

УДК 007:304 [659.3+004.62;37+177]
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.3.2/26>

Бондаренко Т. Г.

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

Коваль С. В.

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЕТИКО-ДИДАКТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОВЕДЕННЯ МЕДІАІВЕНТІВ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ІНФОМЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ ШКОЛЯРІВ

Статтю присвячено етико-дидактичним засадам, згідно з якими варто проводити медіаівенти для формування інфомедійної грамотності школярів. Наголошено на значущості медіаграмотності як магістральної навички людини XXI століття. Представлено дефініції базисних понять, що стосуються інфомедійної грамотності та її формування в старшокласників (медіаінформаційна грамотність, медіаграмотність, факт, судження, фейк, дипфейк, типи маніпуляцій та ін.). У межах дослідження проведено освітній медіаівент – урок медіаграмотності в п'яти школах міста Черкаси, де був організований спецпроект для всіх загальноосвітніх закладів як ініціатива департаменту освіти та гуманітарної політики. Загалом до освітнього медіаівенту авторами розвідки залучені 157 учнів 10 класів. Запропоновано авторське структурно-змістове наповнення уроку медіаграмотності для школярів та виокремлено такі змістові модулі: поняття медіаграмотності; розрізнення фактів і суджень; типи фейків (фотофейки, дипфейки та ін.) і маніпуляцій у медіа; фактчекінг та верифікація. Розроблено, створено та опубліковано в ютубі низку навчальних відео у форматі скрайбінгу. Описано інтерактивні вправи, доцільні для використання під час тренінгу. Виклад теоретичного матеріалу базований на використанні методів аналізу, синтезу й узагальнення. Під час уроку медіаграмотності застосовано метод кейс-стаді. Окреслено основні засади етики в контексті інфомедійної грамотності: розуміння конфіденційності інформації; уміння захистити персональні дані; демонстрування поваги до приватного життя; здатність адекватно реагувати на інформацію, розрізняти маніпуляції, виявляти порушення в цифровому світі; усвідомлення значущості перевірки правдивості відомостей; етичне й фільтроване споживання та поширення відомостей; уміння вибудовувати коректну онлайн-взаємодію з людьми, вести діалоги, коментувати дописи в соціальних мережах та на сайтах; усвідомлення наслідків власної цифрової поведінки. Вивчення ефективності проведеного медіаівенту стало можливим завдяки залученню методу опитування учнів із використанням гугл-форм.

Ключові слова: медіаграмотність, інфомедійна грамотність, івент, етика, факт, судження, фейк, дипфейк, фактчекінг, верифікація.

Постановка проблеми. На тлі інформаційно-психологічної операції, яку потужно реалізує російська федерація після повномасштабного вторгнення на територію України, безпрецедентної актуальності набуває медіаграмотність, що справедливо вважають домінантною світоглядною навичкою людини у XXI столітті, а також «одним із пріоритетів компетентнісної освіти у НУШ» [8]. До формування навичок критичного мислення та медіаграмотності варто залучати не лише педагогів, а й медійників, викладачів журналістики, які мають практичний досвід, проводять спеціальні дослідження, постійно моніторять поширювану в медіа інформацію та результати світових і вітчизняних організацій, що спрямовують свою діяльність на боротьбу з дезінформацією.

Міністерство освіти і науки України активно розвиває та промоціює проблематику медіаграмотності, це засвідчує низка реалізованих заходів, підготовка науково-популярних розвідок тощо. Зокрема, варта уваги спільна діяльність із національним проектом із медіаграмотності Міністерства культури та інформаційної політики «Фільтр» (<https://filter.mkp.gov.ua/>) [14], що спрямована на об'єднання зусиль держави, громадського сектору, міжнародної та вітчизняної спільнот для підвищення рівня медійної грамотності українців. За спільною ініціативою профільних міністерств, щороку в школах країни проводять Глобальний тиждень медіаграмотності [4], а також запрошують долучитися до національного тесту з медіаграмотності [1].

Генеральний директор директорату шкільної освіти МОН Ігор Хворостяний закликав освітян долучатися до «Всеукраїнського уроку єдності: як не вестися на маніпуляції та залишатися згуртованими», що відбувся 6 жовтня 2023 року [2]. У березні 2024 року Черкаська міська рада започаткувала спеціальний освітній проєкт «Урок медіаграмотності для школярів». Особливість такого інформаційного проєкту полягала в тому, що до його реалізації були залучені, зокрема, редактори й журналісти місцевих медіа, а також викладачі кафедри журналістики, реклами та PR-технологій Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького [15]. У м. Черкаси функціонують 34 загальноосвітні школи, у межах зазначеного проєкту були охоплені всі комунальні заклади загальної середньої освіти міста. Автори цієї розвідки провели п'ять інтерактивних уроків для десятикласників загальноосвітніх шкіл м. Черкаси, загалом залучивши до освітнього івенту 157 школярів.

Варто наголосити, що, попри значущість формування критичного мислення та медіаграмотності, донині в школах не запроваджено окремого предмета, передбачено лише поодинокі змістові модулі, теми та ін., у межах яких учні мають змогу ознайомитися із зазначеною проблематикою. Пілотний проєкт, реалізований у м. Черкаси, послугував підставою для наукового осмислення проблеми етико-дидактичних засад проведення медіаівентів для формування інфомедійної грамотності школярів, уможливив опитування учасників освітнього заходу та спонукав до низки теоретико-практичних висновків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. До наукової рефлексії проблеми медіаграмотності сучасного суспільства долучаються представники різних галузей – учителі-предметники, медіапедагоги, фахівці з кібербезпеки, журналісти, комунікаційники, психологи, військові експерти та ін. Доцільність тренінгових технологій, що рекомендовано застосовувати для формування навичок критичного мислення, обґрунтовано в низці праць таких авторів, як В. Іванов, Т. Іванова, С. Ізбаш [5]. У період поширення ковідної інфекції набули актуальності питання про те, як формувати інфомедійну грамотність в онлайн-умовах, що систематизовано в посібнику для тренера за загальною редакцією О. Тараненко [6]. Теоретико-методичні засади формування медіаграмотності під час війни осмислено в навчальному посібнику таких авторів, як О. Волошенюк, О. Довженко, А. Єгорова, В. Іванов, Т. Іванова,

В. Міський, В. Потапова, А. Юричко [9]. Низку педагогічних розвідок присвячено особливостям розвитку медійної грамотності здобувачів загальної середньої та вищої освіти (див., наприклад, праці Л. Петрик, Н. Приходькіної, О. Рекун та ін.).

Для реалізації поставлених завдань застосовано комплексний підхід до вибору методів дослідження. Виклад теоретичного матеріалу базований на використанні методів аналізу, синтезу й узагальнення, що вможливили з'ясування сутності базових понять. Під час уроку медіаграмотності застосовано метод кейс-стаді, що дав змогу залучати конкретні ситуації з реального життя. Для демонстрування ходу уроку, ключових понять, відео, фото тощо застосовано метод презентації відомостей. Вивчення ефективності проведеного медіаівенту стало можливим завдяки застосуванню методу опитування, за результатами якого підбито підсумки з використанням аналітичного методу.

Постановка завдання. Досягнення теоретико-практичної мети розвідки вмотивовує доцільність виконання таких завдань: з'ясувати сутність базових понять, що стосуються порушеної теми; описати технологію та основні техніки проведення медіаівентів для формування інфомедійної грамотності школярів; підготувати навчальні відео у форматі відеоскрайбінгу про медіаграмотність; розробити та провести експериментальний урок медіаграмотності для старшокласників; окреслити фундаментальні етичні засади медійної роботи з учасниками освітнього заходу.

Виклад основного матеріалу. Проведення медіаівентів для формування інфомедійної грамотності школярів, на нашу думку, має бути підпорядковане чіткій структурно-змістовій логіці та базоване на дотриманні фундаментальних етичних засад роботи з учасниками освітнього заходу. Тривалість уроку (45 хвилин) – обмежувальний темпоральний критерій, що посилює вимоги до розроблення медіаівенту, зокрема в аспекті його якісного наповнення та добору доцільних форм роботи зі старшокласниками. У ході івенту акцентовано на таких змістових модулях: поняття медіаграмотності; розрізнення фактів і суджень; типи фейків (фотофейки, дипфейки та ін.) та маніпуляцій у медіа; фактчекінг та верифікація. Насамперед сформовано чітке уявлення про сутність поняття медіаінформаційної грамотності та медіаграмотності.

Наголошено, що в глобальному теоретичному вимірі феномен медіаінформаційної грамотності трактують як «сучасну стратегію ЮНЕСКО, яка полягає в поєднанні традиційних концептів «меді-

аграмотності» та «інформаційної грамотності» у спільний концепт, що позначає комбінований набір компетенцій, необхідних на сьогодні для життя і роботи» [7, с. 8]. Медіаінформаційна грамотність уможлиблює реалізацію прав і свободи самовираження людей, рівноправний доступ до інформації та знань, сприяє формуванню незалежних і плюралістичних медіа та інформаційної системи загалом.

Під медіаграмотністю розуміють рівень медіакультури, що «стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе та спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують» [10, с. 19].

Покоління зумерів віддає перевагу відеоінформації, тому для перегляду запропоновано короткий навчальний відеоскрайбінг, що підготовлений викладачами та викладений у ютубі (<https://bit.ly/45f29yh>). Для практичного закріплення теоретичних знань проведено вправу «Інформаційний шум» [6, с. 113]. Розробники цієї вправи описали технологію її проведення для онлайн-тренінгу на платформі «Zoom», однак в офлайн-умовах цілком доречно адаптувати завдання до очного формату. Один учасник виходив з аудиторії, інші отримували різні роздруківки, де був записаний рядок відомої пісні. Коли учасник повертався до приміщення, йому повідомляли, що він має сказати, яку саме інформацію йому повідомлять. Школярі за командою тренера вимовляли водночас

свій рядок. Звичайно, навмисно створений інформаційний шум не давав змоги учню з'ясувати, що саме він чує. Після завершення вправи варто обговорити хід гри та запитати в учасників, чи відчували вони дискомфорт, коли слухали «канали інформації», чому не змогли відтворити почуте, чи можуть вони провести аналогії зі споживанням відомостей у глобальному інформаційному світі. Підсумовуючи виконання вправи, тренери наголосили, що такий інформаційний шум створюють навмисно, щоб дезорієнтувати споживача, не дати йому змогу розрізнити важливе та другорядне, розставити пріоритети, зосередити увагу на чомусь основному.

Отже, у межах першого змістового блоку з'ясовано, що таке медіаінформаційна грамотність, медіаграмотність. Наголошено, що медіаграмотна людина здатна критично споживати інформацію, розпізнавати маніпуляції, фейки, джинсу, пропаганду, перевіряти фото й відео щодо правдивості.

Під час уроку медіаграмотності звернено особливу увагу на розрізнення змістового наповнення понять «факт» і «судження». Після обговорення низки дискусійних питань, наведення прикладів, формулювання проблемних аспектів, підсумовано, що «факт – це об'єктивна незмінна інформація, яку можна перевірити та довести» [6, с. 128]. Натомість «судження – це чиясь думка, оцінка, припущення, уподобання, яке може змінюватися з часом» [6, с. 128]. Для унаочнення інформації учням запропоновано, зокрема, слайд, де систематизовано диференційні ознаки факту та судження (див. таблицю 1, укладено на підставі джерела [6, с. 129]).

Таблиця 1

Диференційні ознаки факту та судження

ФАКТ	СУДЖЕННЯ
Цифри, дати, події, статистика, докази, досягнення тощо.	Чийсь думки, розмисли, припущення, міркування або відчуття, надії, сподівання з приводу чогось.
Об'єктивна природа.	Суб'єктивна природа, оскільки транслює думку людини.
Можливість довести та перевірити.	Неможливість ні довести, ні перевірити.
Незмінний після того, як відбувся. Слугує основою для потенційного судження.	Здатне зазнавати змін, залежно від настрою, мети або нових фактів. Може бути базованим на фактах.
Дієслова-маркери: є (було, буде), показувати, демонструвати, відкривати, доводити.	Дієслова-маркери: думати, уважати, допускати, відчувати, сподіватися, висловлювати (погляди) тощо.
Факт сприймають як такий, незалежно від того, хто його повідомив.	Судження сприймають невіддільно від людини, яка його повідомляє.
Рубрики-маркери: «Новини», «Події», «Розслідування».	Рубрики-маркери: «Думка», «Редакторська колонка».
Різновиди: доведені факти; факти, які треба перевірити; неправда, представлена як факт (фейк).	Різновиди: думка – судження базоване на фактах; погляд, або переконання, – засноване на вірі, моралі або цінностях; упередження – думка на підставі недостатніх або не повністю досліджених доказів.

Для закріплення теоретичних знань учням запропоновано вправу, у межах якої вони мали назвати факт про себе. Після виконання вправи проаналізовано відповіді учнів, звернено увагу на ті випадки, коли респонденти не розрізняли факт та судження. Тренери ставили допоміжні запитання, на зразок: чи названа подія сталася реально, чи зафіксована подія документально, які докази можна навести для підтвердження факту та ін.

У межах третього змістового модуля варто опрацювати поняття про різновиди фейків та маніпуляцій у медіа. «Фейк – повністю або частково вигадане повідомлення, навмисно створене та поширене, до якого для більшого поширення й охоплення аудиторії штучно привертають увагу. Зазвичай, фейк містить елементи маніпуляції, пропаганди, дискредитації осіб, груп осіб, подій і явищ» [3, с. 71]. У цьому контексті доречною вважаємо вправу «Види маніпуляцій у медіа. Вікторина» [6, с. 280]. Під час проведення вікторини учні ознайомилися з низкою понять: дезінформація, маніпуляція фактами, пропаганда, цензура, прихована реклама (джинса), клікбейт, упередження. На основі простого факту «Курка знесла яйце» учням продемонстровано, як можна зманіпулювати та спотворити таку інформацію. У підсумку наголошено, що спотворення фактів – це порушення базових стандартів журналістики: точності, об'єктивності та неупередженості.

Фейки є найпоширенішою формою маніпуляції в медіа. Вони бувають ненавмисними (друкарські огріхи, помилки, неякісний журналістський матеріал) та активними навмисними (свідомі маніпулятивні змістові конструкції, необ'єктивні). Серед різновидів фейків виокремлено фотофейки, відеофейки, фейкові документи, підроблені свідчення очевидців, підроблені книжки та ін. З огляду на зацікавленість учнів фото та відеоконтентом, увагу зосереджено на фотофейках і дипфейках. Зокрема, повідомлено про ресурси, розміщені на сайті <https://thispersondoesnotexist.com/>, де за кліком користувача система може генерувати зображення людей, яких насправді не існує. Дипфейк (англ. deepfake) – «технологія підробки та імітації відеозображення, що заснована на штучному інтелекті й використовується для виробництва або зміни відеоконтенту, цілком правдоподібно зображує те, чого насправді не було» [3, с. 18–19]. Дипфейки активно поширювані на популярних сайтах потокового відео, зокрема «YouTube», «Vimeo». Небезпека дипфейку полягає в можливості його застосування для дискредитації осіб, поширення вигаданого контенту.

Для демонстрування дипфейку вибрано новину від видання «Голос Америки»: «Генеровані ШІ зображення української блогерки використали для китайських соцмереж» (<https://bit.ly/3WXp7Yp>). Водночас зауважено, що дипфейки можуть бути створені для позитивного пропагування певних ідей. Наприклад, Девід Бекхем розповідав про небезпеку малярії дев'ятьма мовами за допомогою технології дипфейку (<https://bit.ly/3yL1jNd>). Варто наголосити, що метод кейс-стаді, застосований під час уроку медіаграмотності, доводить свою ефективність, переконує учнів у реальних інформаційних загрозах, що породжує штучний інтелект.

У фінальному змістовому модулі витлумачено поняття верифікації та фактчекінгу. Верифікація – «технологія перевірки на справжність чого-небудь із наявністю доказів або аргументів. Це широке поняття, яке використовують у різних галузях життєдіяльності людини. Зокрема, перевірки підлягають документи, інформація, акаунти, карти, підписи, особи тощо» [3, с. 12]. Для унаочнення інформації авторами створений та запропонований до перегляду навчальний відеоскрайбінг (<https://bit.ly/4dZVcVt>), де схарактеризовано сутність понять, продемонстровано приклади. Наголошено, що для фактчекінгу необхідно використовувати дані лише з офіційних джерел. У межах окремого навчального відео систематизовано відомості про світові та вітчизняні фактчекінгові проекти (<https://bit.ly/4bFd7Q0>).

Поряд із медіаграмотністю набуває важливості питання про етичну поведінку дітей у мережі. На думку більшості опитаних учителів, мережа постійно провокує інформаційні ризики перед дітьми: розмежування публічної та особистої інформації, викладення забороненого контенту з моральних міркувань, булінг, інтернет-адикція та ін. Основні засади етики в контексті інфомедійної грамотності такі: розуміння конфіденційності інформації; вміння захистити власні персональні дані; демонстрування поваги до приватного життя; здатність адекватно реагувати на поширювану інформацію, розрізняти маніпуляції, виявляти порушення в цифровому світі; усвідомлення значущості перевірки правдивості відомостей; етичне споживання та поширення відомостей; вміння вибудовувати коректну онлайн-взаємодію з людьми, вести діалоги, коментувати дописи в соціальних мережах на сайтах; усвідомлення наслідків власної цифрової поведінки.

Для оцінювання ефективності освітнього інвенту учасникам запропоновано анонімне опи-

тування, що проведено з використанням гугл-форм. У межах запитання «Наскільки зрозумілою була для вас інформація про медіаграмотність, подана під час уроку?» отримано такі відповіді: дуже зрозумілою – 70 учнів (45%); зрозумілою – 60 учнів (38%), частково зрозумілою – 20 учнів (13%), незрозумілою – 7 учнів (4%). Власну здатність відрізнити правдиву інформацію від фейкових новин після тренінгу учні оцінили так: дуже добре – 65 учнів (41%), добре – 55 учнів (35%), задовільно – 30 учнів (19%), незадовільно – 7 учнів (5%). Учасники в переважній кількості зазначили, що урок медіаграмотності допоміг покращити навички критичного мислення: суттєво покращив – 68 учнів (43%), помітно покращив – 60 учнів (38%), трохи покращив – 20 учнів (13%), не покращив – 9 учнів (6%). Учасники оцінили ступінь корисності практичних знань із верифікації та фактчекінгу: дуже корисні – 75 учнів (48%), корисні – 60 учнів (38%), трохи корисні – 17 учнів (11%), некорисні – 5 учнів (3%). Важливо наголосити, що школярі здебільшого планують використовувати отримані знання під час уроку в повсякденному житті для перевірки інформації, що засвідчують статистичні дані: так, часто – 80 учнів (51%); так, іноді – 50 учнів (32%), рідко – 20 учнів (13%), ні, не планую – 7 учнів (4%).

Отже, більшість учнів вважає, що інформація про медіаграмотність була зрозумілою, відчутні покращення в здатності розрізнити правдиву інформацію від фейкових новин, критично мислити. Практичні заняття з верифікації та фактчекінгу були дуже корисними для більшості учасників, тому школярі планують застосовувати отримані знання в повсякденному житті.

Висновки. Медіаграмотність – магістральна навичка XXI століття, що передбачає вміння активно чи пасивно сприймати та використовувати медійні матеріали, аналізувати медійну реальність; критично осмислювати й оцінювати медіатекст, розуміти природу методів, використовуваних медіа для впливу на людину; здатність працювати з медійною технікою; знання основ медіакультури. Завдяки сформованій медійній грамотності, громадяни мають змогу якісно споживати медіа та використовувати отриману інформацію для особистого самовираження, реалізації засадничих прав і свобод, налагоджувати комунікацію в різноманітних формах. Особливо важливо дотримуватися шести кроків: свідомо формувати свій медіапростір, вимикати режим «автопілота» для протидії цифровій залежності, опановувати думки та емоції, перевіряти власні упередження, верифікувати інформацію з різних джерел та перевіряти її перед поширенням. Медіаграмотність допомагає зрозуміти, що в інтернеті кожна дія має свої наслідки, тому важливо дотримуватися етичних норм. Основні засади етики в контексті інфомедійної грамотності такі: розуміння конфіденційності інформації; уміння захистити власні персональні дані; демонстрування поваги до приватного життя; здатність адекватно реагувати на поширювану інформацію, розрізнити маніпуляції, виявляти порушення в цифровому світі; усвідомлення значущості перевірки правдивості відомостей; етичне споживання та поширення відомостей; уміння вибудовувати коректну онлайн взаємодію з людьми, вести діалоги, коментувати дописи в соціальних мережах на сайтах; усвідомлення наслідків власної цифрової поведінки.

Список літератури:

1. Відбудеться другий національний тест із медіаграмотності – запрошуємо долучитися. URL: <https://mon.gov.ua/news/vidbudetsya-drugiy-natsionalniy-test-iz-mediagramotnosti-zaproshuemo-doluchitsiya> (дата звернення: 12.04.2024).
2. Всеукраїнський урок єдності: як не вестися на маніпуляції та залишатися згуртованими. URL: <https://mon.gov.ua/news/vseukrainskiy-urok-ednosti-yak-ne-vestisya-na-manipulyatsii-ta-zalishatisya-zgurtovanimi> (дата звернення: 23.03.2024).
3. Гороховський О., Мельникова-Курганова О., Мірошніченко П., Островська Н. Фактчекінг і медіаграмотність: словник термінів. Київ: ГО «Центр аналітики і розслідувань», 2020. 79 с.
4. До глобального тижня медіаграмотності пропонується провести урок щодо безпеки в інформаційному просторі. URL: <https://mon.gov.ua/news/do-globalnogo-tizhnya-mediagramotnosti-proponuetsya-provesti-urok-shchodo-bezpeki-v-informatsiynomu-prostori> (дата звернення: 12.04.2024).
5. 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.
6. Інфомедійна грамотність онлайн: посібник для тренера / за заг. ред. Тараненко О. / Розроблено в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Київ: IREX, 2021. 400 с.
7. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / за ред. Л. А. Найдюнової, М. М. Слюсаревського. Київ, 2016. 16 с.

8. Медіаграмотність є одним з пріоритетів компетентнісної освіти у НУШ – експерт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3769276-mediagramotnist-e-odnim-z-prioritetiv-kompetentnisnoi-osviti-u-nus-ekspert.html> (дата звернення: 12.04.2024).

9. Медіаграмотність під час війни: теорія, методика, інтерактив. Навчальний посібник / Довженко О., Єгорова А., Іванова Т., Міський В., Потапова В., Юричко А. / за заг. ред. О. Волошенюк, В. Іванова. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2023. 68 с.

10. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник [ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; наук. ред. В. В. Різун]. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с.

11. Петрик Л. В. Медіаграмотність як навичка ХХІ століття. *Педагогічна освіта: теорія і практика*. 2017. № 27. С. 100–103.

12. Приходькіна Н. О. Розвиток медіаграмотності учнів: основні прийоми критичного аналізу медіатекстів. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2019. № 67. Т. 1. С. 97–101.

13. Рекурн О. О. Медіаграмотність у системі вищої освіти. *Вісник Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка*. / Нац. ун-т «Черн. колегіум» ім. Т. Г. Шевченка; голов. ред. М. О. Носко. Чернігів: НУЧК, 2020. Вип. 8 (164). С. 41–44.

14. Фільтр: Національний проєкт з медіаграмотності. URL: <https://filter.mkp.gov.ua> (дата звернення: 12.04.2024).

15. Черкаських школярів навчатимуть медіаграмотності. URL: <https://chmr.gov.ua/ua/newsread.php?view=23891&s=1&s1=17> (дата звернення: 12.04.2024).

16. Як можна протидіяти «фейковим новинам»? : аналіз. Київ: Фонд Фрідріха Науманна за Свободу, Академія української преси, 2019. 32 с.

Bondarenko T. H., Koval S. V. ETHICAL AND DIDACTIC PRINCIPLES CONDUCTING MEDIA EVENTS FOR THE FORMATION OF MEDIA AND INFORMATIONAL LITERACY OF SCHOOLCHILDREN

The article is devoted to the ethical and didactic principles according to which media events should be held to form the media and informational literacy of schoolchildren. The significance of media literacy as a major skill of the twenty-first century is emphasized. The definitions of basic concepts related to media and informational literacy and its formation in high school students (media information literacy, media literacy, fact, opinion, fake, deep fake, types of manipulation, etc.) The study included an educational media event: a media literacy lesson in five schools in Cherkasy, where a special project was organized for all secondary schools as an initiative of the Department of Education and Humanitarian Policy. In total, 157 10th grade students were involved in the educational media event. The author's own structural and content of a media literacy lesson for schoolchildren was proposed, and the following content modules were identified: the concept of media literacy; distinguishing between facts and opinions; types of fakes (photo fakes, diplomatic fakes, etc.) and manipulations in the media; fact-checking and verification. Several of training videos in the video scribing format were developed, created, and published on YouTube. The interactive exercises appropriate for use during the training are described. The presentation of theoretical material is based on the use of analysis, synthesis, and generalization methods. The case study method was used during the media literacy lesson. The basic principles of ethics in the context of information and media literacy are outlined: understanding the confidentiality of information; ability to protect personal data; demonstrating respect for privacy; ability to respond adequately to information, distinguish manipulations, and identify violations in the digital world; awareness of the importance of verifying the veracity of information; ethical and filtered consumption and dissemination of information; ability to build correct online interaction with people, conduct dialogues, comment on social media posts on websites; awareness of the consequences of one's own digital behavior. The study of the effectiveness of the media event was made possible by using the method of surveying students using Google Forms.

Key words: media literacy, media and informational literacy, event, ethics, fact, opinion, fake, deepfake, fact-checking, verification.