

УДК 007:304:659.3

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/47-3-34>**Олександра МАРКІВ,***orcid.org/0000-0001-5720-650X**кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики**Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова
(Київ, Україна) Oleksandra.markiv@gmail.com***Оксана ЗАРІВНА,***orcid.org/0000-0002-9821-4482**кандидат педагогічних наук, доцент,**доцент кафедри англійської мови технічного спрямування № 2
Національного технічного університету України**«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
(Київ, Україна) oksanazarina5@gmail.com*

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ПРОВІДНИЙ ПРИНЦИП КОМУНІКАТИВНОГО СТИЛЮ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Медіаграмотність молоді надзвичайно важлива. Вона є принципом критичного й аналітичного споживання інформації, її створення і поширення. Необхідність у такій компетентності зараз усвідомлена. Однак викликати в молоді мотивацію до її формування – завдання непросте, потребує багатоаспектних методик і залучення багатьох учасників. Ще важче спонукати сучасних студентів користуватися медіаграмотністю як принципом роботи з медіа, адже вимагає зосередженості, затрати часу і розумової діяльності. Отже, тема актуальної проблема. Поставлена перед нами мета дослідження – обґрунтувати медіаграмотність як принцип комунікативного стилю сучасних студентів, є спробою довести необхідність медіаінформаційних знань, умінь і навичок для розуміння медіа і використання їх у повсякденному житті. Проаналізувавши комунікативні ситуації, а саме: суперництво, ухиляння, пристосування, співробітництво і компроміс – ми визначили основні ролі учасників комунікативного акту («обвинувач», «захисник», «руйнівник», «арбітр», «підлабузник», «спостерігач») та відповідно до них перелічили принципи прояву комунікативного стилю (точність, домінантність, дружність, маніпулювання та інші), серед яких важливу роль, на наше переконання, відведено медіаграмотності. У результаті дослідження проаналізовано постулати ЮНЕСКО про те, що кожен має право доступу до інформації, хоче отримувати та розуміти її, що вона не завжди є нейтральною чи неупередженою, а тому до неї суспільство повинно ставитися критично. Також зазначено ключові компетентності з медіаграмотності щодо розуміння, користування, орієнтації в медіасередовищі, комунікування та вироблення стратегії досягнення цілей за допомогою медіа. Подано узагальнені рекомендації для студентської молоді щодо практичного застосування знань із медіаграмотності.

Ключові слова: медіаграмотність, інформація, комунікативний стиль, молодь, медіа.

Oleksandra MARKIV,*orcid.org/0000-0001-5720-650X**Candidate of Pedagogical Sciences,**Associate Professor at the Journalism Department**National Pedagogical Dragomanov University**(Kyiv, Ukraine) Oleksandra.markiv@gmail.com***Oksana ZARIVNA,***orcid.org/0000-0002-9821-4482**Candidate of Pedagogical Sciences,**Associate Professor at the Department of Technical English № 2**National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"**(Kyiv, Ukraine) oksanazarina5@gmail.com*

MEDIA LITERACY AS A LEADING PRINCIPLE OF COMMUNICATIVE STYLE OF STUDENT YOUTH

Media literacy of young people is extremely important. It is the principle of critical and analytical consumption of information, its creation and dissemination. The need for such competence is now recognized. However, to motivate young people to form it is not an easy task, it requires multifaceted methods and the involvement of many participants. It is even more difficult to encourage modern students to use media literacy as a principle of working with the media,

because it requires concentration, time and mental activity. Thus, the topic is relevant and problematic. The aim of the article is to substantiate media literacy as a principle of communicative style of modern students, is an attempt to prove the need for media information knowledge, skills and abilities to understand the media and use them in everyday life. After analyzing the communicative situations, namely: rivalry, evasion, adaptation, cooperation and compromise, we identified the main roles of the participants in the communicative act ("Accuser", "defender", "destroyer", "arbitrator", "swindler", "observer") and accordingly listed the principles of communicative style (accuracy, dominance, friendliness, manipulation, etc.), among which an important role, in our opinion, diverted media literacy. The study analyzes the postulates of UNESCO that everyone has the right to access information, wants to receive and understand it, that it is not always neutral or impartial, and therefore society should be critical of it. It also identifies key competencies in media literacy in understanding, using, navigating the media, communicating, and developing strategies for achieving goals through the media. Generalized recommendations for student youth for the practical application of media literacy knowledge are given.

Key words: media literacy, information, communicative style, youth, media.

Постановка проблеми. Про комунікативні технології, моделі і практики за останній десяток років говорять багато науковців, звертаючи увагу на цифрові можливості сучасного зв'язку, на спілкування без кордонів у Всемережжі тощо.

Адже диджиталізація, цифровізація, глобалізація відкрили доступ до засобів масової комунікації? і кожен фактично став творцем контенту. Це спричинило потужний інформаційний бум, в якому змішалось все: факти і різнобічне, часто нефахове, їх коментування, правда і постправда, реальні події та видумані варіації подій – що неминуче призводить до мимовільного хибного сприйняття або спокуси цілеспрямовано вдаватися до маніпуляцій, щоби саме таке хибне сприйняття в населення і виникло. Тому гостро постала проблема інформаційного контролю, здатності людей до виокремлення достовірного і неперевіреного, реального і видуманого, правди і брехні. Фактично виникла потреба у медіаграмотності. І не просто як системі теоретичних знань, а як практичного стилю комунікування.

Аналіз досліджень. Наукові довідки з медіаграмотності стосуються: теоретичних засад медіаосвіти (Л. Найдьонова, О. Баришполець, В. Іванов, О. Волошенюк, Л. Кульчицька, Б. Потятиник, С. Троян), практичних розробок уроків з медіаграмотності для школярів (Т. Мелешенко, О. Мокрогуз, О. Бурім, С. Шейбе, Ф. Рогоу), програм для студентів різних спеціальностей та працівників окремих галузей (В. Літостанський, Т. Костирко, К. Левківський, В. Даниленко, В. Мороз, О. Залюбівська, О. Фендьо, О. Сердюк), фактчекінгу як засобу медіааналізу (О. Гороховський, С. Сліпченко). Що стосується практичних рекомендацій, то їх періодично подають такі ресурси: Академія української преси, Детектор медіа, Медіапсихологія та медіаосвіта, FAKE OFF.

Мета статті – обґрунтувати медіаграмотність як принцип комунікативного стилю сучасних студентів. Для цього з'ясуємо завдання: наведемо комунікативні стилі та їхні найважливіші принципи, оцінимо необхідність використання моделі

медіаграмотності в різних комунікативних ситуаціях; проаналізуємо важливі для цього компетентності; проілюструємо поради фахівців, як втілювати їх на практиці.

Виклад основного матеріалу. Для розуміння змісту завдань коротко відтворимо теоретичні відомості про комунікативний стиль, який трактують як властиві людині звичні способи поведінки, що використовуються при комунікативній взаємодії з іншими людьми. Він проявляється насамперед як набір певних дій, умінь та навичок – обраний спосіб вибудовування комунікативного акту. Але однозначно залежить від освітнього, соціального, культурного, психологічного рівнів людини. Наприклад, від глибини обізнаності про ситуацію, яка обговорюється, від комунікативних компетентностей усіх співрозмовників, від їх особистісних рис (запальності, стриманості, довірливості, закритості і т.п.), від життєвого досвіду тощо. Можна комунікувати в демократичному, спокійному, альтруїстичному, точному авторитарному стилях чи, що часто зустрічається зараз, у деструктивному – маніпулятивному, який має на меті змінити психологічні установки, ціннісні орієнтації, поведінку.

Серед принципів прояву комунікативного стилю варто виділити:

точність – націленість на фактичну точність інформації; *домінантність* – применшення ролі інших під час вираження думки; *драматизм* – певне емоційне перебільшення змісту повідомлення; *дружність* – відкрите заохочення учасників до розмови; *відкритість* – прагнення висловити свою думку; *спірність* – агресивне відстоювання власної точки зору; *уважність* – прояв інтересу до співрозмовника; *маніпулювання* – прагнення переваги через провокацію, обман, інтригу. І на наше переконання, **медіаграмотність** («гурманне» вдумливе ставлення до інформації) як провідний принцип комунікативного стилю сучасних людей, зокрема молоді.

З огляду на вказані принципи виникають певні ролі комунікаторів, які умовно назвемо «обвинувач», «захисник», «руйнівник», «арбітр», «підла-

бузник», «спостерігач». Безперечно їхня мета, яка закодована у самій назві ролі, мусить досягатися всіма можливими засобами, включаючи маніпулювання свідомістю, особливо в конфліктних, гострих комунікативних ситуаціях.

За концепцією Томаса-Кілмена, виділяють п'ять основних стратегій саме такого спілкування: 1) *суперництво* (стратегія владних людей, які борються за власні інтереси на шкоду іншим; обов'язково визначає переможця і того, хто програв, змушуючи його підтримувати рішення першого); 2) *уникання* (використовується при ситуації з не дуже важливою для учасника комунікативного акту проблемою, коли він не вважає за потрібне витратити сили на її розв'язання або перебуває в безнадійному становищі чи об'єктивно визнає правоту іншого. Часто така модель придатна у спілкуванні з «важкою» неконтактною особою, особливо якщо відсутні серйозні підстави для продовження розмови); 3) *притосування* (про ситуацію, коли результат справи надзвичайно важливий для однієї особи й не дуже суттєвий для іншої або в розмові з більш владним опонентом, перед яким змушена поступитися); 4) *співпраця* (найпродуктивніша стратегія залагодження конфлікту, основана на захисті своїх інтересів та бажанні співпрацювати); 5) *компроміс* (найефективніший у випадках, коли обидві сторони хочуть і прагнуть однакового результату, часто розуміючи, що їхня мета нездійсненна, тому вони легко взаємно поступаються своїми позиціями).

Безумовно зазначеними стратегіями ми користуємося в повсякденному житті, навіть не ідентифікуючи їх за назвами. А також щоденно спостерігаємо їх у медіа, де вони застосовуються цілеспрямовано, майже як у грі. Проблема в тому, що цю своєрідну гру аудиторія сприймає як реальну ситуацію, несвідомо вірячи всьому, що транслюють ЗМІ, формуючи неправильні установки та спотворюючи дійсність.

У будь-якому випадку, головною умовою ефективності комунікативної ситуації мають бути взаєморозуміння, толерантне ставлення і повага до культури партнерів (Зарівна, 2017: 149).

Тепер перейдемо до питання маніпуляцій у медіа і чому така важлива медіаграмотність.

Досвід показує, що ЗМІ служать різним політичним цілям, а тому вони здатні по-різному реалізувати свій маніпулятивний потенціал: поперше – інформувати людей, розвивати в них почуття власної гідності, прагнення до волі і соціальної справедливості, збагачувати особистість; по-друге – духовно поневолювати, дезінформувати й залякувати, розпалювати масову ненависть,

сіяти недовіру і страх. Основна проблема сьогодення й полягає у тому, що майданчики ЗМІ все частіше використовуються як спосіб маніпулювання суспільною свідомістю.

Людям необхідна медіаграмотність! Адже обдумування, аналіз, розбір інформації здатні попередити маніпулятивний вплив. Саме медіаграмотній особистості під силу уникнути комунікативних бар'єрів у розумінні, вона озброєна знаннями, як перевіряти інформацію на істинність і як самій створювати достовірний контент. В основі медіаграмотності – модель, яка заохочує людей замислюватися над тим, що вони дивляться, бачать, читають. Завдання медіаграмотності полягає в трансформації медіаспоживання в активний та критичний процес, допомагаючи людям краще усвідомити потенційну маніпуляцію, а також допомогти зрозуміти роль мас-медіа і засобів масової інформації у формуванні громадської думки (Плахта, 2017: 1).

У нашому суспільстві активно й концептуально впроваджується медіаосвіта в навчальний процес різних рівнів. Про це звітують урядові структури, а також критично оцінюють медіааналітичні платформи. Зазначимо, що за Концепцією впровадження медіаосвіти в Україні **медіаінформаційна грамотність** визначається як комплекс умінь, знань, розуміння і відносин, які дають споживачам можливість: ефективно і безпечно користуватися медіа, усвідомлено обирати, розуміти характер контенту і послуг, приймати рішення та користуватися повним спектром можливостей, які пропонують нові комунікаційні технології та медіаінформаційні системи, а також можливість захистити себе і свою сім'ю від шкідливого або вразливого інформаційного матеріалу (Концепція, 2016: 2).

Ресурс detector.media подає 10 ключових компетентностей, як бути медіаграмотним, які вміщуються у п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності (Бути грамотним, 2017: 3):

1. Розуміння: 1) всеохоплюючого впливу ЗМІ; 2) як їх внутрішня логіка (побудова) впливає на подачу повідомлень; 3) як ЗМІ забарвлюють реальність.

2. Користування: 4) використання технічних засобів; 5) навігацій для орієнтації в медіасередовищі. «Бути медіаграмотним означає бути відкритим для використання нових засобів масової інформації, але також і не стати їхнім рабом».

3. Орієнтація в медіасередовищі: 6) знати що/коли/де краще шукати і створювати і яким гаджетом (додатком) при цьому скористатися.

4. Комунікація: 7) пошук надійної інформації, відповідальне створення ефективного контенту

для своєї аудиторії; 8) оптимальне використання соціальних мереж.

5. Стратегія: 9) «Медіаграмотність – це розуміти своє застосування засобів масової інформації настільки, щоб ви могли зробити свідомий вибір для оптимізації власних медіадій»; 10) досягнення цілей за допомогою ЗМІ: розуміти, коли вони необхідні, а коли можна обійтися і без них.

Радимо студентам також користуватися принципами ЮНЕСКО, які цитуємо за публікацією на ресурсі detector.media (ЮНЕСКО, 2017: 2):

1. Інформація, комунікація, бібліотеки, медіа, технології, інтернет мають використовуватися суспільством критично. Вони рівні за статусом, і жодне з цих джерел не варто вважати більш значущим, ніж інші.

2. Кожен громадянин є творцем інформації/знань. Кожен має право на доступ до інформації/знань та право на самовираження. Медійна та інформаційна грамотність має бути для всіх – і для чоловіків, і для жінок – і тісно пов'язана з правами людини.

3. Інформація, знання та повідомлення не завжди є нейтральними, незалежними чи неупередженими. Будь-яка концептуалізація, використання і застосування МІП повинна зробити це твердження прозорим і зрозумілим для всіх громадян.

4. Кожен громадянин хоче отримувати і розуміти нову інформацію, знання і повідомлення та мати можливість на спілкування з іншими, навіть якщо він не висловлює це прагнення. Їх права на це ніколи не мають порушуватися.

5. Медійна та інформаційна грамотність не набувається одномоментно. Це постійний та динамічний досвід і процес. Його можна вважати завершеним, якщо він включає в себе знання, вміння та установки щодо використання, створення та передачі інформації, щодо медіа та технологічного контенту.

Щоб сформуванню медіаграмотності як основний принцип комунікативного стилю, студенти повинні: бути здатними протистояти спокусі, уникати сміття, читати між рядками, ігнорувати рекламу, не дозволяти медіа зламувати свідомість через маніпуляції, бути уважним і вмінти вчасно зупинитися у процесі інформаційного споживання. Такий підхід дозволяє усвідомити свою власну мету і цілі використання медіа, оцінити їх можливості/неможливості, щоб комунікування було ефективним хоча би для них самих.

Спробуємо проаналізувати механізм формування медіаграмотності як компетентності сучасних студентів.

Тож як зробити медіаграмотність доступним принципом для кожного? Відповідь проста, хоч і двовекторна: тим, хто продукує інформацію (журналістам) – варто правдиво, без упереджень і маніпулятивних (комунікативних) технологій створювати інформацію, а тим, хто її сприймає (громадськості) – усвідомлено, поетапно й «гурманно» оцінювати все, що опубліковане. Важливо усвідомлювати, що кожен громадянин має право на правду, об'єктивні факти, що поширена ними інформація для когось є елементом освіти і несе справді соціальну вагу (Зарівна, Марків, 2019: 170).

Набагато складніше сформуванню медіаграмотну компетентність. Тут доведеться боротися із самою природою людини («Медіаграмотність і критичне мислення суперечать природі людини»

Т. Трощинська (Рябоштан, 2021: 1) – навіщо витрачати час, щось перевіряючи, якщо легше засвоюється те, що не потребує зайвих зусиль.

На переконання головної редакторки Громадського радіо Тетяни Трощинської: «Ми пристосовані до того, щоб шукати прості рішення й форми... Доки лєвова частка людей не стане фактчекерами, ми з вами будемо битися як риба об лід. Сенс буде лише тоді, коли ці знання та навички увійдуть у плоть та кров і почнуть поширюватися» (Рябоштан, 2021: 1).

Висновки. Якщо механізм медіаосвіти справді запрацює ще зі школи, то студентська молодь буде підготовленою до різних деструктивних впливів інформації. Але цей процес дуже тривалий, адже все населення потребує медіакомпетентності! Ми всі перебуваємо в різних суспільних відносинах і впливаємо одне на одного, а отже, доки не буде всеохоплюючої культури роботи з інформацією серед людей, доти медіапедагогам/медіаекспертам доведеться постійно формувати медіаграмотність у доступних їм групах.

Вважаємо, що як підсумок варто подати поради Тетяни Трощинської (Рябоштан, 2021: 2), які, на нашу думку, допоможуть сучасній молоді знайти мотивацію сформуванню в собі медіаграмотний стиль комунікування:

1. По-перше – емоції. Оскільки їх не уникнути, то важливо навчитися їх розуміти: розкласти інформацію на «емоції – користь – знання». Передусім ставити питання: «Чим ця інформація може допомогти?» та «Чи допоможе вона ухвалити краще рішення щодо життя?» Особливо критично ставитися до «страшних повідомлень» – їх потрібно вивчати, щоб уникнути загроз, але одночасно усвідомлювати, що «це сталося не з вами» і не орієнтуватися на страх, він є поганим підґрунтям для ухвалення рішень.

2. Постійно звертати увагу на контекст поширення інформації, розрізняти факти, оцінки та ставлення. Якщо самому не під силу, то варто скористатися продуктами фактчекінгу.

3. Головне правило – не взаємодіяти з неправдивою інформацією! Важливо свідомо безсторонніх, нефахових, рекомендацій (наприклад, ютуб чи інших майданчиків) обрати свій інформаційний ресурс, сформувані медійну довіру до нього шляхом власного досвіду перевірки на істинність.

4. Прислухатися до свого організму: не допускати інформаційного надлишку та перевантаження; ставити собі питання «Чому подібне викликає у мене стрес?»; наскільки почуте є зрозумілим. Тобто не залежати від кількості інформаційного споживання і постійного пошуку відповідей.

5. Із наступною порадою складніше: оцінити звичний контент, до якого є потяг (маніпуляції, дофамінові пастки) з позиції «Чому він важливий і що я шукаю?», зрозуміти – якщо це залежність,

то знайти силу замінити пошук відповідей обговоренням із батьками чи кимось іншим, хто має для вас авторитет, але не забороняти і не ігнорувати (Рябоштан, 2021: 3).

б. На наше переконання, надзвичайно важливо звертатися до першоджерела.

Це дасть змогу перевірити факти, відкинути пропаганду, фальшиву інформацію чи її інтерпретацію, особливо в Інтернеті. Не боятися і вміти застосувати публічне викриття пропагандистського нарративу – публічно ставити під сумнів і відкидати пропагандистські заяви (Марків, 2018: 297).

Саме так можна зрозуміти, як працюють медіа, маніпуляції, політики тощо. Отже, вкрай необхідно мотивувати майбутніх фахівців відповідально ставитися до інформації, перевіряти її в кількох джерелах, визначати маніпуляції та пропагандистське навіювання. Це не захистить суспільство від дезінформації, але навчить людей думати критично.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бутимедіаграмотним: десять необхідних компетентностей. *Детектор медіа*. 2017. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/18961/2017-05-24-buty-mediagramotnym-desyat-neobkhdnykh-kompetentnostey/> (дата звернення: 31.01.2022).
2. Зарівна О., Марків О. Медіаграмотність і культура здоров'я як необхідність освітнього простору (на прикладі студій іноземної мови і журналістики). *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Остріг. № 6. 2019. С. 168–172.
3. Зарівна О. Використання інтерактивної методики навчання студентів англійської мови у ВНЗ немовних спеціальностей. *Подолання мовних та комунікативних бар'єрів: освіта, наука, культура: збірник наукових праць / за заг. ред. А. Г. Гудманяна, О. В. Ковтун*. Київ : НАУ, 2017. С. 480.
4. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) *Детектор медіа*. 24 квітня 2016. URL: http://ms.detector.media/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya (дата звернення: 01.02.2022).
5. Марків О. Т. Формування в майбутніх журналістів культури роботи з інформацією в умовах інформаційної війни. Гібридна війна і журналістика. Проблеми інформаційної безпеки : навчальний посібник / за заг. ред. В. О. Жадька. Київ, 2018. С. 290–304.
6. Плахта Д. Чому важливо бути медіаграмотним, або Як виробляти у собі інформаційну «імунну систему» *День*. 2017. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/suspilstvo/chomu-vazhlyvo-buty-mediagramotnym> (дата звернення: 30.01.2022).
7. Рябоштан І. Медіаграмотність суперечить природі людини – як це змінити? Поради та вправи від Тетяни Трощинської. *Детектор медіа*. 12 листопада 2021. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/28487/2021-11-12-mediagramotnist-superechyt-pryrodі-lyudyny-yak-tse-zminyty-porady-ta-vpravy-vid-tetyany-troshchynskoi/> (дата звернення: 31.01.2022).
8. ЮНЕСКО опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності. *Детектор медіа*. 24 лютого 2017. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/18453/2017-02-24-yunesko-opublikovala-pyat-pryntsyviv-mediynoi-ta-informatsiynoi-gramotnosti/> (дата звернення: 30.01.2022).

REFERENCES

1. Buty mediahramotnym: desiat neobkhdnykh kompetentnostei. *Detektor media*. [Being media literate: ten necessary competencies]. 2017. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/18961/2017-05-24-buty-mediagramotnym-desyat-neobkhdnykh-kompetentnostey/>. (data of application: 31.01.2022). [in Ukrainian]
2. Zarivna O., Markiv O. Mediahramotnist i kultura zdorovia yak neobkhdnist osvithnoho prostoru (na prykladi studii inozemnoi movy i zhurnalistyky) [Media literacy and health culture as a necessity of educational space (on the example of foreign language studies and journalism)]. *Scientific notes of the National University "Ostroh Academy"*. Ostrig, № 6 2019. pp. 168–172 [in Ukrainian]
3. Zarivna O. Vykorystannia interaktyvnoi metodyky navchannia studentiv anhliiskoi movy u VNZ nemovnykh spetsialnostei. *Podolannia movnykh ta komunikatyvnykh barrieriv: osvita, nauka, kultura: zbirnyk naukovykh prats*. [The use of interactive methods of teaching English to students in non-language universities. Overcoming language and communication barriers: education, science, culture: a collection of scientific papers] for general. ed. A. Gudmanyan, O. V. Kovtun. K., NAU, 2017. 480 p. [in Ukrainian]

4. Kontsepsiia vprovadzhennia mediaosvity v Ukraini (nova redaktsiia) Detektor media. April 24, 2016. [The concept of media education in Ukraine (new edition)]. URL: http://ms.detektor.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya (data of application: 01.02.2022). [in Ukrainian]

5. Markiv O.T. Formuvannia v maibutnikh zhurnalistiv kultury roboty z informatsiieiu v umovakh informatsiinoi viiny. Hibrydna viina i zhurnalistyka. Problemy informatsiinoi bezpeky: navchalnyi posibnyk za zah.red. V.O. Zhadka. [Formation in future journalists of culture of work with information in the conditions of information war. Hybrid warfare and journalism. Problems of information security: a textbook for ed. V.O.Zhadka]. K., 2018. pp. 290–304 [in Ukrainian]

6. Plakhta D. Chomu vazhlyvo buty mediahramotnym, abo Yak vyrobliaty u sobi informatsiinu «imunnu systemu» [Why it is important to be media literate, or How to develop an information "immune system"]. Day. 2017. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/suspilstvo/chomu-vazhlyvo-but-y-mediagramotnym> (data of application: 30.01.2022). [in Ukrainian]

7. Riaboshtan I. Mediahramotnist superechyt pryrodi liudyny – yak tse zminyty? Porady ta vpravy vid Tetiany Troshchynskoi. Detektor media. [Media literacy is contrary to human nature - how to change it? Tips and exercises from Tatiana Troshchynska]. Media detector. November 12, 2021. URL: <https://ms.detektor.media/trendi/post/28487/2021-11-12-mediagramotnist-superechyt-pryrodi-lyudyny-yak-tse-zminyty-porady-ta-vpravy-vid-tetyany-troshchynskoi/> (data of application: 31.01.2022). [in Ukrainian]

8. YuNESKO opublikovala piat pryntsyypiv mediinoi ta informatsiinoi hramotnosti. [UNESCO has published five principles of media and information literacy]. Media detector. February 24, 2017. URL: <https://ms.detektor.media/mediaosvita/post/18453/2017-02-24-yunesko-opublikovala-pyat-pryntsyypiv-mediynoi-ta-informatsiynoi-gramotnosti/> (data of application: 30.01.2022). [in Ukrainian]