna N., Kozubtsova L., Kilderov D., Kokarieva A., Zviekova V. Pedagogical paradigms of professional training of future engineers in the conditions of educational and information environment of technical university. *Laplace em Revista*. Sept.-Dec. 2021. Vol. 7, № 3C. P. 584–594.
201. Robinson K. Fabricated News in a Fabricated World. ULR: <https://www.usni.org/magazines/proceedings/2019/june/fabricated-news-fabricated-world>.
202. Schorb B., Hartung-Griemberg A., Dallmann C. Medienkompetenz. München : Kopäd Verlag, 2017. 495 s.
203. Seck H. H. The Marine Corps wants to develop media literacy training. It won't be easy. ULR: <https://www.militarytimes.com/news/your-military/2022/08/01/the-marine-corps-wants-to-develop-media-literacy-training-it-wont-be-easy/>.
204. Seck H. H. Ukraine lessons take center stage in Marines' new information warfare plan. ULR: <https://www.militarytimes.com/news/your-marine-corps/2022/06/29/ukraine-lessons-take-center-stage-in-marines-corps-new-information-warfare-plan/>.
205. Secondary Media Education: A Curriculum Statement / Bowker J. (Ed.). London : British Film Institute, 1991. 144 p.

206. Silverblatt A., Eliceiri E. Dictionary of Media Literacy. London : Greenwood Press, 1997. 234 p.

207. Singer P. W., Johnson E. B. The Need to Inoculate Military Servicemembers Against Information Threats: The Case for Digital Literacy Training for the Force. ULR: <https://warontherocks.com/2021/02/we-need-to-inoculate-military-servicemembers-against-information-threats-the-case-for-digital-literacy-training/>.

208. Sonner K. All Warfare is Based on Deception – Troops, Vets Targeted by Disinformation Can Fight Back. ULR: <https://thewarhorse.org/american-military-targeted-by-disinformation-can-fight-back/>.

209. Symson A. Why Media Literacy Is Just the First Step to Extinguishing Toxic Misinformation. ULR: <http://yingyushijie.cn/business/detail/id/8625/category/46.html>.

210. The Strategic Communicator. ULR: <https://www.prnewswire.com/news-releases/nato-and-the-center-for-media-literacy-present-webinars-resiliency-through-media-literacy-streaming-free-on-youtube-301711277.html>.

211. Thoman E. Blueprint for Response-Ability. ULR: <https://www.medialit.org/reading-room/blueprint-response-ability>.

212. Thoman E. Literacy in a Digital World (Book Review). ULR: <https://www.medialit.org/reading-room/literacy-digital-world-book-review>.

213. Thoman E. Skills & Strategies for Media Education. ULR: <https://www.medialit.org/reading-room/skills-strategies-media-education>.

214. Thoman E., Jolls T. Media Literacy: A National Priority for a Changing World. ULR: <https://www.medialit.org/reading-room/media-literacy-national-priority-changing-world>.

215. Timmon S. C. These Social Media Apps Might Cost You Your Military Career. ULR: <https://www.military.com/benefits/military-legal/these-social-media-apps-might-cost-you-your-military-career.html>.

216. Tomljenović R. Regulatory Authorities for Electronic Media and Media Literacy: Comparative Analysis of The Best European Practices Council of Europe Publishing. Strasbourg, 2018. 74 p. ULR: <https://rm.coe.int/0900001680903a2a>.

217. Tyner K. Literacy in the Digital World: Teaching and Learning in the Age of Information. Mahwan, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 1998. 291 p.

218. U.S. Naval Institute / official site. URL: <https://www.usni.org/about-us/mission-and-vision>.

219. U.S. Army Social Media Guide. ULR: <https://www.army.mil/socialmedia/>.

220. Vinney C. What is Media Literacy? ULR: <https://www.verywellmind.com/what-is-media-literacy-5214468>.

221. War on the Rocks. URL: <https://warontherocks.com/about/>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Завдання для визначення здатності курсантів аналізувати й оцінювати медіаповідомлення, визначати його актуальність і несуперечливість

Зміст завдання: проаналізуйте медіатекст, визначте його актуальність. Що хотів передати автор медіатексту? Якими є смислові акценти медіатексту? Оцініть медіатекст на основі аргументів. Розкажіть, що Вам сподобалося.



Мая Голуб

Медіатекст взято зі статті представниці Інституту масової інформації у Волинській області журналістки М. Голуб «Як розвивається волинська бібліотека всупереч пандемії коронавірусу» [26].

Волинська обласна бібліотека для юнацтва виграє гранти, купує нові книги для читачів та розвивається попри пандемію COVID-19.

Бібліотекарі довели, що розвиток можливий навіть у часи кризи, якщо є бажання стати кращими у своїй роботі.

Обласна бібліотека для юнацтва ламає стереотипи про те, що зараз в бібліотеки ніхто не ходить. Адже до бібліотеки в центрі Луцька біля Кафедрального собору Святої Трійці можна прийти не лише за книгами. Читачі мають можливість взяти участь у цікавих заходах чи подивитись корисні лекції онлайн. До бібліотеки вони заходять у масках, адже правила одні для всіх у часи пандемії COVID-19.



Катерина Прийма
Фото Лідії Кожевнікової

Заступниця директора Волинської обласної бібліотеки для юнацтва **Катерина Прийма** розповіла, що незвична ситуація через коронавірус підштовхнула її колег шукати нові форми роботи, нові можливості комунікації з користувачами, а також звернути увагу на важливість присутності в інтернет-просторі.

«Бажання не втратити зв'язок із читачем стало локомотивом, який наблизив нас до якісного нового рівня функціонування та відкрив нові можливості», – сказала вона.

З її слів, завдяки тому, що на сайті бібліотеки та в соціальних мережах розмістили інформацію про можливості, що може надавати бібліотека в умовах дистанціювання, питання «Як не втратити читача?» не стало проблемою. Також це допомогло залучити читача, щоб він користувався електронними ресурсами.



Катерина Прийма спілкується з журналісткою Масю Голуб
Фото Лідії Кожевнікової

Працівники бібліотеки під час карантину активно розгорнули онлайн-спілкування зі своїми користувачами.



Фото Лідії Кожевнікової

«На сайті та на сторінці бібліотеки у Фейсбуці розповідали про ресурси, що можуть стати в нагоді під час освітніх заходів для вчителів та всіх, хто має потребу в організації дистанційного навчання. Найбільш популярним каналом взаємодії з користувачами стали соцмережі. Тут бібліотекарі продемонстрували свою креативність та вигадливість. Значно збільшилась кількість відвідувачів», – розповіла Катерина Прийма.

Вона наголосила, що бібліотека – це вільний публічний простір, який відкритий для людей незалежно від їхнього віку, статі, релігійних уподобань.

«Може прийти будь-хто за тією інформацією, яка його цікавить. У нас є пункт вільного доступу, де користувач може зайти в інтернет, вільно пошукати все, що його цікавить. В інформаційно-бібліографічному відділі наші працівники завжди із задоволенням допоможуть підібрати літературу та розібратися в певних аспектах. До нас приходять різні категорії відвідувачів: діти-сироти, батьки яких загинули в зоні АТО/ООС, діти з

інвалідністю. Для цих категорій громадян у бібліотеці є пільговий запис», – прокоментувала вона.

У бібліотеці є послуга «Дистанційне обслуговування користувача». Для цього треба стати користувачем, дистанційно зареєструвавшись до бібліотеки через електронну пошту.

«Якщо книга є у відкритому доступі, то працівники бібліотеки можуть цю книгу надіслати окремим файлом користувачам. Якщо читачу потрібна для написання дипломної, курсової роботи література, ми можемо надіслати список джерел із нашої електронної бази даних. Якщо в інтернеті у відкритому доступі є певне видання, ми даємо посилання на електронний ресурс», – зазначила Катерина Прийма.

Заохочення до читання книг за допомогою гри

Під час карантину працівники бібліотеки шукали нові можливості, щоб зацікавити більше читачів.

Головний бібліотекар з проєктної діяльності Волинської обласної бібліотеки для юнацтва **Мирослава Будчик** під час карантину написала



Мирослава Будчик
Фото Лідії Кожевнікової

цікавий грантовий проєкт «Гейміфікація: вчимося граючи», що отримав фінансування на суму 254 796 грн. Він реалізується за підтримки Європейського Союзу за програмою House of Europe.

Мирослава Будчик розповіла, що проєкт, у першу чергу, спрямовано на покоління Z та міленіалів. Анкетну заявку вона писала в кінці березня 2020 року, і вже влітку у бібліотеці почали реалізацію.

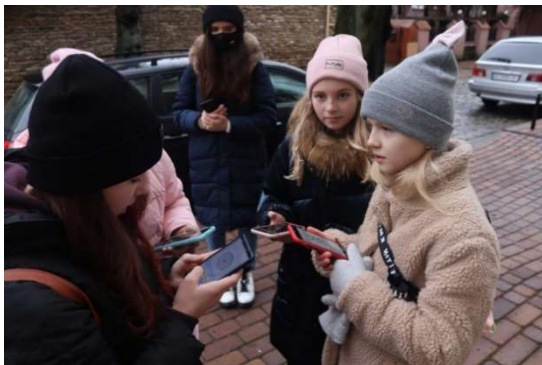
Основна мета проєкту – заохочення молоді до навчання і читання, оскільки в ньому треба обов'язково прочитати книгу, щоб зіграти в гру.

За допомогою отриманих коштів по цьому грантовому проєкту вдалось покращити технічне оснащення Волинської обласної бібліотеки для юнацтва. За кошти першого траншу бібліотека придбала потужний ноутбук, найновіші

планшети, надсучасний фотоапарат зі штативом, маршрутизатори для з'єднання з інтернетом, а також доступ до програмного забезпечення «Action Track».

Мирослава Будчик розповіла, що це вперше в Україні у волинській бібліотеці створили у мобільному додатку «Action Track» свою гру за улюбленою книгою. Доступ до «Action Track» у бібліотеки є до 1 жовтня 2021 року. За умови оплати цього доступу проєкт можуть продовжити. Однак можна буде користуватися іграми, створеними до цього часу.

Ігри використовують у бібліотеці та поза нею через Google-мапи. На прикладі однієї з ігор Мирослава показала авторці цього тексту, як це працює.



На фото учні Спеціалізованої школи № 1 під час гри за книгою «Джури козака Швайки»
Фото Мирослави Будчик

Зокрема, на Театральному майдані вона по мапі, завдяки встановленій у телефоні програмі, бачить, хто з дітей де знаходиться. Є межі, за які дітям не можна виходити, мапа також це показує. Діти одразу зі своїх телефонів відповідають на поставлені запитання у додатку. У текстах є кілька варіантів відповідей, треба обрати правильний, щоб далі брати участь у грі.

Мирослава Будчик розповідає, що цієї осені працівники бібліотеки робили квест для шестикласників КЗ «Луцька ЗОШ І-ІІІ ст. № 25». Вчителька ставила оцінки дітям за результатами квесту. Тому діти, коли дізналися про квест, одразу почали читати книгу «Джури козака Швайки». У квесті взяли участь 33 учні. На сьогодні створено 7 квестів за різними книгами і тематикою, участь у яких взяли більше 500 людей.

Анонси про гейміфікацію поширюють у Фейсбучі на сторінці бібліотеки, у групах в інших соцмережах. Іноді буває, що вчителі шкіл телефонують і питають, коли буде наступна гра.

Час, проведений у гейміфікації, залежить від того, якою є гра. Квести проводили не лише для дітей, а й для дорослих. Перша гра тривала дві-три години. Бувало, що діти завершували гру за годину чи за один урок.

Програма підходить для айфона чи андроїда. Людина скачує в Play Market гру, а QR-код для неї можна розіслати на пошти.

«Усе відслідковується через програму. Я, як організатор, бачу через комп'ютер, хто як рухається по мапі. Кожен учасник може це бачити, коли грає в програмі «Action Track». Усі зареєстровані учасники автоматично стають читачами бібліотеки», – зазначила Мирослава Будчик.

За кошти другого траншу бібліотека придбала чотири ноутбуки. Також планується закупівля смартфона. Усі закупівлі по проєкту відбуваються через Prozorro.

Надалі в межах проєкту «Гейміфікація: вчимося граючи» планують провести онлайн-тренінги щодо роботи з «Action Track» зі створення онлайн-ігор для молоді. У планах також провести семінар для бібліотекарів Волині з метою промоції пілотного проєкту, створення нових квестів на основі книжок для школярів та студентів Волині.

Мирослава відслідковує інформацію про нові конкурси для написання проєктів на сайті ресурсного центру Гурт, на сторінках у Фейсбуці Українського культурного фонду, House of Europe.

Завідділу читальних залів **Тетяна Швай** розповіла, що коли в бібліотеці пішли на вимушений карантин, було непросто. Важко було зорієнтуватися, яким чином продовжувати роботу, щоб бути потрібними і корисними їх користувачу. Але швидко налаштувалися на роботу і почали працювали активно.



Тетяна Швай спілкується з авторкою тексту
Фото Лідії Кожевнікової

«Для того щоб оцінити нашу дистанційну роботу, зокрема, відділу читальних залів, варто на сайті нашої бібліотеки подивитися розділ «Територія

читання». За цей час з'явилася неймовірна кількість публікацій. Зверніть увагу на авторські публікації Лілії Бондарук. Ті дописи досить солідні, вони можуть розглядатись як невелике наукове дослідження. Такі дописи розвивають бажання почитати якусь літературу, викликають бажання щось подивитися, наитовхують на думку», – зазначила Тетяна Швай.

Привертають увагу до бібліотеки і фото, зроблені в ній. Авторські фото Марини Місюк досить часто використовують журналісти. Вона дуже багато фотографує з вікна бібліотеки.

Тетяна Швай розповіла, що коли вийшли з карантину, а читальний зал ще не був відчинений, то йшли читачі і питали: «Коли відчиниться зал?».

«Люди до нас звикли приходити за книгами, переглядати періодику новеньку, газету День, журнал Країна, підходити до наших полицок, але вони не мали можливості цього робити. Ми лише в липні відчинилися для реального користувача», – зазначила вона.

У відділі читального залу – величезна кількість нової літератури. Одразу привертає погляд щось новеньке – так, як у книжковому магазині. За словами Тетяни, молоді люди цікавляться мотиваційною літературою, з розвитку.

Цікавою є книжкова виставка «Короновані кінематографом», де можна прочитати екранізовані книги. Також є полиця з улюбленими книгами кінозірок. Читачі самі надихнули на створення такої виставки, оскільки приходили та питали про коронованих Оскаром.

Бібліотека співпрацює з поліцією і молоддю

Головна методист Волинської обласної бібліотеки для юнацтва **Оксана Романюк** розповіла про співпрацю з поліцією в межах грантового проекту «Помічник патрульного». Цей грантовий проєкт, що реалізовувався за підтримки Міністерства молоді та спорту Данії та ПРООН, написала Оксана Романюк.

Також Оксана Романюк займається SMM, щоб бібліотека ставала ще популярнішою. Ще п'ять людей мають доступ до сторінки бібліотеки у соцмережах. Є графік того, хто і що буде публікувати.

У першій частині проєкту «Помічник патрульного» набирали молодих людей, які самі зголосилися.



Оксана Романюк
Фото Лідії Кожевнікової

Реалізовували цей проєкт Волинська обласна бібліотека для юнацтва, управління патрульної поліції Волинської області, Громадська організація «Молодіжна платформа» та учнівська рада школи № 17 у період із листопада 2019 по лютий 2020 року.

Громадська організація «Молодіжна платформа» навчала, як виступати перед аудиторією, працювати в команді. Ці 15 молодих людей разом із поліцейськими пройшли шість тренінгів. Навчання проводили в бібліотеці і в школі. Зокрема, колеги з бібліотеки розробили навчальний квест з особистої безпеки.

Завдяки реалізації проєкту 15 підлітків стали помічниками патрульних. Нові помічники проводили квести, тренінги, яких їх навчили поліцейські. Цікаво, що проводили майстерки в своїй школі за принципом «рівний рівному». Взяли у цьому участь молодші і середні класи. Загалом у школі в тренінгах взяли участь 360 осіб.

Завдяки проєкту у бібліотеці видали посібник «Помічник патрульного» за підтримки та фінансування «Сучасний формат», МГО «Волинський інститут права», ПРООН та Міністерства закордонних справ Данії.

Також у межах проєкту «Помічник патрульного» у бібліотеці були майстерки з виготовлення флікерів (світловідбивачів). Поліцейським сподобалось те, що в них з'явилися помічники.

«Коли діти самі виготовляють флікери, то вони з радістю чіпляють ці світловідбивачі на рюкзаки чи на верхній одяг», – зазначила Оксана Романюк.

З 2016 року Оксана Романюк започаткувала проєкт «Жива бібліотека». Він цікавий тим, що до бібліотеки приходили відомі люди та вживу ділилися своїм досвідом з учасниками заходу. На час карантину цей проєкт дещо

«завмер», але надалі зустрічі планують проводити в онлайн-режимі. Перша зустріч онлайн «Живої бібліотеки» була в 2020 році з письменницею Орестією Осійчук.

Книги чекають на своїх читачів

Головна бібліотекар абонементу **Світлана Стефановська** розповіла, що книжки видають додому переважно на місяць. Але якщо книжка не користується великим попитом або таких книг є достатньо, то читач може прийти і ще продовжити користування книгою на місяць. Книги за шкільною програмою видають дітям на 10 днів.

Запис до Волинської обласної бібліотеки для юнацтва коштує 10 гривень на цілий рік. Зареєструватися можна в будь-якому відділі.

Світлана Стефановська розповіла, що старші люди читають переважно історичні книги, детективну літературу, а також любовні романи.

Серед юнацької категорії переважають книги фентезі та література про життя підлітків.

Цікаво, що авторка мала можливість пересвідчитись сама, яку літературу обирають читачі. Коли записувала розмову зі Світланою Стефановською, то одна бабуся стояла в черзі з книгою про Гаррі Поттера, що обрала для своєї внучки.

Напередодні Нового 2021 року Волинська обласна бібліотека для юнацтва отримала 826 книг від Українського інституту книги.

Завідувачка відділу комплектування та каталогізування документів **Оксана Коба** розповіла, що закуповує те, що записано у зошитах замовлень.



Фото Оксани Коби

Бібліотекарі ведуть список книг, які б хотіли почитати читачі.

За словами Оксани Коби, бібліотека купує книги за державні кошти і за бібліотечні, які отримують від платних послуг. Ще отримують книги за програмою з Українського інституту книги.

Закуповують книги також і на Львівському книжковому форумі. Потім докуповують, що ще потрібно. Читачі і самі бібліотекарі пишуть, щоби хотіли.

«У бібліотеці є нові книжки. Те, що нове виходить, і ми маємо кошти, за які купити, то ми обов'язково мусимо це купити, оскільки про нові книги питають», – зазначила Оксана Коба.

Усі книги в бібліотеці є здебільшого україномовними. Хоча є і книги англійською та польською мовами. Також є навіть комікси.

Буває, що для бібліотеки дарують книги автори або люди приносять зі своїх домашніх бібліотек. Деякі книги реєструють для користування, а інші «йдуть» на буккросинг.

Висновок. Після походу до бібліотеки склалось враження, що тут в першу чергу орієнтуються на свого читача, і в цьому секрет їхнього успіху. Адже грантові проекти пишуть і реалізують для того, щоб бібліотека стала ще кращою, щоб з'являлися нові події, щоб зацікавити нових людей. І ці нові люди приходять, питають про нові книги, які бачать у книгарнях.

Додаток Б

Завдання для визначення вміння курсантів створювати власні усні чи писемні висловлювання, необхідні для вирішення різних завдань професійної діяльності, брати участь в онлайн-дискусіях

А. Російська Федерація для забезпечення лояльності свого населення до збройної агресії використовує механізми та інструменти створення «альтернативної дійсності або постправди». Поясніть, чому найпоширенішою ідеєю для виправдання агресії путін використовує ідею про «братські народи».

Б. Виберіть два типи масової комунікації (радіошоу, телевізійні передачі, Інтернет-сайти, рекламні оголошення в газетах тощо) із двох різних видів ЗМІ. Складіть перелік функцій, які кожен виконує. Якій із чотирьох ролей, яку медіа відіграють у суспільстві, відповідає Ваш вибір? Чому автори цих конкретних повідомлень подали їх у такий спосіб і в цих конкретних носіях? Як технологічні зміни сформували індустрію, пов'язані з двома видами медіа, які Ви обрали?

В. Ваш родич живе в Дніпрі. Він Вам говорить, що на Донбасі триває громадянська війна, а «народ Донбасу» хоче миру та в усьому винні «бандерівці». Вони краще живуть на заході України, бо Донбас усіх їх годує. Як Ви побудуєте з ним розмову? На чому будете акцентувати увагу?

Додаток В

Анкета для з'ясування мотивації курсантів до вивчення медіаграмотності

Шановний друже!

Кафедра соціально-гуманітарних та фундаментальних дисциплін Інституту Військово-Морських Сил Національного університету «Одеська морська академія» проводить дослідження проблеми розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів. Просимо Вас надати допомогу і розкрити своє розуміння значення медіаграмотності для майбутнього офіцера.

1. Чи потрібно офіцеру Військово-Морських Сил знати сучасні медіа?
2. З чим це пов'язано?
3. Чи ознайомлюєтеся Ви самостійно з матеріалами про медіаграмотність?
4. Що найбільше Вас цікавить?
5. Яке значення, на Вашу думку, має медіаграмотність у Вашій професійній діяльності?

Дякуємо за співпрацю.

Додаток Д

Анкета для визначення пізнавальних інтересів у сфері медіаграмотності, допитливості та прагнення нового

Шановний пане курсанте!

Кафедра соціально-гуманітарних та фундаментальних дисциплін Інституту Військово-Морських Сил Національного університету «Одеська морська академія» проводить дослідження проблеми розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів. Просимо Вас надати допомогу і розкрити своє розуміння значення медіаграмотності для майбутнього офіцера.

1. Опишіть різні види засобів масової інформації, про які Ви знаєте. Який із них, на Вашу думку, є найпотужнішим? Чому?
2. Яким є Ваше улюблене медіа? Скільки часу Ви проводите з ним щодня/щотижня?
3. Якими є Ваші пізнавальні інтереси у сфері медіа?
4. З якою інформацією з медіа Вам подобається ознайомлюватися найбільше?
5. Чому допитливість і прагнення до вивчення нового має бути важливою характеристикою офіцера?

Дякуємо за співпрацю.

Додаток Е

Напівпроективне анкетування у формі незавершених речень для визначення обізнаності курсантів про інструменти новітніх медіа, зокрема YouTube, Google, Facebook, Twitter, Тік-ток тощо, особливості спілкування у соціальних мережах

Шановний друже!

Просимо Вас відповісти на запитання анкети, що стосуються проблеми розвитку в майбутніх офіцерів медіаграмотності.

1. Інтернет-троль – це _____

2. Бот – це _____

3. Куки – це _____

4. Захист персональних даних означає _____

5. Алгоритм новинної стрічки в соціальних медіа підлаштований _____

6. Двофакторна (двоетапна) автентифікація – це _____

7. Якщо я отримую від когось запит у друзі, то спочатку _____

8. Власний профіль у соцмережах – це _____

Дякуємо за співпрацю.

Додаток Ж

Тест для з'ясування розуміння курсантами історії медіа

Шановний друже!

Просимо Вас відповісти на запитання, що стосуються історії медіа.

№ з/п	Запитання	Варіанти відповідей
1	Історія медіа розпочинається	а) з Межиріччя і глиняних табличок; б) з винаходу Йоганна Гутенберга; в) з винаходу Семюеля Морзе (телеграф)
2	В історії розвитку комунікацій виокремлюють три комунікаційні революції (інформаційні хвилі): це винахід	а) писемності, друкарського верстата, щотижневої газети б) телеграфу, телебачення та Інтернету; в) друкарського верстата, мас-медіа та Інтернету
3	Уперше після цього винаходу порушено монополію держави на інформаційний простір, тисячі людей користуються новим каналом комунікації. Йдеться про	а) Інтернет; б) телефон; в) друкарський верстат
4	Маніпуляції громадською думкою, монополізація ЗМІ, приховані та явні репресії проти ЗМІ – це ознаки	а) демократичного суспільства; б) країн, що розвиваються; в) тоталітарних режимів
5	Назва цієї комунікативно-інформаційної технології походить від грецьких слів «далеко» і «пишу». Йдеться про	а) телеграф; б) телефон; в) телевізор
6	У посткнижкову епоху стократно посилив тенденцію щодо непотрібної інформації	а) друкарський верстат; б) Інтернет; в) фольклор
7	В ідеалі призначення телебачення, як й інших медіа, – це	а) прибуток; б) повідомлення суспільно важливої інформації; в) вплив; г) пропаганда
8	Телебачення змінило уявлення про національні спільноти	а) завдяки розвитку уяви глядачів; б) оскільки створювало абстрактний образ Інших; в) завдяки своїй масовості та створенню конкретної ідентичності Інших
9	Демократія завжди вимагає	а) слухняного, обмеженого споживача; б) людей, нездатних до прийняття самостійних рішень; в) освіченого, раціонального компетентного громадянина
10	Для того щоб навчитися жити й успішно діяти в складному середовищі, треба	а) керуватися правилами інформаційної гігієни; б) не оцінювати новини за основними стандартами; в) поширювати маніпулятивну інформацію

Додаток И

Опитувальник для з'ясування розуміння курсантами значення медіа в житті суспільства, їх видів і жанрів [50]

1. Якою, на Вашу думку, є роль медіа в житті суспільства?

Інформувати про суспільно значущі події.

Освічувати, навчати.

Надавати корисну інформацію з різних тем.

Транслювати певні цінності, важливі для суспільства та держави.

Бути платформою для діалогу між державою та суспільством.

Розважати аудиторію.

Критикувати і контролювати владу.

Майданчиком для дискусій між пересічними людьми.

Інше.

Важко сказати.

2. Чи є в Україні суспільні ЗМІ?

Є.

Немає.

Не знаю.

3. Чи вважаєте Ви суспільні ЗМІ важливими?

Важливі, оскільки вони працюють в інтересах усього суспільства, а не власника.

Важливі, оскільки вони мають повідомляти про те, що нецікаво комерційним ЗМІ – суспільні проблеми, культуру, науку.

Неважливі: я не вірю в незалежність ЗМІ.

Важливі, оскільки вони не зацікавлені в маніпуляціях.

Неважливі: суспільні ЗМІ програють комерційним в якості і професійності.

Важко сказати.

4. Назвіть суспільні телеканали в Україні _____

5. Назвіть Ваші джерела інформації про суспільно-політичне життя

Національні розважальні телеканали (СТБ, «1+1», «Інтер», «Україна», ICTV Новий канал).

Соціальні мережі (Facebook, YouTube, Instagram, Twitter тощо).

Спілкування з друзями, сусідами, колегами.

Спілкування з членами родини.

Національні новинні телеканали («Рада», 5 канал, 24 канал, «Прямий», NewsOne тощо).

Інформаційні інтернет-ресурси (онлайн-видання, агрегатори новин тощо).

Месенджери (Telegram, WhatsApp, Viber тощо).

Суспільні національні або регіональні канали.

(«UA:Перший», «UA:Культура», Громадське).

Регіональні телеканали.

Друковані ЗМІ (газети/журнали).

Новини Суспільного мовлення в інтернеті (вебсайт suspilne.media).

Радіостанції («Хіт FM», «Люкс FM», KiSS FM тощо).

Суспільні радіостанції («Українське радіо», Радіо «Промінь», Радіо «Культура»).

Важко сказати.

6. До яких джерел Ви зверталися впродовж останнього тижня?

Телебачення.

Соціальні мережі (Facebook, YouTube, Instagram, Twitter тощо).

Інформаційні інтернет-ресурси (онлайн-видання, агрегатори новин тощо).

Месенджери (Telegram, WhatsApp, Viber тощо).

Відеоблоги на YouTube чи інших сервісах.

Радіо.

Друковані ЗМІ (газети/журнали).

Подкасти (опубліковані в медіа або на Google-подкастах, Apple-подкастах, Spotify тощо).

7. Скільки часу Ви присвячуєте медіа впродовж дня?

8. Назвіть інформаційні джерела, яким Ви довіряєте.

Месенджери.

Радіо.

Друковані ЗМІ.

Відеоблоги на YouTube чи інших сервісах.

Подкасти.

Інформаційні інтернет-ресурси.

Соціальні мережі.

Телебачення.

9. Назвіть мотиви користування інтернетом.

Шукаю необхідну інформацію.

Ознайомлююся з новинами.

Спілкуюся в соцмережах, месенджерах (службах миттєвих повідомлень).

Дивлюся відео, фільми.

Роблю покупки через інтернет.

Виконую онлайн-платежі.

Скачую фото, відео, аудіофайли.

Дивлюся інтернет-телебачення/стрими.

Коментую, беру участь в обговореннях.

Граю в онлайн-ігри.

Навчаюсь: проходжу курси, тренінги тощо.

Слухаю радіо, подкасти.

Інше.

10. Чи є Ви проактивним користувачем інтернету?

Створюю і розміщую власний контент: публікації, фото, відео, аудіофайли.

Створюю власні сторінки, канали, сайти у професійних (репутаційних, комерційних) цілях.

Додаток К

Опитувальник для визначення готовності курсантів підвищувати свій рівень знань про медіаграмотність

Шановний друже!

Кафедра соціально-гуманітарних та фундаментальних дисциплін Інституту Військово-Морських Сил Національного університету «Одеська морська академія» проводить дослідження проблеми розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів. Просимо Вас надати допомогу і розкрити своє розуміння значення медіаграмотності для майбутнього офіцера.

1. Чому, на Вашу думку, майбутній офіцер повинен постійно підвищувати рівень своїх знань про медіаграмотність?
2. Чи плануєте Ви підвищувати свій рівень знань про вимоги медіаграмотності?
3. Що Ви плануєте розглянути детальніше?
4. У який спосіб Ви б хотіли підвищити свій рівень знань про медіаграмотність?
5. Як Ви ставитесь до навчальних курсів з медіаграмотності?

Дякуємо за співпрацю.

Додаток Л

Опитувальник для оцінювання емоційно-діяльнісної адаптивності курсантів [100, с. 20]

Інструкція. Ознайомтеся з наведеними твердженнями. Поміркуйте, чи стосуються вони Вас особисто. У разі позитивної відповіді слід обрати варіант «так», в іншому випадку – варіант «ні».

Тестовий матеріал

1. Працюючи, я втомлююсь.
2. Мені важко сконцентруватися на чомусь одному.
3. Я хвилююся з будь-якого приводу.
4. Коли я щось роблю, мої руки тремлять.
5. Я часто хвилююся.
6. Я пітнію навіть у холодну погоду.
7. Я постійно відчуваю голод.
8. У мене часто болить шлунок.
9. Часом я так хвилююся, що не можу спати.
10. Мене легко вивести з рівноваги.
11. Я більш чутливий(-а), ніж інші.
12. Я часто хвилююся щодо чогось.
13. На жаль, я не такий(-а) щасливий(-а), як інші.
14. Я легко можу заплакати.
15. Коли мені потрібно чекати, я нервуюся.
16. Інколи я відчуваюся таким(-ою) щасливим(-ою), що не можу всидіти на місці.
17. Я сильно пасую перед труднощами.
18. Часом я відчуваю, що ні до чого непридатний(-а).
19. Я сором'язливий(-а).
20. Я вважаю, що мені постійно треба долати труднощі.

21. Я завжди напружений(-а).
22. Часом я відчуваю себе розбитим(-ою).
23. Я намагаюся уникати труднощів.

Опрацювання та інтерпретація результатів

Якщо сума всіх відповідей «так» не перевищує 3, то адаптивність висока; 3–10 – середня; 10–20 – низька; 20–25 – дуже низька.

Додаток М

Опитувальник для визначення знань курсантів про послідовність оцінювання змісту медіаповідомлень/медіатекстів, вимоги до медіаповідомлення та новинні стандарти

Шановний друже!

Просимо Вас відповісти на запитання, що стосуються оцінювання змісту медіаповідомлень та новинних стандартів.

1. Які аспекти потрібно врахувати, оцінюючи зміст медіаповідомлень?
2. На які ключові запитання потрібно відповісти, аналізуючи авторство медіатексту?
3. Які засоби творення медіатексту потрібно враховувати?
4. Що треба знати про ідеї, цінності медіатексту, його інтерпретації та вплив на аудиторію?
5. Як потрібно перевіряти зміст медіатексту, його аргументованість?
6. Які Ви знаєте новинні стандарти?

Дякуємо за співпрацю.

Додаток Н

Запитання бесіди для визначення знань курсантів про техніки маніпулятивних впливів, методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації

Шановний друже!

Просимо Вас відповісти на запитання анкети, що стосуються проблеми техніки маніпулятивних впливів та методів захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації.

1. Сьогодні багато говорять про неправдиві новини, дезінформацію, яка поширюється ЗМІ. Наскільки ця проблема є актуальною особисто для Вас?
2. Як Ви перевіряєте інформацію, отриману із соціальних мереж і медіа?
3. Як Ви реагуєте на приголомшливий заголовок (клікбейт)?
4. За якими ознаками Ви визначаєте достовірну новину?
5. Як саме Ви перевіряєте інформацію на достовірність?
6. Як Ви перевіряєте отриману в ЗМІ інформацію на достовірність додатково?
7. Які з джерел інформації Ви вважаєте надійними?
8. Кажуть, що ЗМІ можуть впливати на громадську думку не лише через дезінформацію, а й за допомогою маніпуляцій, викривлення інформації. Наскільки ця проблема є актуальною особисто для Вас?
9. За якими ознаками Ви визначаєте маніпулятивне повідомлення/новину?
10. За якими ознаками Ви визначаєте замовні матеріали?
11. Як Ви визначаєте, що перед Вами фейкове повідомлення?
12. Які Ви знаєте спеціалізовані сайти та програми для перевірки інформації?

Дякуємо за співпрацю.

Додаток П

Завдання для визначення вміння курсантів критично оцінювати медіатексти, виявляти маніпуляції історичною й актуальною для суспільства інформацією, перевіряти її достовірність

А. З медіатекстів підберіть приклади маніпуляцій в засобах масової інформації.

Б. Прочитайте медіатекст «В Україні введуть податок на необґрунтовані витрати» за посиланням https://www.volyn24.com/news/177406-v-ukraini-vvedut-podatok-na-neobruntovani-vytraty#google_vignette. Чи є у ньому ознаки маніпулятивності? Поясніть свою думку. Як Ви перевірите достовірність інформації?

В Україні введуть податок на необґрунтовані витрати

06 серпня, 2021, 14:45

👍0 🗨️3



Кабінет Міністрів готує для внесення до Верховної Ради законопроект про так звані непрямі методи податкового контролю. Згідно з документом, податкова зможе уточнювати походження коштів, спрямованих на придбання цінних активів. Про це повідомляє РБК-України з посиланням на заяву голови Комітету Верховної Ради з питань фінансів, податків та митної політики **Данила Гетманцева**. За його словами, зараз проєкт закону знаходиться в стадії розробки, надалі Кабмін передасть його на розгляд до парламенту. «Якщо людина не зможе відповісти або показати декларацію про амністію, то вона буде змушена доплатити податок на витрати, які не може пояснити», – заявив Гетманцев.

Додаток Р

Завдання для визначення здатності курсантів розпізнавати фейки та дезінформацію, ворожі інформаційні впливи, верифікувати контент соціальних мереж

А. Після 2014 року російська держава системно поширювала міфи, пов'язані з усвідомленням та оцінкою історичного минулого України. Ця діяльність була цілеспрямована і будувалася на певних наративах, які повинні були викликати в суспільстві хибні уявлення про дійсність. Для цього завдання було залучено не лише медіа, а й кіноіндустрію, белетристику, історичну освіту тощо. **Назвіть 3–4 найпоширеніших наративи для виправдання агресії. Визначте роль використання історичної інформації в російсько-українському конфлікті.**

Б. Прочитайте заголовки з провідних українських видань, локальних українських видань, українських маніпулятивних сайтів, популярних в Україні телеграм-каналів, маніпулятивних матеріалів із російських сайтів за 13–19 грудня 2021 року (за матеріалами <https://texty.org.ua/articles/105215/disinfomonitoring-110/>). **Визначте, які з них мають дезінформаційний характер. Поясніть свій вибір.**

1. Економічна криза в Україні триває.
2. «Запад пожертвует Украиной».
3. Верховна рада.
4. Життя в окупації.
5. Скандал з Гогілашвілі та «наркотики для слуг».
6. Зеленський – «корупціонер», що перетворив Україну на «порохову бочку».
7. Україна не хоче «миру».
8. Ціни на газ зростають: Німеччина за Північний потік.
9. «Соросьятам» не подобається рейтинг Медведчука та ОПЗЖ.

10. Порошенко в ефірі каналу Рада.
11. Українські неонацисти в Росії.
12. ОСС: війсьні дії і окупація.
13. Коронавірус.
14. В Україні посилюються репресії проти «русского мира».
15. Церква: дезінформатори дискредитують ПЦУ.

В. Прочитайте російські пропагандистські тези. Визначте з них дві тематичні групи та їхню спрямованість. Наведіть аргументи для їхнього спростування.

1. «Журналисты из США напомнили о бездействии Байдена во время воссоединения Крыма с Россией».

2. «Финский политолог назвал НАТО террористической организацией».

3. «Большинство западных СМИ в последнее время любят представлять Россию как злого демиурга, который пытается перекроить мир в соответствии с собственными злыми замыслами. Вот почему весь год нам постоянно рассказывали о том, что Россия готовит вторжение на Украину, – сообщает британский интернет-журнал Spiked».

4. «Отключение России от системы SWIFT вряд ли является реалистичной опцией, – заявил немецкий политолог Янис Клюге в своём интервью для телеканала N-TV».

5. «Соединенные Штаты отправляют оружие на Украину, подталкивая украинскую армию выступить против России... Отправляя на Украину оружие и подталкивая Киев не выполнять условия Минска-2, призывая его силой вернуть сепаратистские русскоязычные регионы на востоке страны и заверяя, что Соединенные Штаты обязательно это поддержат, Вашингтон создает очень опасную ситуацию».

6. «Зе-власть не переживает, что "Украину обсуждают без Украины", и продолжает заниматься политическим террором в отношении оппозиции».

7. *«О нас без нас, потому что мы не являемся субъектами международной политики. У нашего государства не хватает авторитета, – считает одессит».*

8. *«Поставки Украине вертолётów, беспилотных летательных аппаратов и самолётów подталкивают украинские власти к резким и опасным шагам».*

9. *«Президент Украины Владимир Зеленский мечтает реализовать Минские соглашения, однако Вашингтон хочет, чтобы конфликт в Донбассе продолжался».*

10. *«Подлые и преступные действия власти лишь подтверждают невиновность Виктора Медведчука».*

Додаток С

Програма онлайн-курсу «Історія медіа»

Цей курс покликаний орієнтувати курсантів у галузі історичного розвитку медіа як соціального інституту, надати знання щодо зв'язку між історичним процесом та медіа, включаючи історію пристроїв, платформ і середовищ, забезпечити аналітичну основу для аналізу сучасних явищ, таких як соціальні медіа, масова комунікація, блоги, фейкові новини тощо.

За результатами вивчення курсу курсанти повинні *знати*:

- основні періоди розвитку ЗМІ та суспільства;
- роль ЗМІ в політичній та економічній сферах за різних політичних режимів.

За результатами вивчення курсу курсанти повинні *вміти*:

- класифікувати і систематизувати різні періоди в історії ЗМІ;
- розрізняти еволюцію апарату регулювання контенту;
- використовувати теорії медіа для аналізу явищ сучасного суспільства.

Зміст курсу

Тема 1. Загальна історія медіа як соціального інституту

Засоби масової інформації як символічний інститут. Роль ЗМІ серед економічних, політичних, примусових інститутів. Засоби масової інформації і влада. Медіа та взаємодія в різних типах суспільств і політичних режимів. Роль ЗМІ у державотворенні.

Тема 2. Історія регулювання медіаконтенту

Ранні публічні професії та риторика як масова комунікаційна діяльність. Перші глиняні таблички і протогазети. Університетська корпорація контролює виробництво письмової книги. Роль революції друкованої книги. Релігійна цензура та її еволюція в Європі. Основні принципи свободи преси: Білль про права, Декларація прав людини і громадянина. Преса та Французька революція. Маніпулювання ЗМІ в XIX ст. Виробнича організація масової преси. Медіа як комерційна індустрія після XIX ст. Засоби масової інформації

як пропагандистська машина ХХ ст.: пропаганда війни. Розвиток преси в різних країнах.

Тема 3. Історія медіумів

Носії для написання тексту. Комунікаційна ефективність ідеографічного й алфавітного письма. Письмова книга як носій та її еволюція: пергамент і папір. Том та кодекс. Роль друкованої книги у розвитку знань. Оптичні й електричні телеграфи. Фонограф і запис пісень як засоби масової інформації. Телефон та його еволюція. Кіноіндустрія. Телебачення і радіо як засоби масової інформації. Цифрова цивілізація.

Тема 4. Медіа у сучасному суспільстві

Концепція ЗМІ М. Маклюєна. Теорія інформаційного суспільства Кастельса. Мережне суспільство в теорії Кастельса. Попит і регулювання контенту. Соціальні медіа, масова комунікація, блоги, фейкові новини.

Додаток Т

Фрагмент дистанційного курсу «Комунікації у соціальних мережах» [103]

4.3.1. Соціальні мережі як канали поширення інформаційних вірусів

Соціальні мережі – це не ЗМІ. Вони не мають ні редакційної політики, ні журналістських стандартів, а є лише інтеграторами контенту і думок. Основний тренд онлайн-каналів комунікації – боротьба за увагу, за якою – мільярди доларів. Увага – це нова світова валюта. Вона вже працює і конвертується у валюту справжню. Схема проста: у людини є 24 години на добу. Хто захопить більшу частину її часу, той і зможе показати більше реклами – прямої чи прихованої. Той і зможе запустити більше вірусів, більше вплинути на думку і поведінку, а отже, – отримати більше грошей. Саме тому канали комунікації і воюють між собою за увагу аудиторії, поліпшуючи дизайн, концепції, контент та алгоритми.

У боротьбі за увагу соціальні мережі вивели універсальну формулу успіху – контент. Що більше цікавого контенту, то більше часу люди проводять у мережі. Звісно, немає якогось секретного відділу, який сортує контент на цікавий і нецікавий. Цю роль успішно і не дуже виконує штучний інтелект, який аналізує поведінку людей, взаємодіє з контентом у мережі та виводить закономірності. Саме він і створює алгоритм пріоритетності контенту. Ми бачимо в своїх стрічках ту інформацію, яку він нам виводить, а в ній – посилання на матеріали, які читають наші друзі, та їхні думки про ці матеріали. Фактично ми читаємо не новини, а думки і заголовки. Таке споживання інформації – це інструмент поширення вірусів.

Спрощено модель роботи алгоритму соцмережі можна подати так. Кожній публікації присвоюють умовний рейтинг, ураховуючи:

– тип контенту (текст, відео, картинка тощо) та його розмір (довжина тексту, тривалість відео, ілюстрації);

– посилання на інші ресурси (якщо людина клікне на посилання, то вона перейде на інший сайт і соціальна мережа її втратить);

– динаміку реакцій на пости (як швидко пост лайкають, коментують, репостять, зберігають в обране);

– структуру реакцій: «формальні реакції» (лайк) або «складні» (коментар, репост);

– реакцію близьких друзів користувача на цей пост.

Це тільки складові-довгожителі рейтингу. Насправді кількість їх нескінченна. Алгоритм бере всю інформацію про людей і на її підставі виводить зв'язки (з якого пристрою людина заходить, коли і де; сторінки кого переглядає, як довго, у яких місцях зупиняється; який контент читає чи дивиться; з чим взаємодіє, а з чим ні). Алгоритм змінюється блискавично і реагує на будь-які зміни в споживчих настройках. Правда, алгоритми в різних соціальних мережах відрізняються (у фейсбуці важливу роль відіграє тип акаунта: особистий, публік, група).

Важливі факти про поширення інформації у фейсбуці:

– найвища швидкість оновлення інформації серед усіх медіа;

– найнижчий період життя інформації: середній термін життя – 1 день, за найбільших скандалів – до 5 днів;

– найвищий рівень інформаційного шуму і найвищий рівень залученості аудиторії в контент;

– аудиторія апріорі хейтить усе, що пов'язане з політикою;

– велика доповнена інформація, яка може, з одного боку, швидко спотворювати дійсність, а з іншого, так само швидко зникати.

Те, що ми бачимо, залежить здебільшого від того, хто навколо нас. В онлайні контент показується нам не лише тому, що ми ним цікавимося, а й тому, що таким контентом цікавляться наші близькі. Якщо у нас в друзях багато конспірологів або відео, яке ми подивилися, дивляться багато конспірологів, то онлайн нам підсуне подібні тексти. Перші 10 разів людина може над цим посміятися або проігнорувати, проте на 11-й раз прочитає,

подивиться і, можливо, залучиться. У соціальних мережах порядок денний формують не так алгоритми чи наші дії, як те, хто є навколо нас у соцмережах – друзі й ті, на кого ми підписані. Саме тому дуже важливо розуміти, ким вони є і чи не закладена там міна уповільненої дії, яка детонує в момент запуску вірусів.

У мережах найвищий клас – це професійне співтовариство лідерів громадської думки, ті, хто прямо чи опосередковано заробляє гроші на своїй популярності в соціальних мережах. Такі люди мають інструменти та знання, як фільтрувати інфополе, і роблять це. Важливе значення сьогодні відіграють також блогери. Вони спіймали свій інформаційний тренд та освоїли інструменти просування. Найчастіше методом проб і помилок блогери збудували своє позиціонування та цілком сконцентрувалися на ньому. Зазвичай вони несуть у суспільство щось велике і добре, щедро діляться своїми лайфхаками. Блогери – інформаційні пилососи: вони поглинають і переварюють значну кількість контенту, щоб розвиватися самим та розвивати свою аудиторію. Тут є представники всіх сегментів, але об'єднує їх одне – на певному етапі блогінг став їхньою основною професією. На відміну від інфобізнесменів, вони не формують свої секти і не хочуть ними цілком управляти.

На іншому полюсі соціальної ієрархії мереж – боти, тобто свідомо та штучно створений акаунт. У ботів є своя ієрархія. Діляться вони на кілька великих кластерів – від класичних ботів, яких легко впізнати, до цілком серйозних віртуальних персонажів. Найпростіших зазвичай дуже легко впізнати, зайшовши на сторінку акаунта. Їхні творці не особливо «заморочуються» зовнішністю «підопічних», тому бот або не матиме фото профілю, або замість нього буде картинка з котиком, квіточкою чи прапором. Ім'я – або стандартний Іван Петренко, або, навпаки, дуже дивне. Інформація не заповнена, друзі найчастіше приховані. Своїх фотографій і постів немає зовсім – суцільні репости сумнівних матеріалів, причому з абсолютно різних тем. Боти мають доводити, що вони не боти. Для цього вони постійно

нарощують свої аудиторії, автоматично надсилаючи запити в друзі іншим акаунтам. Ось у цій точці і перетинаються інтереси живих та мертвих. Це загрожує тим, що, підтвердивши запит про дружбу, люди самі дають згоду на майбутні багаторазові напади інформаційних вірусів.

Часто в українських вірусних фейсбук-баталіях серед лайків і репостів можна помітити тисячі небайдужих «іноземців» з важко вимовними іменами – арабів, африканців, азіатів. Це зарубіжні боти. Маніпулятори купують їх на іноземних ботофермах за копійки. Через часті автоматизовані дії та підозрілий вигляд акаунта фейсбук зазвичай дуже швидко відловлює таких ботів і блокує. Найфартовіші живуть кілька місяців, багатьох видаляють уже через кілька годин. Хоча їм більше і не треба, адже їх, як штрафбат, кидають на найгарячіші та прості завдання. Наприклад, за кілька годин нагнати сотні тисяч лайків, репостів, підписників на сторінку політика.

Є ще боти, теж створені та керовані програмним забезпеченням, але з тією різницею, що програма набагато розумніша. Вона так достовірно відображає поведінку справжньої людини, що соцмережі, як і звичайному користувачеві, нема за що зачепитися. Ці акаунти вже фокусуються на певних темах, збирають потрібну аудиторію. Їхні творці підбирають контент ретельніше, через що зростає залученість. Такі боти вже можуть впливати на охоплення. Розпізнати їх важко – хіба що планомірно поспостерігати за взаємодією цього бота з підписниками, проаналізувати, чи не крадені у нього фотографії, тощо. Такі акаунти – хороший канал вкидання необхідної замовнику інформації.

Не меншою небезпекою, ніж боти, є звичайні люди. Особливо якщо це люди-овочі, тобто ті, хто втратив контроль над собою і своєю інформаційною стрічкою. Контент таких людей може руйнувати інформаційний імунітет інших. Ці люди публікують те, що коїться в їхній голові: конспірологію, відмову від вакцинації, котиків. Розпізнати їх у соціальних мережах просто – достатньо вивчити їхню стрічку.

Соціальні мережі спочатку орієнтовані на спотворення інформаційної картини. Формуючи свій список друзів, ми формуємо і новини, які нам через них стають доступні, і теми для обговорення. Це пастка комфортності, за межі цього кола все важче виходити. Зона комфорту сучасної людини захищена триметровим парканом, йому навіть не можна зателефонувати несподівано, епоха мобільного телефону скасувала анонімні дзвінки. Соцмережі й алгоритми фільтрації новин лише доповнюють цю загалом егоїстичну картину. Відповідно, формується споживач, якому доступна будь-яка інформація, але який отримує її менше і більш одноманітну, ніж навіть людина середини минулого століття. І всі сучасні технології лише сприяють цьому процесу.

Подібна організація роботи соціальних мереж робить їх основним каналом поширення інформаційних вірусів, що успішно використовують вірусмейкери. Популярність фейсбуку стала каталізатором небаченого масштабу вірусів і тиражування їхніх форм. На цьому майданчику з'явилися ЗМІ і пабліки, акаунти з окремою редакційною політикою. Фейсбук сконцентрував гігантську кількість фейків і маніпулятивної інформації, яку до того ж подано у різних форматах – текстах, відео, картинках, цитатах, мотиваторах, лайфхаках тощо.

Література

1. Ланьє Дж. Десять причин видалити акаунт із соцмереж просто зараз. Харків : Віват, 2020. С. 66–87, 128–149.
2. Макнамі Р. Зафейсбучені: як соціальна мережа штовхає світ до катастрофи. Київ : Книголав, 2021. С. 210–281.
3. Мороз О. Нація овочів? Як інформація змінює мислення і поведінку українців. Київ : Yakaboo Publishing, 2020. С. 114–213.
4. Мороз О. Боротьба за правду: Як мій дядько переміг брехню. Київ : Yakaboo Publishing, 2020. С. 74–106.
5. Почепцов Г. Г. Виртуальные войны. Фейки. Харків : Фоліо, 2019. С. 466–472.

6. Почепцов Г. Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. Харків : Фоліо, 2019. С. 102–145.

7. Сучжон-Кім П. Гаджет-залежність. Як отримувати інформацію, не руйнуючи себе та інших. Харків : Фабула, 2020. С. 5–21.

Запитання для самоперевірки

1. Чому соціальні мережі стали каналами поширення інформаційних вірусів?
2. Якими є основні інструменти вірусмейкерів?
3. Назвіть типові інформаційні віруси.
4. Як створюють контент для вірусу?
5. Які є емоційні пастки у фейсбуці?
6. У яких випадках ютуб і вайбер стають інструментами маніпуляцій?
7. Які комунікативні особливості телеграму?

Тестові завдання

№ з/п	Завдання	Відповідь
1	У боротьбі за увагу соціальні мережі вивели універсальну формулу успіху –	а) інформацію; б) контент; в) підписників
2	Основними інструментами вірусмейкерів є всі твердження, ОКРІМ:	а) аудиторіоманія, лайкозалежність; б) легке вкидування інформації, її тиражування та легалізація; в) контент
3	Типові інформаційні віруси	а) задіяння інстинкту масового споживання, перевірка даних; б) розслідування фейків; в) дискредитація, злив важливої інформації
4	Моновідео, аналітичний матеріал, експертна думка – це	а) базові конструктори створення контенту для інформаційних вірусів; б) основні інструменти вірусмейкерів; в) типові інформаційні віруси

Додаток У
Фрагмент онлайн-курсу
«Пропаганда та шляхи її протидії» [123]

Тематика онлайн-курсу

1. Історія пропагандистського впливу.
2. Відмінності між пропагандою та рекламою і паблік рилейшнз.
3. Радянська і нацистська пропаганда.
4. Пропагандистські механізми російського інформаційного впливу.
5. Основні напрями інформаційно-психологічного впливу російської пропаганди.
6. Контрзаходи та протидія інформаційній війні.

Література

1. Гітінз Е. Ми – Bellingcat. Онлайн-розслідування міжнародних злочинів та інформаційна війна з Росією. Київ : Наш формат, 2022. 242 с.
2. Давидюк М. Як працює путінська пропаганда. Київ : Смолоскип, 2016. С. 19–76.
3. Компанцева Л. Ф. Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця : монографія. Київ : НА СБ України, 2018. С. 26–38, 50–77.
4. Кузьо Т. Війна Путіна проти України. Революція, націоналізм і криміналітет / пер. з англ. А. Павлишина. Київ : Дух і літера, 2018. С. 71–145, 467–515.
5. Куляс І. Як розпізнати пропаганду у ЗМІ / за заг. ред. Н. Лигачової, О. Довженка. Київ, 2018. С. 13–18.
6. Померанцев Пітер: «Світ не може задобрити Росію поступками, якщо джерело приниження, від якого вона страждає, – це вона сама». URL: <https://zn.ua/ukr/WORLD/nyt-sprobi-zadobriti-putina-ne-zupinjat-vijnu-v-ukrajini-cherez-odnu-vazhlivu-prichinu.html>.

7. Почепцов Г. Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. Харків : Фоліо, 2019. С. 79–89, 244–285.

8. Почепцов Г. Г. Пропаганда 2.0. Харків : Фоліо, 2018. С. 517–696.

9. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України»: Указ Президента України від 25 лютого 2017 року № 47/2017 (редакція 30 грудня 2021 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017#Text>.

Інформаційні ресурси в Інтернеті (Інтранеті)

1. Борьба с пропагандой! Лекция «Информационная безопасность». Дмитрий Чекалкин. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=mrxnKJbb4d8>.

2. Военная пропаганда. Беседа с Виталием Портниковым. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=sUgAwHt-HnQ>.

3. Гібридні герої гібридної війни – СаундЧек. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YLzvbyXpFGM>.

1. Історія пропагандистського впливу

Інформаційні впливи на масову свідомість були поширені завжди. Як технологію інформаційні впливи використовували ще шамани і жерці, коли намагалися «конструювати майбутнє» у тому чи іншому напрямку. Інформаційне протиборство супроводжувало практично всі види військового та політичного протистояння. Залякування і сила, з одного боку, хитрість та підступність, з іншого, – ось основні складові успішних дій усіх відомих історій правителів і полководців. Поєднанням залякування та хитрості перемагали давньогрецькі полководці Одісей (придумав троянського коня), Олександр Македонський, карфагенянин Ганнібал, римлянин Юлій Цезар.

Ще 2500 років тому давньокитайський філософ, державний діяч і полководець Сунь Цзи виклав кілька формалізованих правил ведення військових дій, багато з яких не втратили значення до цього часу. Деякі з них більше відомі як прийоми військової хитрості, складові інформаційного забезпечення бойових дій. На двадцяти сторінках своєї невеликої (за

нинішніми мірками) книги Сунь Цзи дає рекомендації та поради полководцям, як відстоювати інтереси своєї держави. Ці рекомендації він називає попереднім розрахунком: якщо ти і можеш що-небудь, показуй супротивникові, ніби не можеш; якщо ти користуєшся чимось, показуй йому, ніби ти цим не користуєшся; хоча ти і був близько, показуй, ніби ти далеко; хоча ти був далеко, показуй, ніби ти близько; замануй його вигодою; роз'єднуй та бери його; якщо його сили свіжі, втоми його; якщо вони дружні, роз'єднай; нападай на нього, коли він не готовий; наступай, коли він не очікує.

Слово «пропаганда» пов'язують з Ігнатіо Лойолою, який заснував орден єзуїтів, щоб християнізувати мусульманський світ. Однак поява реформації в католицькому середовищі змусила орден переорієнтуватися на боротьбу з нею. Конгрегацію пропаганди Папа Римський Урбан VIII створив 22 червня 1622 р. уже після смерті Лойоли, що, ймовірно, і слід вважати справжнім днем народження пропаганди. Термін «пропаганда» католицька церква використовувала в значенні «поширення» (*propagare* (лат.) – поширювати, розповсюджувати) християнської віри. Отже, сам концепт пропаганди бере свій початок от Лойоли та передбачає поширення католицької віри в принципово інших середовищах, зокрема програмування поведінки у ворожому середовищі (серед іншої віри).

У XVIII і XIX ст. термін «пропаганда» був повністю нейтральним, ним позначали поширення політичних ідей. Першим полігоном для випробування впливу ідей на масову свідомість стала Перша світова війна. Вона почалася з убивства ерц-герцога Фердинанда, причому частина дослідників вважає це штучно сконструйованою подією, але цього було достатньо для початку війни. Друга світова війна – з нападу псевдополяків на німецьку радіостанцію у Гляйвіце. І це дало нацистам привід для початку нової війни. Такі інформаційні приводи для війни називають «стратегічною дестабілізацією». Прикладом також є вступ США в Першу і Другу світові війни. У Першу світову війну США вступають у результаті потоплення німецьким підводним човном пасажирського лайнера «Лузітанія», де серед пасажирів було понад

сто американців. Нацисти спробували виправдатися тим, що лайнер перевозив зброю, але ніхто їм не повірив (уже в наш час водолази, спустившись на дно, виявили зброю). У результаті США також вступають у війну. У чомусь така сама ситуація (у плані підштовхування) відбувається і в Перл-Харборі.

Під час Першої світової війни впродовж 1918 року кожен день піднімали 2 тис. пропагандистських повітряних куль, кожна з яких несла тисячу листівок. У жовтні того року більше 5 млн листівок було скинуто на територію Німеччини. Так було застосовано технології впливу на масову свідомість. Під час Другої світової війни задіяли бомбу Монро, яка відкривалася на необхідній висоті та викидала листівки. Такі листівки зберегли своє значення і донині, їх використовували у багатьох воєнних конфліктах.

З 1914 до 1917 року у Великій Британії працювало спеціальне бюро пропаганди під керівництвом Чарльза Мастермана. Це бюро було настільки таємним, що про його роботу не знали навіть члени парламенту. Саме тоді було вирішено, що найкращими пропагандистами будуть письменники, а також ті, хто має впливові позиції в уряді, бізнесі, мас-медіа. Британія започаткувала також цікаву форму роботи з населенням нейтральних країн. У своїх громадян вони взяли адреси людей, з якими ті приватно листувалися. І за цими адресами почали розсилати пропагандистські матеріали. У такий спосіб з 1914 до 1918 року розіслали 250 тис. різних памфлетів та буклетів. Використання вже налагоджених соціальних зв'язків одразу підсилило вплив комунікації. Саме завдяки роботі британських пропагандистів, як вважав Гітлер, Німеччина програла війну.

США в 1917 року створили відповідний Комітет публічної інформації під керівництвом Джорджа Кріля. Оскільки на той час ще не було такого впливового засобу масової комунікації, як радіо, комітет готував листівки, плакати, фільми і публічні виступи. Комітет повинен був:

– мобілізувати своїх громадян і спрямувати їхню ненависть у бік ворога;

- переконувати своє населення в необхідності участі США у війні в складі союзних військ;
- розвивати дружні відносини з нейтральними країнами, щоб здобути їхню підтримку;
- зміцнювати дружбу між країнами, що воювали на одному боці.

Основною цільовою аудиторією цієї пропагандистської кампанії була внутрішня. Комітет Кріля винайшов нову форму інформування свого населення, яка давала змогу виконувати функції масової комунікації без спеціальних засобів. Було створено групи так званих чотирехвилинників. Це були доповідачі по всій країні, що отримували телеграми з текстом виступу, розрахованим на чотири хвилини. Вони повідомляли новини з фронтів у шпиталях, церквах, школах, тобто в місцях масового скупчення людей. На комітет Кріля працювало 75 тис. доповідачів, які виголосили 755 тис. промов для 400 млн слухачів. До роботи з населенням було залучено також американські рекламні компанії, які «атакували» населення виставками, плакатами, фотографіями. Навіть книжка, яку Дж. Кріль випустив після війни, мала назву «Як ми рекламували Америці війну» (1920). Комітет випустив 75 млн копій 30 різноманітних буклетів.

Під час Другої світової війни у США було створено підрозділ військової інформації. Голівуд випускав фільми, що мали:

- роз'яснювати, чому Америка воює;
- відобразити діяльність Організації Об'єднаних Націй;
- піднімати бойовий дух на фронтах;
- показувати героїзм військових.

Міністерство оборони США виділяло щорічно 50 млн доларів на створення кінофільмів. Це було необхідно ще й для того, щоб навчити велику кількість резервістів військової справи. Сім американських фільмів «Чому ми воюємо» були обов'язковими для призовників, а перший з них («Прелюдія війни») у 1943 році подивився і широкий цивільний загал. З 1942 року у Лондоні до Бі-Бі-Сі приєдналося американське радіо. У 1943 році «Голос

Америци» вів передачі 46 мовами, маючи 36 радіопередавальних станцій. У військах у Північній Африці під керівництвом генерала Дуайта Ейзенхауера було створено підрозділ психологічної війни, який мав справу з листівками та іншими видами пропагандистської комунікації.

У другій половині ХХ століття серед найбільших інформаційних операцій із боку СРСР можна назвати намагання пов'язати СНІД із розробками Пентагону, а з боку США – розробку ідеї «зоряних війн», яка не мала під собою підстав, але руйнувала економіку СРСР. Захід вів «холодну війну» не в ідеологічній площині, а в площині речей, тобто не повідомлення ставало основною зброєю, а контекст, який у майбутньому допомагав породжувати позитивні сприйняття можливих повідомлень. Контексти передавали за допомогою фільмів, телебачення, загалом культурного обміну. Дуже важливим був суто речовий контекст, який впливав на людину на рівні повсякденного життя: візуальний (кіно і телебачення) та речовий (речі).

Отже, пропаганда є специфічною комунікативною технологією. Пропагандистський вплив на людину та масову свідомість системно почали використовувати саме у ХХ ст., коли з'явилися нові засоби масової комунікації. Пропаганда – це масовий вплив із метою зміни поведінки аудиторії, на яку вони спрямовані. Вона використовує комунікацію для передачі меседжу, ідеї чи ідеології, які призначені служити інтересам людини або групи людей.

Тестові завдання

№ з/п	Завдання	Відповідь
1	«Якщо ти і можеш що-небудь, показуй супротивникові, ніби не можеш; хоча ти і був близько, показуй, ніби ти далеко...». Це слова:	а) Джозеф Кріль; б) Сунь Дзи; в) Чарльз Мастерман; г) Ігнатіо Лойола
2	Першим полігоном для випробування впливу ідей на масову свідомість стала:	а) Війна у Перській затоці; б) Друга світова війна; в) Війна у В'єтнамі; г) Перша світова війна
3	Радянський Союз будував свою пропаганду на:	а) популізмі та демагогії; б) страху і репресіях;

№ з/п	Завдання	Відповідь
		в) інформуванні свого населення за допомогою груп так званих чотирихвилинників
4	У військах США у Північній Африці під час Другої світової війни було створено підрозділ психологічної війни, який очолив:	а) Дуайт Ейзенхауер; б) Сунь Дзи; в) Чарльз Мастерман
5	Усі визначення пропаганди правильні, окрім	а) інтенсивна комунікативна технологія, що має на меті зміну поведінки аудиторії, на яку вони налаштовані; б) заздалегідь заплановане і системне маніпулювання розумінням і поведінкою аудиторії; в) заходи, спрямовані на інформування, вплив і переконання аудиторії за допомогою дій і меседжів; г) масовий інформаційний вплив із метою зміни поведінки аудиторії
6	Особливості нацистської пропаганди подано в усіх рядках, ОКРІМ:	а) правовий характер, взаємодія з громадськістю; б) системний характер, динамічність реагування; в) популізм, демагогія, моніторинг громадської думки
7	Виберіть НЕправильне твердження:	а) інформаційним операціям цікава мала аудиторія, вони можуть обмежитися навіть однією людиною, яка приймає рішення, наприклад, президентом; б) пропаганда має довготривалу дію, водночас як інформаційна операція має короткочасний характер; в) пропаганда допомагає вирішити системні суспільні проблеми
8	Російська пропаганда обрала для характеристики ключових об'єктів свого опису декілька видів посилань, що змінюють сенси, зокрема часів Другої світової війни («бандерівці», «фашисти», «каратели», «каральні війська»). Йдеться про такий механізм російської пропаганди, як:	а) конспірологія; б) дегуманізація «ворогів»; в) створення чорно-білої картини світу; г) підміна понять
9	Виникнення пропаганди пов'язують з:	а) Ігнатіо Лойолою; б) Чарльзом Мастерманом; в) Томасом Джефферсоном; г) Сунь Дзи
10	З боку Росії – повторювання думки про марність опору, про те, що українці залишилися на самоті – це:	а) конспірологія; б) узагальнення; в) пропаганда відчаю; г) підміна понять

Додаток Ф

Приклад ситуативного завдання для відпрацювання у курсантів уміння розрізняти факти та судження, визначати достовірність інформації

Прочитайте медіатекст «Через санкції проти Росії у членів ЄС висока інфляція: чи це правда?», що знаходиться за посиланням https://www.15min.lt/naujiena/aktualu/lietuva/neigia-propaganda-kad-es-nares-sulauke-dideles-infliacijos-del-sankciju-rusijai-56-1684470?utm_medium=copied.

Перевірте джерело інформації. Перевірте, чи точно процитовано джерело, чи джерело взагалі надавало подібну інформацію.

Підкресліть прямою лінією інформацію, що становить собою факт.

Підкресліть хвилястою лінією інформацію, що становить собою судження автора.

Чи точно процитовано/чи джерело взагалі надавало оприлюднену інформацію?

Як меседжі (основні повідомлення) передаються? Які способи застосовуються, щоб передати кожний меседж?

Які ідеї, цінності, інформація, погляди вмонтовані в меседж?

Що важливе залишилося поза меседжем?

Коли, де і як цей меседж вийшов на широкий загал?

Хто виграє, а кому зашкодить цей меседж?

Яка Ваша інтерпретація цього меседжу і що Ви дізнались про себе через свою реакцію на цей меседж?

Які Ваші дії у відповідь на цей меседж?

Зробіть висновок, з якою метою інформацію подано саме в такому контексті.

Додаток X

Приклад дослідницького завдання на аналіз інформаційних операцій

Ознайомтесь з матеріалом «Що таке ІПСО, чому важливо це знати і які операції зараз проводить Росія проти України» за посиланням: <https://tyzhden.ua/shcho-take-ipso-chomu-vazhlyvo-tse-znaty-i-iaki-operatsii-zaraz-provodyt-rosiia-proty-ukrainy>.

Визначте особливості поширення інформаційно-психологічних операцій.

Проаналізуйте повідомлення під назвою «Зеленський втік із Києва у бік кордону з Польщею» від 10 жовтня 2022 року. Про це повідомили російські медіа, зокрема *Readovka*. Нібито після масованої ракетної атаки його евакуювали до секретного бункера на заході України, а то й взагалі везуть у бік кордону з Польщею.

Доведіть, що це неправда.

Якими є Ваші підтвердження?

На яку категорію поширено цю інформацію?

Якою є мета російських інформаційно-психологічних операцій?

Додаток Ц
Акти реалізації



**Інститут Військово-Морських Сил
Національного університету «Одеська
морська академія»**

30.08.2024 № 1056/460/2160
на №

ЗАТВЕРДЖУЮ

Заступник начальника Інституту
Військово-Морських Сил НУ «ОМА»
— навчальної та наукової роботи —
начальник навчального відділення
капітан 1 рангу **Олег ГАВАЛЮХ**



23 травня 2024 року

**про реалізацію результатів наукового дослідження
Кіріакіди Олени Юріївни**

**на тему «Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил
Збройних Сил України» на здобуття ступеня вищої освіти доктора філософії за
спеціальністю 011 Освітні, педагогічні науки**

Комісія у складі:

голови – начальника кафедри соціально-гуманітарних та фундаментальних дисциплін, кандидата педагогічних наук, капітана 1 рангу **Олега ЧЕРНЯВСЬКОГО**;

членів комісії – завідувачки кафедри мовної підготовки, кандидата педагогічних наук, доцента **Наталі БЕНЬКОВСЬКОЇ** та доцента кафедри соціально-гуманітарних та фундаментальних дисциплін, кандидата педагогічних наук **Василя ДЯЧЕНКО** підтверджує цим актом те, що результати дисертаційного дослідження **Кіріакіди Олени Юріївни** на тему «Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України» впроваджені в освітню діяльність Інституту Військово-Морських Сил Національного університету «Одеська морська академія», а саме:

розроблена авторкою система дослідницьких завдань на виявлення порушень новинних стандартів, маніпулятивності медіатекстів, розпізнавання фейкових заголовків, пропагандистських матеріалів та ворожих інформаційних операцій використовується під час вивчення навчальних дисциплін «Теорія і методика військового навчання та виховання», «Соціально-психологічні технології управління військовими»,

«Інформаційно-комунікаційні системи та технічні засоби», «Військова педагогіка та психологія», «Педагогіка»;

інтерактивні технології навчання та система дослідницьких завдань використовується для відпрацювання у курсантів навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах, набуття досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу;

методичні рекомендації науково-педагогічним працівникам щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки, в яких запропоновано використовувати засоби неформальної освіти, зокрема вебінари, дистанційні та онлайн курси для розширення уявлень курсантів про значення медіа та специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень, використовуються на курсах підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників та на Курсах лідерства офіцерського складу.

Результати, отримані завдяки упровадженню авторських положень і рекомендацій Кіріакіди О. Ю. позитивно вплинули на підвищення критичної спроможності майбутніх офіцерів аналізувати інформацію, приймати зважені рішення в умовах інформаційного тиску та адаптуватися до сучасних викликів інформаційної безпеки.

Голова комісії:

Начальник кафедри соціально-гуманітарних та фундаментальних дисциплін
кандидат педагогічних наук, капітан 1 рангу
Олег ЧЕРНЯВСЬКИЙ



Члени комісії:

завідувачка кафедри мовної підготовки
кандидат педагогічних наук, доцент
Наталя БЕНЬКОВСЬКА



старший викладач кафедри соціально-гуманітарних та фундаментальних дисциплін

кандидат педагогічних наук
Василь ДЯЧЕНКО



*Підписи працівників в ЗС Чернявський
Беньковської Н. Б. Чернявського О. А.
Дяченко В. С. Завідуюча
Начальник ВП та в ЗС ВМСУ, О. М. Д. А. Мартин*

ЗАТВЕРДЖУЮ

Заступник начальника Національної академії
сухопутних військ імені гетьмана Петра
Сагайдачного з навчальної роботи,
кандидат військових наук, доцент
полковник

Олексій КРАСЮК

**АКТ**

**про впровадження результатів дисертаційного дослідження КІРІАКІДІ
Олени Юрїївни на тему «Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів
Військово-Морських Сил Збройних Сил України» в освітній процес
Національної академії сухопутних військ імені гетьмана Петра
Сагайдачного**

Комісією у складі: голови – начальника кафедри поведінкових наук та військового лідерства, доктора педагогічних наук, доцента, полковника КАПНУСА О. С., членів комісії – професора кафедри поведінкових наук та військового лідерства, доктора педагогічних наук, доцента, працівника ЗС України БОЙКА О. В., доцента кафедри поведінкових наук та військового лідерства, кандидата психологічних наук, старшого наукового співробітника, підполковника МАЦЕВКА Т. М., складено цей акт про те, що положення, що є науковим результатом дисертаційного дослідження КІРІАКІДІ О. Ю., впроваджено у освітній процес Національної академії сухопутних військ імені Петра Сагайдачного, а саме:

впроваджено в систему підготовки майбутніх офіцерів, що проходять підготовку за освітньо-професійною програмою «Морально-психологічне забезпечення у підрозділах, на кораблях (за видами збройних сил)», розроблені авторкою методичні матеріали для поліпшення якості формування медіаграмотності курсантів, зокрема завдання для визначення здатності майбутніх фахівців аналізувати й оцінювати медіаповідомлення, визначати їх актуальність і несуперечливість, завдання для визначення здатності критично оцінювати медіатексти, виявляти маніпуляції історичною та актуальною для суспільства інформацією, перевіряти достовірність інформації, рекомендації здобувача щодо застосування в освітньому процесі системи дослідницьких завдань на виявлення порушень новинних стандартів, маніпулятивності медіатекстів, розпізнавання фейкових заголовків, пропагандистських матеріалів та ворожих інформаційних операцій тощо.

Матеріали дисертаційного дослідження впроваджені в освітній процес курсантів, що проходять підготовку за освітньо-професійною програмою «Морально-психологічне забезпечення у підрозділах, на кораблях (за видами

збройних сил)» при викладанні навчальної дисципліни «Основи інформації та комунікації»:

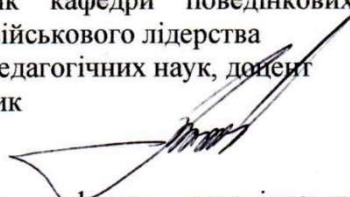
Тема 1. Комунікації як складова стійкого морально-психологічного стану особового складу: заняття №3. Сутність процесу комунікації; заняття №5. Маніпуляція, як засіб досягнення мети;

Тема 2. Застосування можливостей засобів масової інформації в інтересах проведення внутрішньо-комунікаційної роботи у підрозділі (частині): заняття №1. Формування медіа грамотності військовослужбовців; заняття №2. Характеристика джерел інформації для використання в інтересах внутрішньо-комунікаційної роботи; заняття №6. Психологічні принципи і прийоми ефективного комунікаційного впливу.

Використання результатів дисертаційного дослідження Олени КІРІАКІДІ сприяє більш ефективному формуванню медіаграмотності майбутніх офіцерів, зокрема умінь використовувати медіаконтент, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, розуміти сутність медійного середовища, складні процеси функціонування медіа в суспільстві, їхню роль і вплив, осмислювати реалії владних і політичних відносин, аналізувати, критично оцінювати медіатексти, створювати повідомлення різних жанрів і форм для потреб професійної комунікації.

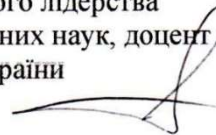
На основі рішення засідання кафедри поведінкових наук та військового лідерства (протокол № 2 від 6.09.2024 року) наукові результати проаналізовані, оцінені та впроваджені у систему освітнього процесу Національної академії сухопутних військ імені гетьмана Петра Сагайдачного впродовж 2024-2025 навчального року.

Голова комісії: начальник кафедри поведінкових наук та військового лідерства
доктор педагогічних наук, доцент
полковник



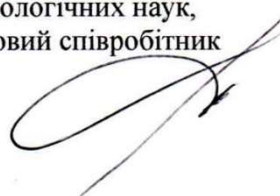
Олександр КАПНУС

Члени комісії: професор кафедри поведінкових наук та військового лідерства
доктор педагогічних наук, доцент
працівник ЗС України



Олег БОЙКО

доцент кафедри поведінкових наук та військового лідерства
кандидат психологічних наук,
старший науковий співробітник
підполковник



Тарас МАЦЕВКО

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертації Кіріакіди О. Ю. на тему «Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України», що подається на здобуття ступеня доктора філософії зі спеціальності 011 Освітні, педагогічні науки

Ключові положення дисертації Кіріакіди О. Ю. на тему «Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України» були апробовані в освітньому процесі Київського інституту Національної гвардії України упродовж 2023-2024 рр.

З метою розвитку медіаграмотності в майбутніх офіцерів було реалізовано:

педагогічні умови (забезпечення майбутніх офіцерів базовими знаннями медіаграмотності та інформаційної безпеки; використання засобів неформальної освіти, зокрема вебінарів, дистанційних та онлайн курсів, покликаних розширити уявлення курсантів про значення медіа та специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень; упровадження інтерактивних технологій навчання для відпрацювання навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах для участі в обговореннях з професійних питань; застосування дослідницького методу для набуття курсантами досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу);

методичні рекомендації науково-педагогічним працівникам щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки, в яких запропоновано використовувати засоби неформальної освіти, зокрема вебінари, дистанційні та онлайн курси для розширення уявлень курсантів про значення медіа та специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень;

інтерактивні технології навчання та система дослідницьких завдань для відпрацювання у курсантів навичок пошуку, відбору інформації у медіатекстах,

набуття досвіду протидії дезінформації, негативному інформаційно-психологічному впливу.

Дослідження отримало схвалення та позитивну оцінку науково-педагогічних працівників кафедри соціально-гуманітарних та правових дисциплін факультету забезпечення державної безпеки Київського інституту Національної гвардії України. Результати дисертації Кіріакіди О. Ю. були використані під час проведення практичних занять з навчальної дисципліни «Військова педагогіка та психологія (у тому числі лідерство)».

Результати дисертації були обговорені та схвалені на засіданні кафедри соціально-гуманітарних та правових дисциплін факультету забезпечення державної безпеки Київського інституту Національної гвардії України (протокол № 15 від 28.06.2024 р.) та рекомендовані для подальшого впровадження.

Начальник кафедри

соціально-гуманітарних та правових дисциплін

факультету забезпечення державної безпеки

Київського інституту Національної гвардії України

кандидат юридичних наук, доцент, полковник

 Сергій БЕНЬКОВСЬКИЙ

“ 11 ” вересня 2024 року

Підпис засвідчую:

Начальник відділу кадрової роботи

Київського інституту Національної гвардії України

підполковник



 Сергій ЗАГОРОДНІЙ

М.П.




МІНІСТЕРСТВО ОБОРОНИ УКРАЇНИ

ВІЙСЬКОВА АКАДЕМІЯ (м. ОДЕСА)

65009, м. Одеса, код 24983020. Тел.: +380 (482) 63-76-60 e-mail: va_odesa@post.mil.gov.ua

№ 2/31/21
від 16.09.2024 року

ЗАТВЕРДЖУЮ
Заступник начальника академії
з навчальної роботи, доктор
педагогічних наук, професор,
полковник


Олег МАСЛІЙ
« 16 » вересня 2024 року

Акт

**про реалізацію результатів наукового дослідження
Кіріакіді Олени Юріївни
на тему «Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських
Сил Збройних Сил України» на здобуття ступеня вищої освіти доктора
філософії за спеціальністю 011 Освітні, педагогічні науки**

Комісія у складі:

голови – начальника кафедри гуманітарних та соціально-економічних дисциплін, кандидата педагогічних наук, полковника Тараса ОСТАПЧУКА;

членів комісії – начальника кафедри організації розвідувально-інформаційної діяльності та технічних засобів розвідки, кандидата технічних наук, доцента, полковника Юрія МАКСИМЕНКА та доцента кафедри гуманітарних та соціально-економічних дисциплін, кандидата педагогічних наук, доцента, Олександри ШАГОВОЇ підтверджує цим актом те, що результати дисертаційного дослідження КІРІАКІДІ Олени Юріївни на тему «Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України» впроваджені в освітню діяльність Військової академії, а саме:

розроблені авторкою методичні рекомендації науково-педагогічним працівникам щодо розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки, в яких запропоновано використовувати засоби неформальної освіти, зокрема вебінари, дистанційні та онлайн курси для розширення уявлень курсантів про значення медіа та специфіку оцінювання змісту медіаповідомлень, використовуються під час

вивчення навчальних дисциплін «Планування та організація освітнього процесу», «Педагогіка вищої військової школи», «Психологія вищої військової школи», «Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання», «Організація дистанційного навчання»;

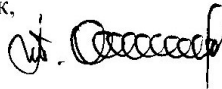
розроблена авторкою система дослідницьких завдань на виявлення порушень новинних стандартів, маніпулятивності медіатекстів, розпізнавання фейкових заголовків, пропагандистських матеріалів та ворожих інформаційних операцій використовуються викладачами для підготовки до занять з навчальних дисциплін «Організація розвідувально-інформаційної діяльності (Розділ 3. Розвідка відкритих джерел)», «Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання (Розділ 2. Цифрові технології)», «Педагогіка вищої військової школи (Тема 2. Військове виховання), «Міжнародна та національна безпека», на курсах підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників та на Курсах професійної військової освіти офіцерського складу тактичного рівня.

Результати, отримані завдяки упровадженню авторських положень і рекомендацій Олени КІРІАКІДІ позитивно вплинули на якість підготовки курсантів та слухачів щодо розпізнавання фейкових новин, пропагандистських матеріалів та ворожих інформаційних операцій.

Голова комісії:

начальник кафедри гуманітарних та соціально-економічних дисциплін,
кандидат педагогічних наук,

полковник



Тарас ОСТАПЧУК

Члени комісії:

начальник кафедри організації розвідувально-інформаційної діяльності
та технічних засобів розвідки, кандидат технічних наук, доцент,

полковник



Юрій МАКСИМЕНКО

доцент кафедри гуманітарних та соціально-економічних дисциплін, кандидат педагогічних наук, доцент

працівник ЗС України



Олександра ШАГОВА

Додаток Ш
Список публікацій здобувача

Наукові праці,

в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

1. Кіріакіді О. Ю. Критерії, показники та рівні розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України. *Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія : педагогічні науки.* Хмельницький : Вид-во НАДПСУ, 2023. № 3(34). С. 102–112.

2. Беньковська Н. Б., Кіріакіді О. Ю. Методи розвитку критичного мислення у молодших командирів Військово-Морських Сил Збройних Сил України. *Наукові інновації та передові технології. Серія «Державне управління», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка».* 2023. № 4(18). С. 334–346.

3. Кіріакіді О. Ю. Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки як предмет наукових досліджень. *Освіта. Інноватика. Практика.* 2023. Т. 11, № 8. С. 32–37.

4. Кіріакіді О. Ю. Сутність і структура медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України. *Інноваційна педагогіка.* 2023. Вип. 63. Т. 1. С. 159–162.

5. Кіріакіді О., Діденко О. Результати дослідження та досвід розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. *Збірник наукових праць Національної академії Державної прикордонної служби України. Серія : педагогічні науки.* Хмельницький : Вид-во НАДПСУ, 2024. № 1(36). С. 53–67.

6. Кіріакіді О. Ю. Педагогічні умови розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. *Вища освіта України.* 2024. № 1(92). С. 53–60.

**Наукові праці,
які засвідчують апробацію матеріалів дисертації**

7. Кіріакіді О. Ю. Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України як актуальне завдання військово-педагогічної практики. *Філософські аспекти професійної освіти* : матеріали X Міжнародної науково-практичної конф. (м. Кропивницький, 17 листопада 2022 р.) / Херсонський державний аграрно-економічний університет. Кропивницький, 2022. С. 107–109.

8. Кіріакіді О. Ю. Зарубіжний досвід розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів. *Актуальні питання теорії та практики в галузі права, освіти, соціально-гуманітарних та поведінкових наук в умовах воєнного стану* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Чернігів, 25–26 квітня 2023 р.) : у двох томах / Академія Державної пенітенціарної служби. Чернігів, 2023. Т. 2. С. 259–262.

9. Кіріакіді О. Ю. Розвиток критичного мислення молодших командирів Військово-Морських Сил Збройних Сил України як психолого-педагогічна проблема. *Сучасні напрями вдосконалення педагогічної майстерності викладачів* : матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Чернігів, 27–28 квітня 2023 р.) / Академія Державної пенітенціарної служби. Чернігів, 2023. С. 117–119.

10. Кіріакіді О. Ю. Структура медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України. *Інноваційні дослідження та перспективи розвитку науки і техніки у XXI столітті* : матер. Міжнародної науково-практичної конф. (м. Рівне, 19 жовтня 2023 р.) / Приватний вищий навчальний заклад «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука». Рівне, 2023. Ч. 1. С. 134–135.

11. Кіріакіді О. Ю. Медіаграмотність як предмет уваги представників різних галузей наукового знання. *Освіта під час війни: розвиток інформаційно-аналітичного забезпечення, цифрова трансформація, євроінтеграція* : матеріали V міжнародної науково-практичної конференції

(м. Київ, 26 жовтня 2023 р.) / Державна наукова установа «Інститут освітньої аналітики». Київ, 2023. С. 56–59.

12. Кіріакіді О. Ю. Використання потенціалу дистанційних та онлайн-курсів для розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. *Інтеграція теорії у практику: проблеми, пошуки, перспективи в умовах воєнного стану*: матер. III Міжнар. науково-практичної конф. (м. Чернігів, 01 листоп. 2023 р.) / Пенітенціарна акад. України. Чернігів, 2023. С. 354–355.

13. Venkovska N. V., Kiriakidi O. Yu. Impact of Globalization on Education. *Особистість та освіта в умовах сучасних соціокультурних викликів: ціннісно-світоглядні та науково-методичні аспекти*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Дніпро, 22 лютого 2024 р.) / Дніпровська академія неперервної освіти. Дніпро, 2024. С. 49–51.

14. Кіріакіді О. Ю. Досвід розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки. *Актуальні питання теорії та практики в галузі права, освіти, соціально-гуманітарних та поведінкових наук в умовах воєнного стану*: матер. II Міжнар. науково-практичної конф. (м. Чернігів, 25 квітня 2024 року) / Пенітенціарна акад. України. Чернігів, 2024. С. 377–380.

15. Кіріакіді О. Ю. Діагностичний апарат для визначення розвиненості медіаграмотності майбутніх офіцерів ВМС ЗСУ. *Орієнтири національної освіти в умовах сьогодення*: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Луцьк, 17 травня 2024 р.) / Волинський інститут післядипломної педагогічної освіти. Луцьк, 2024. С. 35–36.

***Опубліковані праці, що додатково відображають
наукові результати дисертації***

16. Кіріакіді О. Ю. Особливості розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки: методичні рекомендації. Одеса : Інститут ВМС НУ «Одеська морська академія», 2024. 37 с.

Додаток Ш

Відомості про апробацію результатів дисертації

Кіріакіді Олени Юрїївни

«Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки»

за спеціальністю 011 Освітні, педагогічні науки

Масові науково-практичні заходи міжнародного рівня:

1. Міжнародна науково-практична конференція «Філософські аспекти професійної освіти» (Україна, м. Кропивницький, Херсонський державний аграрно-економічний університет, 17 листопада 2022 р.). Форма участі – публікація тез на тему: *«Розвиток медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України як актуальне завдання військово-педагогічної практики»*.

2. Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні питання теорії та практики в галузі права, освіти, соціально-гуманітарних та поведінкових наук в умовах воєнного стану» (Україна, м. Чернігів, Академія Державної пенітенціарної служби, 25–26 квітня 2023 р.). Форма участі – виступ на секційному засіданні на тему: *«Зарубіжний досвід розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів»*.

3. Міжнародна науково-практична конференція «Інноваційні дослідження та перспективи розвитку науки і техніки у ХХІ столітті» (Україна, м. Рівне, Приватний вищий навчальний заклад «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука», 19 жовтня 2023 р.). Форма участі – публікація тез на тему: *«Структура медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України»*.

4. Міжнародна науково-практична конференція «Освіта під час війни: розвиток інформаційно-аналітичного забезпечення, цифрова трансформація, євроінтеграція» (Україна, м. Київ, Державна наукова установа «Інститут

освітньої аналітики», 26 жовтня 2023 р.). Форма участі – публікація тез на тему: *«Медіаграмотність як предмет уваги представників різних галузей наукового знання»*.

5. Міжнародна науково-практична конференція «Інтеграція теорії у практику: проблеми, пошуки, перспективи в умовах воєнного стану» (Україна, м. Чернігів, Пенітенціарна академія України, 01 листопада 2023 р.). Форма участі – виступ на секційному засіданні на тему: *«Використання потенціалу дистанційних та онлайн-курсів для розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки»*.

6. Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні питання теорії та практики в галузі права, освіти, соціально-гуманітарних та поведінкових наук в умовах воєнного стану» (Україна, м. Чернігів, Пенітенціарна академія України, 25 квітня 2024 р.). Форма участі – виступ на секційному засіданні на тему: *«Досвід розвитку медіаграмотності майбутніх офіцерів Військово-Морських Сил Збройних Сил України у процесі професійної підготовки»*.

7. Міжнародна науково-практична конференція «Орієнтири національної освіти в умовах сьогодення» (Україна, м. Луцьк, Волинський інститут післядипломної педагогічної освіти, 17 травня 2024 р.). Форма участі – публікація тез на тему: *«Діагностичний апарат для визначення розвиненості медіаграмотності майбутніх офіцерів ВМС ЗСУ»*.

Масові науково-практичні заходи всеукраїнського рівня:

1. Всеукраїнська науково-практична конференція «Сучасні напрями вдосконалення педагогічної майстерності викладачів» (Україна, м. Чернігів, Академія Державної пенітенціарної служби, 27–28 квітня 2023 р.). Форма участі – виступ на секційному засіданні на тему: *«Розвиток критичного мислення молодших командирів Військово-Морських Сил Збройних Сил України як психолого-педагогічна проблема»*.

2. Всеукраїнська науково-практична конференція «Особистість та освіта в умовах сучасних соціокультурних викликів: ціннісно-світоглядні та науково-методичні аспекти» (Україна, м. Дніпро, Дніпровська академія неперервної освіти, 22 лютого 2024 р.). Форма участі – публікація тез на тему: *«Impact of Globalization on Education»*.