

1.3.4. Інформаційна культура та інфомедійна грамотність учасників освітнього процесу



Анастасія Бречко



Тетяна Китиченко, завідувачка кафедри соціально-гуманітарної освіти КВНЗ «Харківська академія неперервної освіти», кандидатка історичних наук



Оксана Проскура

Під інформаційною культурою суспільства зазвичай розуміють здатність ефективно використовувати інформаційні ресурси та засоби інформаційних комунікацій, а також застосовувати новітні досягнення в галузі розвитку засобів інформатизації та інформаційних технологій.

Інформаційна культура також передбачає:

1. здатність орієнтуватися в інформаційному просторі;
2. здатність отримувати інформацію та оперувати даними відповідно до власних потреб і вимог сучасного високотехнологічного інформаційного суспільства;
3. системний обсяг знань, умінь і навичок набуття, перетворення, передачі та використання інформації в різних галузях людської діяльності для якісного виконання професійних функцій.

Інформаційна культура базується на інформаційній грамотності та є інтегральним поняттям, яке має низку компонентів:

- аудіовізуальну культуру;
- понятійно-термінологічну культуру;
- логічну культуру;
- технологічну культуру;
- семіотичну культуру;
- комунікаційну культуру;
- мережеву культуру.

Основні чинники розвитку інформаційної культури сучасного суспільства:

- *система освіти*, що визначає загальний рівень інтелектуального розвитку людей, їхні матеріальні й духовні потреби;
- *інформаційна інфраструктура суспільства*, що визначає можливості людей отримувати, передавати та використовувати необхідну їм інформацію, а також оперативно здійснювати ті або інші інформаційні комунікації;
- *демократизація суспільства*, яка визначає правові гарантії доступності інформації, розвиток засобів масового інформування населення, а також можливості громадян використовувати альтернативні, зокрема зарубіжні джерела інформації;
- *розвиток економіки країни*, від якого залежать матеріальні можливості здобуття людьми необхідної освіти, а також придбання і використання сучасних засобів телекомунікацій.

Розвиток інформаційної культури можна розглядати в морально-етичній площині, маючи на увазі виховання особистої відповідальності за поширення інформації, а також розвиток культури використання інформації індивідуально. Ця проблема постає особливо гостро в наш час, коли інформація несе потужний емоційний заряд і здатна по-різному впливати на людину.

Завдання сучасної освіти — створити простір для розвитку інформаційної культури особистості, яка сприяє формуванню самостійного мислення, відкритості до нового, уміння відстежувати зміни та реагувати на них, уміння приймати рішення в складних нестандартних ситуаціях, що можливо лише за умов повного інформування людини. За такого підходу в того, хто навчається, повинна складатися свідомо мотивована постійно розширювати професійний і загальнокультурний світогляд, а також уявлення про відкритість системи знань, які набувають у закладах освіти, переконання в тому, що основу міцності та надійності знань дає лише безперервний процес пошуку та споживання інформації, її критичне опрацювання протягом усього життя.

Розвиток інформаційної культури учнів

Низький рівень інформаційної культури сучасних випускників шкіл може створювати певні труднощі в їхній майбутній професійній діяльності. Спосіб усунення цієї проблеми — підготовка фахівців, які вміють не лише ефективно використовувати комп'ютерні технології у професійній діяльності, а й працювати з різними інформаційними структурами та моделями, а також мають навички програмування.

Для формування інформаційної культури на рівні закладу освіти потрібно врахувати декілька чинників (з досвіду Київської гімназії східних мов № 1):

- **культурну різноманітність** і її соціальне значення з огляду на взаємодію з соціальними партнерами, батьківськими асоціаціями тощо;
- **різноманіття кожного класу** (вікове й гендерне; стилі навчання та інтелектуальний рівень розвитку учнів; соціально-економічний статус сімей учнів; здібності та особливості психофізичного розвитку; мовленнєва багатоманітність);
- **готовність кожного вчителя** до роботи в багатоманітному освітньому середовищі;
- **практичний досвід життя й роботи** в різних соціокультурних контекстах.

Опанування способів отримання інформації, опрацювання та використання за допомогою сучасних комп'ютерних засобів — необхідна умова успішного долучення людини до інформаційного суспільства. Саме тому навчання в школі повинне допомогти сформувати вміння організовувати власну інформаційну діяльність і планувати її результати. Сприятим цьому може такий вид проєктної діяльності, як вебквест (Додаток А).

Викривлена інформація має великий вплив, особливо на молодь, і потребує критичного осмислення. Саме тому необхідно, щоб учні розвивали вміння визначати різницю між загальновідомими фактами і судженнями, які вимагають перевірки, надійність джерела інформації, відмінність між головною та другорядною інформацією, знали поняття упередженості судження, розрізняли двозначні аргументи [8].

Інфомедійна грамотність — це вміння сприймати на основі критичного мислення та створювати медіапродукти, враховуючи динамічність подій навколишнього світу та спираючись на аналіз і оцінку медіатекстів відповідно до контексту функціонування медіа, а також до використання кодових і репрезентаційних систем [22].

Протягом 9–17 грудня 2021 року Київський міжнародний інститут соціології (КМІС) провів всеукраїнське опитування громадської думки щодо того, з яких джерел вони зазвичай отримують інформацію (рис. 1) [17].



Рис. 1. Розподіл відповідей на запитання «З яких джерел Ви, зазвичай, отримуєте інформацію? Виберіть до 3 відповідей»

Як бачимо, сьогодні інформація в електронному вигляді є більш доступною, ніж у паперовому. Тому й інформаційне забезпечення освітнього процесу розширюється. Нині вільно можна знайти будь-яке джерело для вивчення тієї чи іншої теми та читати його мовою оригіналу онлайн. Новітні бібліотечні фонди, електронні бази даних, репозитарії стали доступними. Окрім того, майстер-класи, вебінари, семінари, тренінги, відеолекції тощо дають можливість у зручний час і в зручному темпі підвищувати свою професійну компетентність, аналізувати отриману інформацію, оцінювати ефективність методів, методик, прийомів, технік, технологій тощо. Останнім часом педагоги використовують інтернет-ресурси для професійного розвитку, комунікації з колегами, учнями та їхніми батьками. Йдеться не тільки про сайти, чати, блоги та форуми: створюють також спільноти в соцмережах [10].

Інфомедійна грамотність пов'язана з медіаграмотністю. Д. Баакке виокремлює 4 аспекти медійної компетенції:

1. **Критичне мислення.** Бути компетентними в медіагалузі означає вміти критично ставитися до змісту публікацій у ЗМІ. Це повинно відбуватися аналітично (у суспільному контексті), рефлексійно (з урахуванням власних переконань і дій) та етично (соціально відповідально).
2. **Медіанавчання.** Крім критичного аналізу контенту, важливо також бути поінформованими про конкретне ЗМІ та медіасистему загалом. Д. Баакке розрізняє інформаційне (знання про процеси і структури, наприклад, як працюють журналісти) та інструментально-кваліфікаційне (знання про роботу або технічне опрацювання) навчання медіасистемі.
3. **Користування ЗМІ.** Інформацію можна споживати пасивно (для цього потрібні певні навички, як-от навичка взаємодії з телевізором і опрацювання отриманих візуальних даних) або ж інтерактивно (через взаємодію з віртуальним простором, наприклад, клікаючи на гіперпосилання та надаючи зворотний зв'язок під час блогерського стримінгу).
4. **Співтворення медіапродукту.** Важлива активна участь у формуванні засобів масової інформації — це дозволяють сучасні програми, у яких взаємодіємо з медіа, а також суспільний резонанс навколо медіапродуктів [1].

Складові медіаграмотності:

1. **Розуміння** того, як працюють медіа, і **усвідомлення**, що вони формують суспільну думку.
2. Вміння **оцінювати** повідомлення, використовуючи як цифрові навички та інструменти для перевірки фактів, так і власне критичне мислення.
3. **Відповідальне створення та поширення контенту** [9].

Вплив медіа на формування особистості

Медіа є одним з основних чинників соціалізації людини, адже є первинним джерелом інформації. Особливо це стосується інформації щодо політичних і громадських питань, висвітленої в медіа. Спосіб подачі, частота публікації, лексика — все це впливає на формування думки читача щодо того чи іншого явища. Те, як медіа відбирають, обробляють і формують контент для власних цілей, може мати сильний вплив на те, як його сприймають та інтерпретують, а отже й формувати світогляд людей.

Існує декілька теорій впливу медіа на користувачів. Деякі з них:

1. **Теорія фреймінгу:** медіа можуть маніпулювати аудиторією, подаючи інформацію з певного кута зору, висвітлюючи лише певні факти та думки. За допомогою фреймінгу медіа створюють специфічний контекст або рамки, які впливають на сприйняття та розуміння інформації: акцентують увагу на певних аспектах, приховують інші, використовують емоційно заряджені слова або визначені категорії, що впливають на сприйняття та оцінку подій чи проблем.
2. **Теорія порядку денного:** медіа формують думку громадськості самим лише вибором конкретних тем, які вони висвітлюють. Частотність теми додає їй важливості та здатна змусити повірити в неправдиві факти.
3. **Теорія розриву знань:** люди з вищим соціальним статусом та більш освічені люди швидше засвоюють інформацію, яку поширюють у ЗМІ, ніж люди з нижчим соціальним статусом. Це призводить до збільшення розриву в знаннях між цими групами, оскільки більш освічені групи мають більше можливостей і доступу до інформації.
4. **Теорія культивування:** тривала взаємодія з масовими медіа, особливо телебаченням, впливає на сприйняття глядачами реального світу. Люди, які витрачають багато часу на перегляд телепрограм, формують свої уявлення про реальність як таку, що відображена в цих програмах.
5. **Спіраль мовчання:** люди, які вважають, що їхня думка в меншості, рідко висловлюються через страх соціальної ізоляції. Це своєю чергою змушує інших, які дотримуються такої ж думки, уникати висловлювання [3].

На сучасному етапі дуже важливо випрацювати власну інформаційну гігієну. Розпочнемо з понять.

«**Фактчекінг**» з англійської мови перекладається як «перевірка фактів». Раніше фактчекерами називали тих, що перевіряли газету від крапки до крапки, щоб не допустити помилок у цифрах, прізвищах, власних назвах та інших фактах. Сьогодні цим словом позначають окрему категорію журналістики, що займається аналізом і перевіркою заяв політиків, лідерів думок, повідомлень в інших медіа та соцмережах. Відповідно, тих, хто займається такою діяльністю, називають **фактчекерами** [22]. Стати фактчекерами — це передусім можливість формувати власну інформаційну безпеку.

Фактчекінг використовують для виявлення та спростування **фейків** і **маніпуляцій**. **Фейк** — це підробка, яка імітує справжню новину (дійсність).

Набагато частіше в новинах і соцмережах трапляються маніпуляції. **Маніпуляція** — це напівправда, коли на реальні факти нанизують брехню чи замовчують деякі факти, щоб висвітлити ситуацію в потрібному собі світлі [20].

У медіатексті варто звертати увагу на такі компоненти:

- **заголовки** (Чи можна зрозуміти зміст повідомлення і зробити висновки лише за заголовком? Чи варто поширювати матеріал в соцмережах, орієнтуючись лише на заголовок і лід (підзаголовок, перший абзац)? Чи відповідає інформація в тексті заголовку? Чи містить заголовок категоричні твердження, які неможливо перевірити?);
- **емоції** (Чи апелюють заголовок, фото і судження в тексті до ваших емоцій? Чи намагаються їх використати, щоб спонукати вас до дії чи зміни ставлення?);
- **джерела** (Чи зазначені джерела інформації? Чи є можливість її перевірити? Чи співпадають дата події та дата публікації? Чи не базується текст на чутках, узагальненнях, упередженнях і стереотипах?);
- **факти, логіка** (Чи містить текст оціночні судження і чи не підмінюють вони собою факти? Чи є зв'язок між фактами та описаними подіями логічним і послідовним? Чи не вирвана подія з контексту?);
- **експерти** (Чи є думки експертів справді фаховими? Коментарі експертів містять аналіз / прогноз чи емоційну оцінку / категоричне судження?);
- **очевидці** (Чи впевнені ви, що названі очевидці були на місці події? Очевидці в тексті повідомляють факти чи діляться емоціями й оцінками?) [24].

План фактчекінгу:

1. **Перевірте джерело інформації.** Почніть із перевірки джерела новин. Переконайтеся, що ви отримуєте інформацію від надійного та авторитетного джерела. Питайте себе: «Хто написав цю новину?», «Чи вони є професійними журналістами чи надійними джерелами інформації?». Новини варто перевіряти також за офіційними державними каналами комунікації.

Офіційними державними джерелами інформації в Україні є:

- Президент України;
 - Офіс Президента України;
 - Генеральний штаб ЗСУ;
 - Кабінет Міністрів України;
 - Міністерство оборони України;
 - МВС України;
 - Національна поліція України;
 - Служба безпеки України;
 - ДСНС України;
 - Державна прикордонна служба України;
 - Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки;
 - Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України;
 - ВМС ЗС України;
 - Територіальна оборона ЗС України.
2. **Перевірте достовірність фактів.** Перевірте факти, представлені в новинах. Переконайтеся, що їх підтверджують інші незалежні джерела. Використовуйте пошук в інтернеті або спеціалізовані фактчекінгові ресурси. Скористайтесь розділом «Новини» в «Google», аби знайти, чи є вже подібні новини на інших ресурсах.
 3. **Аналізуйте контекст.** Подивіться на контекст, у якому представлена новина. Прочитайте весь матеріал, а не лише заголовок або один абзац. Приділіть увагу деталям, які можуть вказувати на певні приховані мотиви або перекозчення фактів.
 4. **Перевірте дату та час.** Впевніться, що новина актуальна. Перевірте, чи дата публікації відповідає поточному часу.

5. **Приділіть увагу стильовим особливостям.** Зверніть увагу на стиль письма та тон оповіді. Будьте обережні з новинами, які містять емоційно забарвлену думку або висловлювання без достатньої підтримки фактами.
6. **Перевірте власні упередження.** Будьте свідомі своїх упереджень і стереотипів. Іноді упередження можуть впливати на сприйняття новин і нашу здатність відрізнити правду від маніпуляції. Постарайтеся залишатися об'єктивними та критично аналізувати інформацію.
7. **Перевірте інші джерела.** Переконайтеся, що ви перевірили інші джерела новин для отримання різних точок зору. Порівнюйте інформацію з різних джерел, щоб отримати повне розуміння ситуації.
8. **Зверніть увагу на експертні думки.** Перевірте, чи містить новина думки експертів або джерела з авторитетом у відповідній галузі. Врахуйте їхні думки та досвід, щоб отримати максимально об'єктивну картину.
9. **Зверніть увагу на підкріплення фактами.** Перевірте, чи є в новині підтвердження фактів, цитати або посилання на відповідні джерела. Будьте обережні з новинами, які не мають підтверджень або використовують ненадійні джерела.

Інструменти для перевірки достовірності фото

1. **«Google Lens», або «Google Об'єктив».** Інструмент «Google Об'єктив» дозволяє визначити, що саме зображено на фото, місце, де його зробили, а також знайти новини, у яких теж з'являлося схоже зображення.
2. **«Bing»** — пошуковик від «Microsoft», що допомагає шукати схожі фото за деталями на зображенні, визначає текст на фотографії та шукає за ним тощо.
3. Додаток **«Search by Image» для «Google Chrome»** може запускати пошук водночас у десятках ресурсів. Серед них — «TinEye», що сортує знайдені зображення за часом і допомагає показати, коли певне фото з'явилося в інтернеті вперше [19].

Правила, за якими можна перевіряти відеоролики, які поширюють у мережі:

1. Проаналізуйте, де зробили відео, хто саме його почав поширювати, що в ньому показують, чи відповідає це інформації, яка супроводжує відео.
2. Перевірте відео за допомогою спеціальних інструментів. Наприклад, *«inVid»* допомагає розбити відео на кадри та покадрово шукати його в системах пошуку — таких, як «Google».
3. Пошукайте додаткову інформацію про подію на відео в медіа. Чи знімали це інші люди, чи робили зйомку там само? Чи збігаються ці відеоролики? Чи про те саме йдеться в інших журналістів?
4. Перегляньте відео в сповільненому режимі за допомогою інструмента *«VLC»*, щоб розглянути всі деталі.
5. Перевірте геолокацію за допомогою таких інструментів, як *«Google Earth»*, *«Google Maps»*.
6. Перевірте час, погоду [20].

Правила перевірки телеграм-каналів і вайбер-чатів

1. Якщо канал або чат не має конкретного власника та контактних даних і не зазначає, звідки бере інформацію, це перший показник, що таке джерело інформації — сумнівне. Тут можуть поширити цікаву новину, що підтвердиться, але так само можуть запропонувати фейк, якусь хибну думку, що змінить ваше ставлення до реальних подій.
2. Звертайте увагу на назву. Якщо канал представляє офіційний орган або публічну особу, то десь у мережі, на офіційній сторінці такого відомства або на сайті цієї людини має бути реклама телеграм-каналу, посилання на нього. Часто назви каналів можуть нагадувати назви відомих медіа чи відсилати до офіційного представництва міської влади. Тоді перевірте через «Google» чи іншу систему пошуку, чи

повідомляла міська влада про цей телеграм-канал. Іноді фейковий канал і офіційний можуть відрізнятися одним символом у назві.

3. Перевіряйте історію телеграм-каналу через інструмент **«TGStat»**. Якщо канал дуже часто змінює назви, посилання, це сигнал, щоб подумати, чи варто йому довіряти.
4. Оцініть зміст каналу: які повідомлення там поширюють, чи є заклики-клікбейти перейти на інші канали, клікнути на лінки, чи зазначають джерела інформації в повідомленнях, чи можна звернутися зі зворотним зв'язком до авторів повідомлень.
5. Звертайте увагу й на меми, тобто жартівливі картинки з підписами: їх часто поширюють у таких чатах чи каналах. Вони теж можуть бути елементом пропаганди та дезінформації.
6. Дивіться на дату створення чату чи каналу, а також на кількість підписників. Іноді канал створюють спеціально для поширення дезінформації чи анонімного вкиду [21].

У соціальних мережах варто зауважувати і перевіряти таке:

1. **Джерела:** чи можна знайти першоджерело інформації, яку активно поширюють у мережі? Ви поширюєте інформацію з першоджерела чи чийсь інтерпретацію? Вони відрізняються? Якщо ви довіряєте джерелу інформації, чи прочитали ви публікацію повністю, чи не переважають там оцінки та судження над фактами й аналізом? Де ще можна перевірити цю інформацію?
2. **Хто розповсюджує інформацію:** який акаунт поширив ту чи іншу інформацію? Коли його створили, чи справжнє це ім'я? Чи є реальні фото та історія в цієї особи, скільки в неї підписників? Що публікувала ця особа раніше? Чи можна скласти уявлення про її зацікавлення та фаховість у цьому питанні? Як швидко поширюють цю інформацію? Чи є ознаки ботів у тих, хто її поширює чи коментує?

3. **Безпека:** чи не забагато особистої інформації ви поширюєте у своєму профілі? Чи можна цю інформацію використати проти вас? За яким принципом ви додаєте друзів у соцмережах? Чи всіх із них ви знаєте? Чи надійні у вас паролі? Чи стежите за власною інформбезпекою?
4. **Відповідальність:** як гадаєте, чи є ви лідером думок для інших? Як багато людей читають ваші дописи? Чи можуть люди, які вам довіряють, робити репости ваших публікацій без попередньої перевірки інформації? Чи завжди ви перевіряєте інформацію, перш ніж її поширити? Чи контролюєте ви свою поведінку на особистій сторінці та яким чином? Чи відчуваєте власну відповідальність перед підписниками?
5. **Емоції:** для чого хтось тисне на ваші емоції та спонукає до швидких дій («максимальний репост», «допоможіть грошима», «виходьте всі», «досить терпіти це»)? Що саме вас обурює в чужих коментарях? Чи це не тролінг і чи варто «годувати» тролів своїми емоціями? Можливо, варто взяти паузу, заспокоїтися та проаналізувати інформацію, перш ніж реагувати репостами чи коментарями? [24]

Як виявити бота чи троля в соцмережах

Тролі — це користувачі, які публікують суперечливі коментарі, аби спровокувати емоційну реакцію, щоб інші почали сперечатися в коментарях.

Яким же чином визначити, кого ви зустріли в соцмережах: троля чи ні? Треба проаналізувати акаунт людини: коли його створили, чи справжня фотографія у профілі. Ось як поводить ся троль:

- активно поширює пости, відео, меми, новини з гучними заголовками, що провокують реакцію;
- пише одне й те саме багато разів, щоб таки викликати чиюсь відповідь;
- ігнорує факти, коли йому починають на них указувати;
- використовує принизливий та агресивний тон у розмові.

Тролів у соцмережах треба ігнорувати, блокувати або скажитися на них у службу безпеки мережі.

Боти, на відміну від тролів,— це найчастіше не жива людина, яка сидить на заробітній платі, а певна програма, що діє автоматично, відповідно до алгоритму. За допомогою ботів, які грають роль справжніх людей у соцмережах, інші акаунти збільшують кількість підписників, створюють видимість популярності сторінки. Також ботів використовують для масового поширення потрібної інформації.

Як розпізнати бота?

- зазвичай ботів запускають під якісь події, для конкретного завдання, тому звертайте увагу на дату створення акаунту. Також дивіться на інформацію в профілі. Наприклад, у твіттері назва ботів може складатися з довільного набору букв і цифр. Фотографія може бути крадена, або аватаркою слугуватиме якась випадкова картинка;
- перевіряйте активність цього бота: чи пише він в один і той самий час, як багато публікацій постить. У ботів іноді невласлива людині частота публікацій, наприклад 100 постів на годину;
- аналізуйте, які посилання поширює ця сторінка: з якої країни, чи достовірні ці ресурси, чи супроводжують поширення коментарі. Якщо коментар є, можна скопіювати та пошукати його в мережі. Боти іноді поширюють одне й те саме повідомлення [23].

Інформаційно-психологічні операції

Інформаційно-психологічні операції (ІПСО) — скоординована діяльність в інформаційному полі з метою вплинути на настрої в суспільстві [15].

Як не піддатися ІПСО:

1. Подбайте про інформаційну гігієну. Важливо відписатися від усіх анонімних телеграм-каналів, проаналізувати, кого й чому ви бачите зазвичай у стрічці новин, які медіа читаєте, кому з експертів довіряєте і з яких причин.
2. Якщо вам хочеться після прочитання новини кудись іти, щось робити чи максимально швидко переслати повідомлення, яке ви отримали, скажіть собі «стоп». Найімовірніше, на вас намагаються впливати.

3. Спробуйте передати суть новини одним простим реченням, яке відповідає на запитання «Що трапилося?». А тоді дайте відповідь, звідки ви отримали цю інформацію і яку мету ставило перед собою джерело поширення. Чи ця інформація корисна, чи не підіграє ви ворогу?
4. Робіть цифровий детокс. Не читайте постійно новини, особливо перед сном.
5. Спробуйте визначити кілька медіа, де працюють журналісти, які цінують репутацію й відповідають за написане та сказане, а якщо трапляються помилки, то визнають їх. Визначте час, коли ви читаете новини й аналітику.
6. Коли читаєте коментарі або вступаєте з кимось у дебати, впевніться, що це справжня людина, а не бот.
7. Докопуйтеся до суті в темі, з приводу якої поширюється інформація, але ви не знаєте, що це. Не спрощуйте — спробуйте зрозуміти, що і як працює [15].

Користувачі мають уникати когнітивних упереджень, сформованих медіа, піддавати сумніву інформацію звідти, перевіряти її в кількох джерелах і розширювати світогляд, не обмежуючи його думками з медіа. Користування інтернетом і споживання інформації з медіа може обмежувати світогляд, оскільки алгоритми соцмереж і новинних ресурсів здатні підлаштовуватися під наші погляди та вподобання, а отже формувати хибне уявлення про світ, радикалізувати нашу позицію тощо. Таке явище називають «бульбашка фільтрів», або **«інформаційна бульбашка»**. Термін запропонував інтернет-активіст Е. Парайзер і написав книжку про цей феномен «The filter bubble. What the Internet is Hiding from You» («Інформаційна бульбашка: що приховує від вас Інтернет») [5].

Бульбашка фільтрів (інформаційна бульбашка) — інтелектуальна ізоляція, спричинена результатами персоналізованого пошуку, у якому алгоритми вебсайтів та інших медіа вибірково припускають, яку інформацію користувач хотів би бачити, базуючись на інформації про користувача (як-от розташування, поведінка «після кліка» та історія пошуку) [2].

Інформаційна бульбашка може впливати на сприйняття світу, формування думок і розуміння соціальних проблем. Люди мають обмежений доступ до різноманітної інформації та різних точок зору — це може

зміцнювати їхні власні упередження та сприйняття світу навколо. Важливо бути свідомим щодо формування інформаційної бульбашки й активно розширювати свої інформаційні джерела, шукати різні точки зору та робити критичний аналіз інформації. Медіаграмотність, вміння аналізувати й оцінювати інформацію допомагають зрозуміти вплив інформаційних бульбашок і розширити свої знання та розуміння світу.

Три пастки, через які ми потрапляємо у так звані інформаційні бульбашки:

1. *Надлишок оптимізму й надмірна віра в позитивне майбутнє* — пастка, що не піддається контролю.
2. *Пастка групового мислення*. Групове мислення нормалізує відхилення і насправді є еволюційною нормою, бо ми соціальні істоти. Думати, як всі, — нормально. Навіть коли наша думка не збігається з думкою більшості, дотримуватися позиції всіх не обов'язково означає моральну слабкість — це може бути раціональним вибором. Не суперечити поглядам групи — безпечний вибір.
3. *Пастка сторителінгу або наслідування* [18].

Важливо, щоб діти, які зростають у світі, сповненому інформації, змалечку вчилися її критично сприймати та аналізувати. Учням потрібно надавати важливі знання з інфомедійної грамотності, фактчекінгу, критичного мислення (Додаток Б). Також важливо зробити інфомедійну грамотність наскрізною навичкою навчальних дисциплін. Це можуть бути проекти, дослідження, дискусії, рольові ігри або створення власних медійних продуктів.

Кібербезпека — застосування технологій і методів захисту комп'ютерних систем, мереж, програм і даних в кіберпросторі від несанкціонованого доступу, зміни, знищення та інших кіберзагроз.

Одним із вимірів, у якому відбувається гібридна агресія рф проти України, є кіберпростір, зокрема кібератаки через соціальні мережі, сайти, месенджери, ігри тощо.

Кібербезпеку регламентують такі законодавчі та нормативно-правові документи:

- ✚ Закон України «Про Національну безпеку України» [11];
- ✚ Закон України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України» [12];

- ✚ Указ Президента України «Про Стратегію кібербезпеки» [14];
- ✚ Указ Президента «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 13 вересня 2017 року „Про Концепцію забезпечення контррозвідального режиму в Україні“» [13].

У «Стратегії кібербезпеки України», яку ввів у дію Президент України своїм указом від 26 серпня 2021 року № 447/2021, зазначено: забезпечення кібербезпеки є одним із пріоритетів у системі національної безпеки України. План реалізації стратегії передбачає низку заходів для посилення спроможностей національної системи кібербезпеки та протидії кіберзагрозам у сучасному безпековому середовищі, зокрема проведення щорічних місяців кібербезпеки.

Інтернет — це величезні можливості для дітей і молоді: навчання, саморозвиток, спілкування, дозвілля. Однак тут є і ризики. Для вирішення питань кібербезпеки громадська організація «#stop_sexтинг» [6] пропонує комплекс «трьох елементів» — роботу з учителями, батьками та дітьми.

Робота з учителями

Щоб розуміти, з якими онлайн-ризиками і їх наслідками стикаються діти, які існують, етапи реагування, шляхи запобігання, вчителям потрібно підвищувати кваліфікацію. Наприклад, проходити відповідні курси, зокрема «Безпечне онлайн-середовище у закладі освіти» [7], стежити за дослідженнями, зокрема річними звітами Internet Watch Foundation [4], брати участь у професійних заходах і організовувати їх. Вчителям також важливо дотримуватися певних правил і рекомендацій, щоб бути прикладом для дітей і колег, зокрема мати добру репутацію та комунікацію онлайн.

Співпраця з батьками — найефективніший спосіб захисту дітей у цифровому середовищі.

Поради вчителям щодо співпраці з батьками учнів:

- організовуйте регулярні освітні заходи для батьків про онлайн-безпеку дітей;
- залучайте колег та інших фахівців до освітніх заходів;
- запрошуйте батьків до позакласних заходів;
- поширюйте у спільних чатах корисні тематичні матеріали та новини;
- дізнавайтеся, куди звертатися в разі насильства над дитиною в інтернеті та як реагувати на такі випадки.

Робота з дітьми

Профілактична робота щодо безпеки дітей в інтернеті — інформування, запобігання негативному впливу онлайн-ризиків і їх мінімізація.

Учителям важливо концентруватися на запобіганні онлайн-ризиків у роботі з учнями. Наприклад, планувати і впроваджувати соціально-емоційне навчання як складову уроків, аби розвивати в дітей розуміння емоцій і керування ними (зокрема агресією), навички комунікації та вирішення конфліктів.

Якщо ж удосконалювати цифрові навички та компетентності учнів, інтернет стане не лише загрозою, але й потужним інструментом розвитку. Цифрові навички потрібні насамперед учителям для того, щоб знати ризики онлайн-світу, можливості мережі та розуміти контекст, у якому перебувають учні.

Для запобігання сексуальному насильству, експлуатації в інтернеті, протидії іншим ризикам учителі мають проводити профілактичні заняття з учнями. Дослідження про ефективність освітньої кампанії «#stop_sexтинг» показало, що тематичні уроки мають бути регулярними (1–2 рази на рік), адже діти схильні переоцінювати власну компетентність щодо онлайн-поведінки. Також необхідно забезпечувати супровід дітей після уроку, наприклад, проводити додаткові практикуми (навчати учнів налаштувати безпеку та приватність на власних гаджетах та у профілях соціальних мереж на уроці інформатики).

Кейс

Безпечне та позитивне використання цифрових технологій, ризики в інтернет-просторі (кібербулінг, секстинг, грумінг), загрози під час війни — цим питанням двічі на рік присвячують уроки інтернет-безпеки в Київській гімназії східних мов № 1. Учні створюють постери і лепбуки, розробляють власні поради щодо безпеки в інтернеті (українською та англійською), проходять квести, переглядають і обговорюють тематичні відеоролики. До проведення онлайн-уроків у День безпечного інтернету долучаються також і батьки гімназистів.

На сайті Київської гімназії східних мов № 1 є сторінка «Безпека в інтернеті. Кібербезпека», де розміщують корисні посилання, рекомендації, пам'ятки, відео та інші матеріали з питань безпеки в інтернеті для всіх учасників освітнього процесу. Також заклад співпрацює з громадськими організаціями, бере участь у спільних проєктах. Так, учні гімназії взяли

участь в онлайн-уроці з кібербезпеки від ГО «Інтерньюз-Україна», що відбувся 24 травня 2023 року в рамках інформаційної кампанії з підвищення рівня обізнаності про кіберзагрози та базові правила кібергігієни. Цю кампанію реалізує CRDF Global в Україні за підтримки Державного департаменту США. Учні дізналися, як захиститися від хакерських атак, захистити свої персональні дані, паролі до профілів, сторінки в фейсбуці чи інстаграмі. Спікером на відкритому онлайн-уроці з кібербезпеки став експерт із кібертехнологій П. Белоусов, модерували урок акторки «Жіночого кварталу», учасниці гумористичного об'єднання «Тріо Різні» А. Гордієнко, О. Машлятіна та А. Оруджова. Урок тривав 30 хвилин, спікер проговорив необхідність надійного захисту акаунтів у соціальних мережах та онлайн-іграх, діти дізналися про вимагання паролів із використанням методів соціальної інженерії, небезпеку відкритого Wi-Fi у громадських місцях. У фіналі уроку модераторка провела короткий тест в ігровій формі для перевірки засвоєння висвітленого матеріалу.