

Міністерство освіти і науки України
Житомирський державний університет імені Івана Франка

Н.Є. Колесник, В.В. Танська

ІНТЕГРАЦІЯ ІНФОМЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ В МИСТЕЦТВІ

Навчальний посібник

Житомир – 2026

УДК 37.091.33:7:004.9

ББК 74.580.2 + 85.01

К 60

Рекомендовано до друку Вченою радою Житомирського державного університету імені Івана Франка від 27.02.2026 року (протокол № 5)

Рецензенти

Галина БУЧКІВСЬКА – доктор педагогічних наук, професор, заслужений діяч мистецтв України, декан гуманітарного факультету Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії.

Ганна ЧЕМЕРИС – завідувач кафедри дизайну Запорізького національного університету, доктор філософії у галузі педагогіки, доцент, член Спілки дизайнерів України, Асоційована дослідниця CEFRES.

Оксана ПІДДУБНА – кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри образотворчого мистецтва та дизайну Житомирського державного університету імені Івана Франка.

К 60

Колесник Н.Є., Танська В.В. Інтеграція інфомедійної грамотності в мистецтві : навч. посіб. / Н.Є. Колесник, В.В. Танська. – Житомир : Вид-во ЖДУ імені Івана Франка, 2026. – 170 с.

ISBN 978-966-485-318-4

УДК 37.091.33:7:004.9

ББК 74.580.2 + 85.01

© Н. Колесник, 2026

© В.Танська, 2026

© Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2026

ЗМІСТ

Вступ	5
Розділ 1. Основи інфомедійної грамотності та їх інтеграція в мистецтві	8
1.1. Тема 1. Медійний простір України: історія розвитку та вплив на мистецтво	8
Питання, тести для самоконтролю	11
Обов'язкові та додаткові задачі, приклади	13
1.2. Тема 2. Інфомедійна та цифрова грамотність у контексті мистецької освіти	17
Питання, тести для самоконтролю	26
Обов'язкові та додаткові задачі, приклади	28
1.3. Тема 3. Візуальні медіа в мистецтві: як розпізнавати, аналізувати та створювати змістовні художні зображення	32
Питання, тести для самоконтролю	45
Обов'язкові та додаткові задачі, приклади	48
1.4. Тема 4. Інтеграція аудіальних медіа в мистецьку діяльність: розвиток критичного слухання та творчого самовираження засобами звуку	51
Питання, тести для самоконтролю	59
Обов'язкові та додаткові задачі, приклади	61
1.5. Тема 5. Використання аудіовізуальних медіа для формування критичного мислення та естетичного сприйняття в мистецтві	65
Питання, тести для самоконтролю	71
Обов'язкові та додаткові задачі, приклади	73
Контрольні запитання і завдання до розділу 1	77
Розділ 2. Інтегрування принципів інфомедійної грамотності в мистецтві	80
2.1. Тема 6. Сучасний інформаційний простір. Захист прав людини в сучасному медіапросторі	80

Питання, тести для самоконтролю	82
Обов'язкові та додаткові задачі, приклади	84
2.2. Тема 7. Критичне мислення як основа інфомедійної грамотності: значення для мистецької освіти	87
Питання, тести для самоконтролю	98
Обов'язкові та додаткові задачі, приклади	100
2.3. Тема 8. Стійкість до маніпуляцій: основи фактчекінгу в роботі з медіа	103
Питання, тести для самоконтролю	112
Обов'язкові та додаткові задачі, приклади	114
2.4. Тема 9. Цифрова безпека та візуальна грамотність у роботі з мистецьким контентом	115
Питання, тести для самоконтролю	120
Обов'язкові та додаткові задачі, приклади	122
2.5. Тема 10. Методика проведення тренінгів з інфомедійної грамотності в мистецькому контексті	124
Питання, тести для самоконтролю	130
Обов'язкові та додаткові задачі, приклади	133
2.6. Тема 11. Практична інтеграція інфомедійної грамотності у мистецтво	137
Питання, тести для самоконтролю	147
Обов'язкові та додаткові задачі, приклади	149
Контрольні запитання і завдання до розділу 2	153
Список літератури	156
Довідково-інформаційні дані для розв'язання задач	162
Предметний покажчик	167

ВСТУП

Професійна діяльність графічного дизайнера в умовах сучасного інформаційного суспільства виходить далеко за межі формотворення та естетичного вирішення візуальних об'єктів. Графічний дизайн функціонує як складова системи візуальних комунікацій, що активно впливає на формування суспільної думки, культурних смислів і ціннісних орієнтирів. У зв'язку з цим зростає потреба в інтеграції інфомедійної грамотності в освітній процес підготовки майбутніх дизайнерів.

Інфомедійна грамотність у контексті освітньо-професійної програми «Графічний дизайн» передбачає сформованість у здобувачів освіти навичок критичного сприйняття інформації, аналізу медіаповідомлень, візуальних образів і знакових систем, а також усвідомленого й відповідального створення власного візуального контенту. Дизайнер, як автор і транслятор візуальних повідомлень, повинен розуміти механізми маніпуляції, пропаганди, стереотипізації та інформаційного впливу, що реалізуються через графічні засоби.

Навчальний посібник спрямований на формування професійних і загальних компетентностей майбутніх графічних дизайнерів шляхом поєднання теоретичних засад інфомедійної грамотності з практикою візуального проектування. У виданні розглядаються питання взаємодії графічного дизайну й медіа, особливості функціонування візуальних комунікацій у цифровому середовищі, методи аналізу медіатекстів, візуальної пропаганди та дезінформації, а також принципи етичної й соціально відповідальної дизайнерської діяльності.

З огляду на зазначену актуальність інтеграції інфомедійної грамотності в підготовку майбутніх фахівців з графічного дизайну, виникає потреба в цілеспрямованому формуванні у здобувачів освіти системи знань, умінь і навичок, що забезпечують усвідомлене, критичне та відповідальне використання візуальних засобів у медіакомунікаціях. Це зумовлює визначення мети освітньої компоненти, спрямованої на поєднання теоретичних засад інфомедійної грамотності з практикою графічного проектування та візуальної комунікації.

Мета вивчення освітньої компоненти: полягає в розвитку критичного мислення сучасної молоді та формування вмінь орієнтуватися в сучасній інформаційній екосистемі та протистояти шкідливим впливам через інтеграцію інфомедійної грамотності в мистецтві.

Основними завданнями вивчення освітньої компоненти є:

- ✓ ознайомити здобувачів з теоретичними та практичними основами інтеграції інфомедійної грамотності в мистецтві;
- ✓ оволодіти вміннями користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відрізнити реальність від віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами;

- ✓ забезпечити підготовки здобувачів освіти в питаннях інтеграції інфомедійної грамотності в мистецтві.

Компетентності та програмні результати навчання:

Змістовно освітня компонента спрямована на формування здобувачами вищої освіти здатності розв'язувати складні спеціалізовані задачі у галузі культури та мистецтва з графічного дизайну:

Компетентності

ЗК 01. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 02. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово.

ЗК 04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 06. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК 11. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

СК 05. Здатність застосовувати знання історії українського і зарубіжного мистецтва та дизайну в художньо-проектній діяльності.

СК 07. Здатність використовувати сучасне програмне забезпечення для створення об'єктів дизайну.

СК 11. Здатність досягати успіху в професійній кар'єрі, розробляти та представляти візуальні презентації, портфоліо власних творів, володіти підприємницькими навичками для провадження дизайн-діяльності.

Програмні результати

ПР 01. Застосовувати набуті знання і розуміння предметної області та сфери професійної діяльності у практичних ситуаціях.

ПР 02. Вільно спілкуватися державною та іноземною мовами усно і письмово з професійних питань, формувати різні типи документів професійного спрямування згідно з вимогами культури усного і писемного мовлення.

ПР 03. Збирати та аналізувати інформацію для обґрунтування дизайнерського проекту, застосовувати теорію і методику дизайну, фахову термінологію (за професійним спрямуванням), основи наукових досліджень.

ПР 04. Визначати мету, завдання та етапи проектування.

ПР 05. Розуміти і сумлінно виконувати свою частину роботи в команді; визначати пріоритети професійної діяльності.

ПР 06. Усвідомлювати відповідальність за якість виконуваних робіт, забезпечувати виконання завдання на високому професійному рівні.

ПР 08. Оцінювати об'єкт проектування, технологічні процеси в контексті проектного завдання, формувати художньо-проектну концепцію.

ПР 09. Створювати об'єкти дизайну засобами проектно-графічного моделювання.

ПР 13. Знати надбання національної та всесвітньої культурно-мистецької спадщини, розвивати екокультуру засобами дизайну.

ПР 14. Використовувати у професійній діяльності прояви української ментальності, історичної пам'яті, національної самоідентифікації та творчого самовираження; застосовувати історичний творчий досвід, а також успішні українські та зарубіжні художні практики.

ПР 15. Розуміти українські етнокультурні традиції у стильових вирішеннях об'єктів дизайну, враховувати регіональні особливості етнодизайну у мистецьких практиках.

ПР 17. Застосовувати сучасне загальне та спеціалізоване програмне забезпечення у професійній діяльності (за спеціалізаціями).

ПР 19. Розробляти та представляти результати роботи у професійному середовищі, розуміти етапи досягнення успіху в професійній кар'єрі, враховувати сучасні тенденції ринку праці, проводити дослідження ринку, обирати відповідну бізнес-модель і розробляти бізнес-план професійної діяльності у сфері дизайну.

Структура посібника поєднує теоретичні та практико-орієнтовані матеріали, спрямовані на формування інфомедійної грамотності в контексті мистецької та дизайнерської освіти. Видання складається з двох змістових розділів, які послідовно розкривають засади функціонування медіапростору, принципи критичного аналізу інформації та механізми інтеграції інфомедійної грамотності у мистецьку діяльність.

У першому розділі «Основи інфомедійної грамотності та їх інтеграція в мистецтві» розглядається розвиток медійного простору України та його вплив на мистецькі процеси; висвітлюються поняття інфомедійної й цифрової грамотності в системі мистецької освіти; аналізуються особливості функціонування візуальних, аудіальних та аудіовізуальних медіа в мистецтві, а також методи їхнього критичного осмислення й творчого використання.

Другий розділ «Інтегрування принципів інфомедійної грамотності в мистецтві» присвячений практичним аспектам застосування інфомедійних підходів у професійній та освітній діяльності. У ньому розкриваються питання сучасного інформаційного простору та захисту прав людини в медіасередовищі, значення критичного мислення для мистецької освіти, основи фактчекінгу, цифрової безпеки та візуальної грамотності, а також методика проведення тренінгів і практична інтеграція інфомедійної грамотності у мистецьку практику.

Навчальний посібник доповнено питаннями та тестами для самоконтролю, обов'язковими й додатковими завданнями, прикладами для аналізу, списком літератури, довідково-інформаційними матеріалами для розв'язання практичних задач і предметним покажчиком, що сприяє систематизації знань та ефективному засвоєнню навчального матеріалу. Навчальний посібник адресовано здобувачам вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Графічний дизайн», викладачам мистецьких дисциплін, а також практикуючим дизайнерам, зацікавленим у підвищенні рівня інфомедійної культури та професійної відповідальності у сфері візуальних комунікацій.

РОЗДІЛ I. ОСНОВИ ІНФОМЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ ТА ЇХ ІНТЕГРАЦІЯ В МИСТЕЦТВІ

1.1. Медійний простір України: історія розвитку та вплив на мистецтво

Медійний простір України формувався під впливом історичних, політичних, культурних і технологічних чинників, що безпосередньо відображалось на розвитку мистецтва та візуальних комунікацій. Упродовж різних історичних періодів медіа виконували не лише інформаційну, а й ідеологічну, культуротворчу та художньо-репрезентативну функції, стаючи середовищем трансляції мистецьких образів і смислів.

Актуальність дослідження медійного простору України, його історичного розвитку та впливу на мистецтво зумовлена глибокими трансформаціями інформаційного середовища, які відбуваються в умовах цифровізації, глобалізації та зростання ролі медіа у формуванні культурної свідомості суспільства. Сьогодні медійний простір виступає не лише каналом поширення інформації, а й потужним інструментом впливу на художні практики, естетичні орієнтири та візуальну культуру.

Для України питання взаємодії медіа та мистецтва набуває особливої значущості у зв'язку з історичними обставинами, тривалим періодом ідеологічного тиску, а також сучасними викликами, пов'язаними з інформаційною війною, захистом національної ідентичності та культурної спадщини. Медіа впродовж різних історичних етапів відігравали ключову роль у трансляції художніх образів, формуванні візуальних наративів і популяризації мистецьких ідей, водночас впливаючи на стилістику, зміст і функції мистецтва.

В умовах розвитку цифрових технологій та нових медіа відбувається переосмислення ролі мистецтва як засобу комунікації, соціального коментаря й культурного спротиву. Графічний дизайн, візуальні комунікації, цифрове мистецтво та мультимедійні практики стають невід'ємною частиною медіапростору, що вимагає від майбутніх фахівців розуміння історичних витоків медійної культури, закономірностей її розвитку та механізмів впливу на художню творчість.

У зв'язку з цим вивчення медійного простору України в контексті його історичного становлення та взаємодії з мистецтвом є важливою складовою формування інфомедійної грамотності здобувачів освіти. Знання історичних і культурних передумов розвитку медіа сприяє розвитку критичного мислення, усвідомленого ставлення до інформації та відповідального створення візуального контенту, що є необхідними компетентностями для фахівців у сфері графічного дизайну та мистецької освіти.

Формування медійного простору в історичній ретроспективі. Перші форми медійної комунікації на українських землях пов'язані з розвитком друкарства, книговидання та періодичної преси. Уже в ХІХ – на початку ХХ століття друковані видання відігравали важливу роль у формуванні національної ідентичності, популяризації української мови, літератури та образотворчого мистецтва. Ілюстровані журнали, афіші, плакати та книжкова графіка стали потужним засобом поширення художніх ідей та візуальних стилів.

У радянський період медійний простір України функціонував у межах жорсткої ідеологічної цензури. Засоби масової інформації, зокрема преса, радіо, телебачення та плакатне мистецтво, активно використовувалися як інструменти пропаганди. Водночас саме в цей час відбувався інтенсивний розвиток прикладної графіки, типографіки, фотомистецтва та агітаційного плаката, що суттєво вплинуло на формування професійної школи графічного дизайну.

Початкові форми медіа та їх роль у формуванні культурного простору. Медійний простір України має довгу історію, що бере свій початок у ранніх формах комунікації – усній традиції, писемності та книжковій культурі. Поява друкарства та розвиток книгодрукування у ХV–ХVІІ ст. сприяли формуванню системи масової комунікації, поширенню освітніх і культурних ідей, а також утвердженню національної самосвідомості. У цей період медіа виконували насамперед просвітницьку та культуротворчу функції, а художнє оформлення книжок, ілюстрації та шрифтові рішення стали першими прикладами графічного дизайну в українському культурному просторі.

Розвиток періодичної преси та політичних медіа у ХІХ – на початку ХХ століття. ХІХ століття стало періодом активного розвитку періодичних видань, що формували новий рівень суспільної комунікації. Газети, журнали, літературно-мистецькі альманахи стали майданчиками для дискусій, популяризації художніх напрямів і національного відродження. Водночас у цьому періоді виникає потреба у графічному оформленні видань: обкладинки, ілюстрації, шрифтові композиції, рекламні оголошення, афіші – усе це стало частиною візуальної культури, що активно впливала на сприйняття мистецтва.

Медійний простір у період модернізації та авангарду. Наприкінці ХІХ – на початку ХХ століття медіа стають інструментом масового поширення авангардних ідей. Український модернізм, авангардні течії, поетичні та художні експерименти знаходять відображення в журналах, альманахах, плакатах та театральних програмах. Візуальна мова авангарду вплинула на графічні рішення в поліграфії, оформленні виставок, рекламі, створивши новий тип художнього тексту, орієнтованого на масову аудиторію.

Радянський період: цензура, пропаганда та розвиток плакатного мистецтва. У ХХ столітті медійний простір України суттєво

трансформується під впливом радянської ідеології. Преса, радіо, телебачення, кіно та плакатне мистецтво використовуються як інструменти державної пропаганди, формування «нової людини» та конструювання офіційного культурного нарративу. В умовах ідеологічного контролю художня творчість, зокрема графічний дизайн, часто виконувала завдання агітації, підтримки політичних і соціальних кампаній. Водночас саме цей період сприяв розвитку професійної школи поліграфічної графіки, плаката, фотомистецтва та типографіки, що сформували базові принципи візуальної комунікації.

Період незалежності: плюралізм медіа та комерціалізація візуальної культури. Після 1991 року медійний простір України стає більш різноманітним і конкурентним. Зростає кількість незалежних видань, розвиваються радіо- та телемережі, а згодом – інтернет-медіа. Медіа середовище активно комерціалізується, що спричинює зростання рекламної індустрії, брендингу та потреби у професійному графічному дизайні. З'являються нові формати візуального контенту: рекламні кампанії, маркетингові комунікації, дизайн упаковки, айдентика, цифрові продукти.

Цифрова революція: соціальні мережі, онлайн-платформи та нові форми мистецького вираження

У XXI столітті медійний простір зазнає радикальних змін під впливом цифрових технологій. Інтернет, соціальні мережі, блоги, стрімінгові платформи, цифрові галереї та NFT-ринок створюють нові можливості для поширення мистецтва, його комерціалізації та взаємодії з аудиторією. Мистецтво перестає бути прив'язане до фізичних носіїв і галерей – воно стає мобільним, інтерактивним та глобальним. Це впливає на графічний дизайн, який все більше орієнтується на цифрові формати, адаптивність та інтерактивність.

Вплив медійного простору на формування сучасної візуальної культури. Медіа не лише відображають культурні зміни, а й активно їх формують. Візуальні образи, що циркулюють у медіапросторі, стають частиною масової свідомості, формують естетичні стандарти, символіку, культурні тренди. У такому середовищі графічний дизайн відіграє роль не лише художнього, а й соціального інструмента, що впливає на поведінку, сприйняття та цінності аудиторії. Саме тому розуміння історичних процесів формування медіапростору є необхідною складовою підготовки майбутніх дизайнерів.

Сучасний медійний простір істотно впливає на характер художніх практик, трансформуючи традиційні види мистецтва та формуючи нові форми візуальної культури. Графічний дизайн, як один із ключових інструментів медіакомунікації, активно реагує на запити суспільства, технологічні інновації та інформаційні виклики.

В умовах інформаційного перенасичення зростає роль візуальної грамотності, здатності аналізувати медіазображення, розпізнавати

маніпулятивні прийоми та створювати змістовні, етично виважені візуальні повідомлення. Медіаформати визначають стилістику плаката, айдентики, реклами, соціальних кампаній і цифрових інтерфейсів, а мистецтво дедалі частіше виконує функцію соціального коментаря та інструменту культурного спротиву.

Медійний простір України в умовах сучасних викликів. Події ХХІ століття, зокрема Революція Гідності та повномасштабна війна, посилили роль медіа як простору боротьби за ідентичність, правду та культурну пам'ять. Мистецтво й графічний дизайн стали важливими складниками інформаційного спротиву, засобами візуальної документалістики, волонтерських і соціальних ініціатив.

У цьому контексті інфомедійна грамотність набуває особливого значення для майбутніх дизайнерів, оскільки дозволяє усвідомлено працювати з медіареальністю, поєднуючи художню виразність із критичним мисленням та соціальною відповідальністю.

Питання, тести для самоконтролю.

Питання для самоконтролю:

1. Які основні етапи формування медійного простору України можна виокремити в історичній ретроспективі?
2. Яку роль відіграв розвиток друкарства у формуванні ранніх медіа в Україні?
3. Як розвиток періодичної преси у ХІХ – на початку ХХ століття вплинув на розвиток візуальної культури та графічного оформлення видань?
4. У чому полягає вплив модерністських і авангардних течій на розвиток медіа та графічної культури?
5. Які особливості функціонування медійного простору в радянський період та як вони впливали на мистецтво?
6. Які зміни відбулися в медіапросторі України після здобуття незалежності?
7. Як цифрові технології та інтернет трансформували медійний простір та художні практики у ХХІ столітті?
8. У чому полягає взаємозв'язок медійного простору та графічного дизайну?
9. Яким чином медіа формують сучасну візуальну культуру та естетичні стандарти?
10. Чому знання історії медійного простору є важливим для професійної підготовки графічного дизайнера?

Тести для самоконтролю

1. Який чинник найбільшою мірою сприяв формуванню раннього медійного простору в Україні?
 - а) розвиток телебачення
 - б) розвиток друкарства

- в) поява інтернету
г) розвиток кіно
2. Який вид медіа відігравав ключову роль у формуванні національної ідентичності у ХІХ столітті?
- а) телебачення
б) радіо
в) періодична преса
г) соціальні мережі
3. У якому періоді медіа в Україні були найбільш підпорядковані ідеологічній цензурі?
- а) доба незалежності
б) період авангарду
в) радянський період
г) доба цифрових медіа
4. Який тип медіа став основним каналом пропаганди в радянський період?
- а) плакат, преса, радіо
б) соціальні мережі
в) блогосфера
г) цифрові платформи
5. Яка зміна медійного простору стала характерною для України після 1991 року?
- а) посилення цензури
б) розвиток інтернету та незалежних медіа
в) зменшення кількості видань
г) повернення до паперових носіїв
6. Що стало ключовою рисою медіапростору у ХХІ столітті?
- а) домінування газет
б) глобалізація та цифровізація
в) відсутність візуального контенту
г) зупинка розвитку медіа
7. Який вплив медіа найбільш характерний для графічного дизайну?
- а) зменшення ролі візуального образу
б) формування естетичних стандартів та стилістики
в) зниження значущості типографіки
г) зменшення кількості інформації
8. Який вид медіа є найбільш характерним для розповсюдження авангардних ідей на початку ХХ століття?
- а) інтернет-платформи
б) журнали, альманахи, плакати
в) телебачення
г) радіо
9. Який наслідок цифрових технологій для мистецтва та медіапростору?
- а) зменшення доступу до мистецтва

- б) перехід мистецтва в цифрові формати та зростання ролі онлайн-платформ
 в) заборона візуального контенту
 г) повне зникнення друкованих видань
10. Чому знання історії медійного простору є важливим для графічних дизайнерів?
- а) тому що це зменшує творчі можливості
 б) тому що це дозволяє копіювати стилі минулого без аналізу
 в) тому що це допомагає розуміти механізми впливу медіа та створювати відповідальний візуальний контент
 г) тому що це не має жодного значення

Ключ відповідей

1 – б	6 – б
2 – в	7 – б
3 – в	8 – б
4 – а	9 – б
5 – б	10 – в

Обов'язкові та додаткові задачі, приклади.

Обов'язкові задачі

Задача 1. Історико-медійний аналіз

Завдання: Складіть короткий огляд (до 1 сторінки) історичних етапів формування медійного простору України, виділивши ключові зміни у способах комунікації та їхній вплив на мистецтво.

Результат: Короткий конспект або таблиця з основними етапами (наприклад: друкарство → періодична преса → радянська пропаганда → незалежні медіа → цифрові медіа).

Задача 2. Порівняльний аналіз візуальної культури

Завдання: Виберіть два медіа-формати з різних історичних періодів (наприклад, плакат радянського періоду та сучасний рекламний пост у соціальних мережах). Проаналізуйте їхній візуальний стиль, мету, аудиторію та методи впливу. Результат: Таблиця порівняння або короткий аналітичний запис (до 1–2 сторінок).

Задача 3. Аналіз медіатексту (візуального образу)

Завдання: Оберіть один приклад медіатексту (обкладинка журналу, плакат, афіша, рекламний банер) з історичного періоду XIX–XX століття. Розберіть його за такими параметрами контекст часу; автор/замовник; функція (інформаційна, пропагандистська, рекламна, культурна); візуальні засоби (композиція, кольорова гамма, типографіка, символіка); вплив на аудиторію. Результат: Аналіз у вигляді структурованого запису (1–2 сторінки).

Задача 4. Візуальний коментар історичного медіа

Завдання: Створіть сучасний візуальний коментар (плакат або постер) на основі одного історичного медіа-артефакту (наприклад, плакату періоду незалежності або радянського агітаційного плакату). Врахуйте сучасний контекст та етичні аспекти. Результат: Графічний продукт (в електронному вигляді) + короткий опис концепції (5–7 речень).

Задача 5. Визначення ролі медіа в розвитку графічного дизайну

Завдання: Напишіть коротке есе (до 300–400 слів) на тему: «Як розвиток медіа вплинув на формування професії графічного дизайнера та сучасну візуальну культуру?» Результат: Есе, яке містить аргументацію, приклади та висновки.

Приклади обов'язкових задач

1. Історико-медійний аналіз

Завдання: Скласти структурований огляд основних етапів розвитку медійного простору України (друкована преса, радіо, телебачення, цифрові медіа). Потрібно: визначити ключові історичні періоди; охарактеризувати зміни у формах комунікації; пояснити вплив кожного етапу на розвиток мистецтва та візуальної культури. Форма виконання: аналітичний текст (1–2 сторінки) або таблиця з поясненнями. Результат: систематизоване розуміння еволюції українського медіапростору.

2. Порівняльний аналіз медіаепох

Завдання: Порівняти два медійні періоди (наприклад, радянський період та сучасний цифровий етап) за такими критеріями: свобода творчості; ідеологічний вплив; технічні можливості; роль художника/дизайнера; доступність інформації. Форма виконання: порівняльна таблиця + короткий висновок (0,5–1 сторінка). Результат: сформовані навички критичного аналізу медіапроцесів.

3. Аналіз медіавпливу на мистецький стиль

Завдання: Проаналізувати, як розвиток певного медіа (телебачення, інтернет, соціальні мережі) вплинув на: графічний дизайн; плакатне мистецтво; ілюстрацію; цифрове мистецтво. Необхідно: навести конкретні приклади українських митців або проєктів; визначити зміни у стилі, кольоровій палітрі, композиції, типографіці. Форма виконання: презентація (5–7 слайдів) або аналітичний текст.

4. Візуальний аналіз медіапродукту

Завдання: Обрати український медіапродукт (плакат, соціальна реклама, телевізійна заставка, онлайн-проєкт) та провести його аналіз: історичний контекст створення; цільова аудиторія; візуальні засоби впливу; художні прийоми; соціальний або культурний вплив. Результат: письмовий аналіз (1 сторінка) з аргументованими висновками.

5. Медіапростір і національна ідентичність. Завдання: Дослідити, як український медіапростір впливає на формування національної ідентичності через мистецтво. Потрібно: визначити роль символів; проаналізувати використання національних мотивів; описати трансформацію образу

України в медіа після 2014 року та після 2022 року. Форма виконання: есе (1–2 сторінки) з прикладами.

6. Хронологічна схема розвитку медіа. Завдання: Створити інфографіку або схему, що відображає: ключові дати розвитку українських медіа; технологічні прориви; вплив на мистецькі напрями. Результат: візуалізований матеріал (може бути виконаний у графічному редакторі).

Додаткові задачі

Задача 1. Дослідження медіа-інфраструктури України

Завдання: Проведіть дослідження медіа-інфраструктури України на одному з історичних етапів (наприклад, період незалежності або початок цифрової ери). Оцініть, які медіа були домінантними, які інституції впливали на їх розвиток, та які соціокультурні фактори визначали їхню функцію. Результат: Аналітичний звіт (2–3 сторінки) або презентація (5–7 слайдів).

Задача 2. Критичний аналіз медіа-маніпуляцій у візуальній культурі

Завдання: Виберіть приклад візуального медіатексту з радянського або пострадянського періоду, що містить елементи маніпуляції (пропаганда, стереотипізація, фейк, ідеологічна підміна). Розберіть його за критеріями: механізм маніпуляції; візуальні прийоми (символи, кольори, композиція, типографіка); цільова аудиторія; соціальний контекст. Результат: Аналітичний документ (2–3 сторінки).

Задача 3. Візуальна реконструкція медіа-об'єкта

Завдання: Оберіть медіа-об'єкт (обкладинку журналу, афішу, плакат, рекламний банер) з певного історичного періоду. Створіть його сучасну реконструкцію, що зберігає характерні стилістичні ознаки епохи, але адаптуючи до сучасних медіаформатів (соцмережі, веб-банер, мобільний інтерфейс). Результат: Графічний макет + коротка пояснювальна записка (7–10 речень).

Задача 4. Дослідницький проєкт: медіа як простір культурної пам'яті

Завдання: Підготуйте міні-дослідницький проєкт (до 5 сторінок) на тему: «Медіа як простір формування культурної пам'яті України: історичні наративи та візуальні символи». Проаналізуйте, як медіа певних періодів відтворювали історичні події, героїв, культурні коди, та які візуальні засоби використовували для цього. Результат: Дослідницька робота з ілюстраціями (за можливості) та висновками.

Задача 5. Медіа-етнографія: візуальні символи епох

Завдання: Зберіть візуальні матеріали (плакати, афіші, обкладинки, ілюстрації) з трьох різних історичних епох України (наприклад, ХІХ ст., радянський період, сучасність). Проаналізуйте, які символи, кольори, стилістичні прийоми були характерними для кожної епохи і що вони означали. Результат: Колаж/презентація + короткий аналітичний опис (до 2 сторінок).

Приклади додаткових задач

1. Кейс-аналіз медіаподії

Завдання: Проаналізувати конкретну медіаподію та визначити як змінювалась візуальна мова медіа; які художні образи стали домінантними; як це вплинуло на розвиток сучасного українського мистецтва та дизайну. Форма виконання: аналітичний звіт (2–3 сторінки) або презентація.

2. Дослідження трансформації плакатного мистецтва

Завдання: Створити український плакат періоду після 2022 року. Представити тематику; кольорову гаму; композицію; символіку; рівень свободи вираження.

3. Медіа та цифрове мистецтво. Завдання: Дослідити, як розвиток соціальних мереж (Instagram, TikTok, Behance, YouTube) вплинув на формування авторського стилю дизайнера; популяризацію українського мистецтва за кордоном; зміну формату сприйняття мистецького продукту. Додатково: навести 2–3 приклади українських дизайнерів або художників.

4. Аналіз маніпулятивних візуальних практик. Завдання: Знайти приклад візуального медіаматеріалу (плакат, банер, реклама, новинне фото) та визначити: чи присутні маніпулятивні візуальні прийоми; як працює композиція на емоційний вплив; чи використовується символічна або архетипна мова. Результат: короткий експертний висновок (1–2 сторінки).

5. Розробка авторського медіапроєкту (творчо-дослідницьке завдання)

Завдання: Розробити концепцію візуального медіапроєкту на тему: «Еволюція медійного простору України». Може включати: серію плакатів; цифрову інфографіку; анімаційний ролик; Instagram-проєкт; інтерактивний онлайн-таймлайн. Обов'язково: обґрунтувати художню концепцію; описати цільову аудиторію; пояснити використані візуальні засоби.

6. Медіапростір і формування культурної пам'яті. Завдання: Дослідити роль медіа у формуванні культурної пам'яті (через мистецтво, дизайн, рекламу, документальні проєкти). Питання для аналізу: як медіа формують образ історичних подій; які візуальні коди стають символами епохи; як мистецтво реагує на інформаційні виклики.

7. Наукове міні-дослідження. Завдання: Підготувати коротку наукову розвідку (3–5 сторінок) з використанням 5–7 наукових джерел на одну з тем: «Цифровізація українського мистецтва в умовах воєнного стану», «Медіапростір як фактор трансформації візуальної культури», «Інформаційні війни та мистецька відповідь українських дизайнерів».



1.2. Інфомедійна та цифрова грамотність у контексті мистецької освіти

Поняття інфомедійної грамотності. Інфомедійна грамотність – це комплекс компетентностей, що включає здатність шукати, оцінювати, аналізувати та створювати інформацію в різних медіаформатах, а також усвідомлювати механізми впливу медіа на сприйняття, думки та поведінку людини. У сучасному суспільстві, де інформація є ключовим ресурсом, інфомедійна грамотність стає важливою складовою освітньої та професійної підготовки, інфомедійна грамотність стає невід’ємною складовою загальної культури людини та професійної компетентності.

Історія формування поняття. Поняття інфомедійної грамотності виникло на перетині кількох наукових напрямів: інформаційної грамотності, медіаграмотності, цифрової грамотності, а також критичної грамотності. У ХХ столітті інформаційна грамотність була пов’язана з умінням працювати з інформаційними джерелами (бібліотеки, архіви, довідкові системи), а медіаграмотність зосереджувалася на аналізі медіатекстів, виявленні маніпуляцій та розумінні медіаіндустрії. З розвитком цифрових технологій та інтернету ці поняття поступово інтегрувалися в ширшу компетентність, що охоплює як інформаційну, так і медійну сферу – саме інфомедійна грамотність.

Сутність інфомедійної грамотності. Сучасна інфомедійна грамотність – це не лише набір навичок, а й певна система цінностей та ставлення до інформації. Вона включає когнітивні навички: вміння знаходити, аналізувати, оцінювати та синтезувати інформацію; комунікативні навички: здатність формувати власні повідомлення, адаптуючи їх до аудиторії та контексту; критичне мислення: вміння відрізнити факти від думок, виявляти логічні помилки, маніпулятивні прийоми та упередження; етичні принципи: відповідальне ставлення до прав інтелектуальної власності, етики комунікації, поваги до прав людини; цифрова компетентність: володіння цифровими інструментами, розуміння принципів функціонування цифрового середовища, безпечна поведінка в мережі.

Основні компоненти інфомедійної грамотності. В освітньому контексті інфомедійна грамотність зазвичай розглядається як сукупність таких компонентів:

1. Інформаційна грамотність – здатність знаходити інформацію, оцінювати її достовірність, релевантність та якість, систематизувати знання та використовувати їх у професійній діяльності.
2. Медіаграмотність – вміння аналізувати медіатексти, розуміти їхню структуру, ціль, аудиторію, жанрові особливості, а також механізми впливу (пропаганда, маніпуляції, стереотипізація).

3. Цифрова грамотність – володіння цифровими інструментами, навички роботи з інформацією в онлайн-середовищі, знання цифрової етики та безпеки.

4. Критичне мислення – здатність оцінювати інформацію з точки зору логіки, фактів, контексту, а також власних упереджень.

5. Візуальна грамотність – здатність читати, інтерпретувати та створювати візуальні медіатексти, розуміти візуальні коди та символіку.

4. Інфомедійна грамотність як складова професійної компетентності дизайнера

Для майбутнього графічного дизайнера інфомедійна грамотність є ключовою, оскільки професійна діяльність дизайнера пов'язана з створенням візуальних повідомлень, що впливають на поведінку та світогляд аудиторії. Дизайнер не лише формує естетичний образ, а й створює інформаційні повідомлення, які мають бути достовірними (не вводити в оману); етично обґрунтованими (не експлуатувати стереотипи, не розповсюджувати мову ворожнечі); соціально відповідальними (усвідомлювати вплив на різні групи аудиторії); контекстно адаптованими (з урахуванням культурних, історичних, соціальних чинників).

Інфомедійна грамотність допомагає дизайнеру аналізувати медіа-образи та виявляти маніпулятивні техніки; створювати візуальні продукти з урахуванням медіа-логіки та принципів ефективної комунікації; оцінювати ризики поширення дезінформації та формувати протидію їй через візуальні практики; працювати з авторським правом, ліцензіями, цифровими репозитаріями та колажними техніками.

Взаємозв'язок інфомедійної грамотності та сучасних медіа.

У сучасних умовах інфомедійна грамотність набуває особливого значення через інформаційне перенасичення (overload), коли людина щоденно сприймає величезний обсяг медіаконтенту; феномен фейків та дезінформації, що активно поширюються через соціальні мережі; візуалізацію інформації, коли значна частина повідомлень передається через зображення, меми, інфографіку, відео; алгоритмічну фільтрацію контенту, що формує «інформаційні бульбашки» та впливає на сприйняття реальності.

У цьому сенсі інфомедійна грамотність виступає як засіб захисту від маніпуляцій, інструмент критичного мислення та основа для відповідальної творчості.

Інфомедійна грамотність поєднує інформаційну грамотність (вміння працювати з інформаційними джерелами, оцінювати їх достовірність, структурувати дані); медіаграмотність (уміння критично аналізувати медіатексти, розуміти їхню структуру, ціль і вплив); цифрову грамотність (володіння цифровими інструментами, розуміння цифрового середовища, безпека в мережі).

Інфомедійна грамотність – це комплексна компетентність, що поєднує інформаційну грамотність, медіаграмотність та цифрову грамотність. Така інтеграція є обґрунтованою відповіддю на виклики сучасного інформаційного суспільства, де інформація одночасно є продуктом, ресурсом та інструментом впливу. У цьому контексті інфомедійна грамотність виступає як системна здатність людини усвідомлено, критично та етично взаємодіяти з інформацією в різних форматах і середовищах.

Інформаційна грамотність: робота з інформаційними джерелами. Інформаційна грамотність є основою інфомедійної компетентності, адже вона визначає здатність людини виявляти інформаційні потреби, формулювати запит; шукати інформацію у різних джерелах (бібліотеки, бази даних, наукові ресурси, інтернет-ресурси); оцінювати достовірність та релевантність джерел; структурувати дані, виділяти ключове; систематизувати знання та використовувати їх у професійній діяльності; коректно цитувати джерела, дотримуючись авторського права.

У практичній площині це означає, що людина не лише знаходить інформацію, а й усвідомлено відбирає її, аналізує логічну структуру та перевіряє фактичність. Інформаційна грамотність також включає навички роботи з текстом, статистикою, таблицями, графіками та іншими інформаційними формами.

Для майбутнього графічного дизайнера це важливо, оскільки будь-який проєкт починається з дослідження: аналізу аудиторії, ринку, історичних джерел, культурного контексту та інших даних. Невміння працювати з інформацією може призвести до помилок у комунікації, невідповідності культурному контексту або створення продукту, який містить неточності.

Медіаграмотність: критичний аналіз медіатекстів. Медіаграмотність – це здатність людини усвідомлено читати, аналізувати та інтерпретувати медіатексти, а також розуміти механізми їх створення і впливу. Медіатекстом може бути будь-яке повідомлення: новина, пост у соцмережі, рекламний ролик, інфографіка, фото, відео, мем, блог тощо.

Ключові компоненти медіаграмотності розуміння структури медіатексту: що є заголовком, підзаголовком, основною ідеєю, заклик до дії; аналіз мети: що прагнуть досягти автори – інформувати, переконати, розважити, спровокувати реакцію; виявлення маніпуляцій: стереотипи, емоційний вплив, фейкові новини, приховані меседжі, «прихована реклама»; оцінка впливу на аудиторію: як повідомлення змінює погляди, поведінку, формує цінності; усвідомлення ролі медіаіндустрії: як працюють медіакомпанії, алгоритми, рекламо- та PR-системи.

У мистецькій освіті медіаграмотність має особливе значення, адже сучасне мистецтво часто є медіаконтентом, а художній образ – це також повідомлення. Для дизайнера важливо не лише створювати красиві візуальні образи, а й усвідомлювати їхній соціальний вплив.

Цифрова грамотність: володіння цифровими інструментами і безпека. Цифрова грамотність охоплює навички роботи з цифровими технологіями, програмним забезпеченням, онлайн-сервісами та інструментами. Вона включає володіння цифровими інструментами (редактори, платформи, програми для обробки зображення, відео, створення анімації тощо); розуміння принципів цифрового середовища (як працюють алгоритми, як формується інформаційний потік, що таке «цифровий слід»); цифрова етика (поважання авторських прав, етичне використання чужих матеріалів); безпека в мережі (захист персональних даних, розпізнавання шахрайських схем, захист від кібератак, управління конфіденційністю).

Цифрова грамотність дозволяє не лише користуватися технологіями, а й усвідомлено формувати цифрову культуру, критично ставитися до онлайн-контенту та відповідально поводитися у цифровому середовищі.

Інтеграція трьох компонентів: інфомедійна грамотність як цілісна компетентність. Інфомедійна грамотність поєднує три складові не як просте їх сумування, а як системну взаємодію інформаційна грамотність дає вміння працювати з інформацією (знаходити, перевіряти, структурувати); медіаграмотність додає критичне мислення щодо медіаконтенту (аналіз, розпізнавання маніпуляцій, розуміння впливу); цифрова грамотність забезпечує інструментальну та безпечну роботу в цифровому середовищі.

Таким чином, інфомедійна грамотність – це здатність усвідомлено існувати в інформаційному світі, де межі між реальністю, медіа і цифровими технологіями все більше розмиваються.

Значення інфомедійної грамотності для мистецької освіти.

У мистецькій освіті інфомедійна грамотність має особливе значення, оскільки мистецтво є одним із найпотужніших способів комунікації, що формує культурні смисли та впливає на суспільні наративи. Для майбутніх дизайнерів, художників і кураторів важливо не лише створювати естетично виразні роботи, а й усвідомлювати їхню роль у медіапросторі, можливості впливу на аудиторію, а також етичні та соціальні наслідки творчості.

Інфомедійна грамотність у мистецтві дозволяє розпізнавати маніпуляції та пропаганду у візуальних повідомленнях; аналізувати візуальні коди, символіку, стереотипи та культурні наративи; створювати візуальний контент, який відповідає етичним нормам та професійним стандартам; працювати з медіа-образами відповідально, з урахуванням прав людини та культурної різноманітності.

Інфомедійна грамотність як необхідна компетентність художника та дизайнера. Сучасне мистецтво, зокрема графічний дизайн, існує не у вакуумі, а в постійно змінному медійному середовищі. Інформація сьогодні не лише передається – вона формує реальність. Медіапростір впливає на сприйняття, цінності, поведінку та естетичні орієнтири суспільства. У таких умовах інфомедійна грамотність стає не лише корисною, а життєво

необхідною компетентністю для художників, дизайнерів, кураторів, артменеджерів та викладачів мистецтва.

Для майбутнього графічного дизайнера інфомедійна грамотність – це здатність розуміти, як створюється інформаційний продукт; аналізувати його структуру та цілі; оцінювати вплив на аудиторію; створювати власні медіаобрази, що не маніпулюють і не дезінформують; відповідально взаємодіяти з цифровим середовищем.

Візуальна культура як медіа: мистецтво як форма комунікації

Графічний дизайн – це насамперед візуальна комунікація. Кожний плакат, логотип, інфографіка, сторіз, брендбук – це повідомлення, що має конкретну мету: інформувати, переконувати, мотивувати, формувати імідж, викликати емоції.

У цьому контексті інфомедійна грамотність дає студентам можливість усвідомити, що візуальний образ є медіатекстом; розуміти, як працюють візуальні коди (кольори, шрифти, композиція, символіка); аналізувати, яким чином дизайн впливає на сприйняття аудиторії; визначати, де закінчується естетика і починається маніпуляція.

Тобто, інфомедійна грамотність допомагає переосмислити мистецтво як форму впливу, а не лише як творчий процес.

Критичне мислення та етична відповідальність у творчій діяльності.

Одним із ключових елементів інфомедійної грамотності є критичне мислення – здатність аналізувати інформацію, перевіряти факти, розпізнавати маніпуляції. Для студентів мистецьких спеціальностей це означає вміння аналізувати інформаційні джерела та перевіряти їхню достовірність; розуміння, як візуальні образи можуть містити приховані повідомлення; здатність створювати дизайн, що не поширює стереотипи, фейки або дискримінаційні меседжі; розуміння етичних аспектів використання чужих матеріалів (авторські права, ліцензії, цитування). Інфомедійна грамотність сприяє формуванню відповідальної позиції дизайнера/художника в інформаційному просторі, де його робота може стати частиною суспільного дискурсу.

Захист від маніпуляцій і дезінформації: важливість для дизайнера. Мистецька освіта часто формує у здобувачів вищої освіти певну «критичну чутливість», але сучасні медіа використовують технології, які роблять маніпуляцію складнішою для розпізнавання: deepfake, візуальні фейки, алгоритмічні впливи, контент-ферми, бот-мережі тощо.

Інфомедійна грамотність дає дизайнеру інструменти для розпізнавання фейкових зображень та відео; оцінки джерел інформації; аналізу контексту, у якому створено повідомлення; розуміння, як працюють алгоритми соцмереж і як це впливає на поширення контенту.

Це особливо важливо для творчих людей, які можуть бути як споживачами, так і авторами інформації.

Формування професійної компетентності в умовах цифрового середовища. Графічний дизайнер працює у цифровому середовищі щодня: від створення проєктів у графічних редакторах до публікації робіт у соцмережах, цифрових портфоліо, онлайн-виставках, презентаціях.

Інфомедійна грамотність у цьому випадку включає розуміння механізмів поширення інформації в мережі; здатність вибудувувати медіапродукт так, щоб він був ефективним, етичним та доступним; навички цифрової безпеки (захист даних, авторських прав, безпечна поведінка в мережі); вміння адаптувати контент під різні платформи (Instagram, Behance, Dribbble, сайти тощо). Це дозволяє студенту не лише створювати дизайн, а й усвідомлено будувати власний професійний медіапростір.

Розвиток культурної та громадянської свідомості через мистецтво. Інфомедійна грамотність є важливою складовою громадянської освіти, адже вона допомагає людині розуміти права людини в медіапросторі; аналізувати медіаповідомлення з позицій етики, толерантності та соціальної відповідальності; формувати власну позицію, базуючись на перевірених фактах і критичному аналізі.

У мистецькій освіті це має особливий сенс, оскільки мистецтво часто є способом висловлення соціальних проблем, формування національної ідентичності, відображення історичного контексту та культурних трансформацій.

Інфомедійна грамотність у мистецькій освіті забезпечує усвідомлене сприйняття медіаконтенту; формує критичне мислення та етичну відповідальність; розвиває здатність створювати якісний, достовірний та соціально відповідальний візуальний контент; допомагає студентам усвідомлено працювати в цифровому середовищі, захищаючи себе та свою аудиторію від маніпуляцій; сприяє розвитку професійної компетентності та культурної самосвідомості.

Цифрова грамотність як складова інфомедійної компетентності. Цифрова грамотність – це здатність ефективно використовувати цифрові технології та інструменти для створення, обробки, збереження та поширення інформації. Цифрова грамотність є однією з ключових складових інфомедійної компетентності та передбачає здатність особи свідомо, безпечно й ефективно використовувати цифрові технології для роботи з інформацією в освітньому, професійному та творчому середовищі. Вона охоплює не лише технічні навички, а й критичне розуміння цифрових процесів, медіасередовища та етичних аспектів взаємодії з інформацією. У контексті графічного дизайну цифрова грамотність набуває міждисциплінарного характеру та поєднує технологічні, художні й комунікативні компетентності. Вона включає володіння сучасними графічними програмами та цифровими інструментами (Adobe Photoshop,

Illustrator, InDesign, Figma та ін.), що забезпечують створення, редагування й підготовку візуального контенту для різних медіаносіїв.

Важливою складовою цифрової грамотності дизайнера є навички роботи з цифровими медіа, зокрема соціальними мережами, веб-платформами, цифровими галереями, онлайн-репозитаріями та портфоліо-сервісами. Це передбачає розуміння специфіки візуальної комунікації в цифровому просторі, адаптацію контенту до різних платформ і форматів, а також уміння аналізувати реакцію аудиторії.

Окрему увагу цифрова грамотність приділяє питанням цифрової безпеки та етики, зокрема захисту персональних даних, дотриманню авторського права, коректному використанню ліцензійних матеріалів, а також безпечній поведінці в онлайн-середовищі. Для дизайнера це означає відповідальне ставлення до джерел інформації, візуального контенту та результатів власної творчої діяльності.

Не менш значущим аспектом є знання технічних стандартів цифрового дизайну, зокрема форматів файлів, роздільної здатності, кольоропередачі, принципів адаптивності та доступності (accessibility). Це забезпечує коректне відтворення візуальних матеріалів на різних пристроях і сприяє створенню інклюзивного дизайну, доступного для широкої аудиторії.

Таким чином, цифрова грамотність у сфері графічного дизайну виступає не лише інструментальною навичкою, а невід'ємною складовою інфомедійної компетентності, що формує професійну відповідальність дизайнера, підвищує якість візуальної комунікації та сприяє критичному й усвідомленому використанню цифрових технологій у мистецькій практиці.

Інфомедійна грамотність в освітньому процесі графічного дизайну. У навчальній програмі з графічного дизайну інфомедійна та цифрова грамотність інтегруються у фахові дисципліни, зокрема: «Дизайн візуальних комунікацій», «Критичне мислення», «Типографіка», «Інфографіка», «Айдентика», «Дизайн реклами», «Веб-дизайн», «Анамаційна графіка та motion-дизайн», «Комп'ютерна графіка».

Інфомедійна грамотність є невід'ємною складовою сучасної професійної підготовки фахівців з графічного дизайну та відіграє ключову роль у формуванні здатності майбутніх дизайнерів усвідомлено працювати з інформацією, візуальними образами та медіаконтентом. В умовах цифровізації освіти та стрімкого розвитку медіасередовища дизайнер постає не лише як творець візуальних форм, а і як активний учасник інформаційної комунікації, відповідальний за зміст, достовірність і етичність створюваних візуальних повідомлень.

В освітньому процесі з графічного дизайну інфомедійна грамотність тісно поєднується з цифровою грамотністю та інтегрується у структуру фахових дисциплін, формуючи комплексну інфомедійно-професійну компетентність. Така інтеграція передбачає системне опанування навичок

пошуку, аналізу, інтерпретації, оцінювання та створення медіаконтенту з урахуванням контексту, цільової аудиторії та каналів поширення інформації.

У межах дисципліни «Дизайн візуальних комунікацій» інфомедійна грамотність реалізується через аналіз візуальних повідомлень у різних медіа, вивчення механізмів впливу зображення на аудиторію, розпізнавання маніпулятивних прийомів та формування навичок створення відповідального візуального контенту. Здобувачі вищої освіти навчаються працювати з візуальною інформацією як із засобом комунікації, що має соціальне, культурне та інформаційне значення.

Дисципліна «Критичне мислення» забезпечує теоретичну й практичну основу інфомедійної грамотності, формуючи здатність оцінювати достовірність джерел, відрізняти факти від суджень, аналізувати медіаповідомлення та усвідомлювати вплив інформаційних потоків на суспільну свідомість. Для майбутніх дизайнерів ці навички є особливо важливими, адже візуальні образи часто виступають інструментом переконання та формування громадської думки.

У курсах «Типографіка» та «Інфографіка» інфомедійна грамотність проявляється через роботу зі структурованою інформацією, візуалізацію даних, логіку подання тексту та зображень, а також відповідальне використання статистичних матеріалів. Здобувачі вищої освіти вчать не лише естетично оформлювати інформацію, а й забезпечувати її зрозумілість, точність та коректність подання.

Дисципліна «Айдентика» інтегрує інфомедійні підходи через дослідження брендів як медіаявищ, аналіз візуальної ідентичності в інформаційному просторі та формування навичок створення цілісного образу бренду з урахуванням культурних кодів, цінностей і комунікаційних стратегій. Інфомедійна грамотність у цьому контексті сприяє усвідомленню відповідальності дизайнера за формування смислів і символів у публічному просторі.

У межах дисциплін «Дизайн реклами» та «Веб-дизайн» інфомедійна грамотність реалізується через аналіз рекламних повідомлень, цифрових платформ і користувацького досвіду, а також через вивчення етичних норм медіакомунікації. Студенти опановують принципи створення контенту, що поєднує ефективність, естетику та інформаційну відповідальність, а також навчаються адаптувати візуальні рішення до різних цифрових середовищ.

Особливе значення інфомедійна грамотність має у викладанні дисциплін «Комп'ютерна графіка», «Анімаційна графіка» та motion-дизайн», де здобувачі працюють з динамічними формами візуальної інформації, мультимедійними елементами та інтерактивним контентом. Тут важливим є розуміння специфіки сприйняття рухомих образів, їхнього інформаційного навантаження та потенційного впливу на аудиторію.

Таким чином, інфомедійна грамотність в освітньому процесі графічного дизайну виступає системоутворювальним компонентом професійної підготовки, що забезпечує формування не лише технічно компетентного, а й соціально відповідального дизайнера. Її інтеграція у фахові дисципліни сприяє розвитку критичного мислення, підвищенню якості візуальної комунікації та підготовці фахівців, здатних ефективно діяти в сучасному інформаційно-медійному середовищі.

Ключові компетентності інфомедійної грамотності для дизайнера.

Інфомедійна грамотність є комплексною професійною якістю сучасного дизайнера, що поєднує інформаційні, медійні, цифрові та критично-аналітичні компетентності. В умовах перенасиченого інформаційного простору дизайнер виступає не лише як творець візуальних форм, а як медіатор смислів, відповідальний за достовірність, етичність і соціальний вплив візуальної комунікації. Формування інфомедійної грамотності забезпечує здатність дизайнера усвідомлено працювати з інформацією, медіаконтентом і візуальними повідомленнями в різних соціокультурних контекстах.

Інформаційно-аналітична компетентність передбачає здатність ефективно здійснювати пошук, відбір, аналіз та оцінювання інформації з різних джерел. Для дизайнера вона полягає у вмінні працювати з відкритими базами даних, дослідницькими матеріалами, культурними й візуальними референсами, а також у здатності перевіряти достовірність джерел та актуальність інформації. Важливою складовою є вміння інтерпретувати інформацію та трансформувати її у візуальні образи без спотворення змісту.

Критично-медійна компетентність пов'язана зі здатністю усвідомлено сприймати й аналізувати медіаповідомлення, розпізнавати маніпулятивні візуальні прийоми, пропаганду, стереотипи та дезінформацію. Для дизайнера це означає розуміння механізмів впливу кольору, форми, композиції та типографіки на аудиторію, а також відповідальне використання цих інструментів у професійній діяльності.

Візуально-комунікативна компетентність полягає у здатності створювати зрозумілі, переконливі та етично виважені візуальні повідомлення. Дизайнер повинен уміти адаптувати інформацію до різних каналів комунікації, цільових аудиторій і культурних контекстів, забезпечуючи баланс між естетикою та змістовою точністю. Ця компетентність безпосередньо пов'язана з формуванням візуальної культури та професійної мови дизайну.

Цифрово-технологічна компетентність охоплює володіння сучасними цифровими інструментами, програмним забезпеченням та платформами для створення, обробки й поширення візуального контенту. Для дизайнера важливими є знання стандартів форматів, роздільної здатності, кольоропередачі, принципів адаптивності та доступності (accessibility), а

також уміння працювати з цифровими медіа, веб-середовищем і мультимедійними технологіями.

Етично-правова компетентність передбачає знання та дотримання норм авторського права, ліцензування, захисту персональних даних і цифрової безпеки. Для дизайнера це означає відповідальне використання зображень, шрифтів, фото- та відеоматеріалів, а також усвідомлення соціальної відповідальності за візуальний контент, що поширюється в публічному просторі.

Соціально-культурна компетентність полягає у здатності дизайнера усвідомлювати культурні коди, цінності та контексти, у яких функціонує візуальна комунікація. Вона включає розуміння впливу мистецтва, традицій, національної ідентичності та соціальних процесів на формування візуальних образів, а також здатність створювати інклюзивний і культурно чутливий дизайн.

Креативно-рефлексивна компетентність пов'язана зі здатністю критично оцінювати власну творчу діяльність, аналізувати її результати та постійно вдосконалювати професійні навички. Вона сприяє формуванню авторського стилю, розвитку дизайнерського мислення та усвідомленому використанню інфомедійних ресурсів у творчому процесі.

Питання, тести для самоконтролю

Питання для самоконтролю

1. Розкрийте поняття інфомедійної грамотності та її значення в сучасній мистецькій освіті.
2. У чому полягає взаємозв'язок інфомедійної та цифрової грамотності?
3. Яку роль відіграє інфомедійна грамотність у професійній підготовці графічного дизайнера?
4. Охарактеризуйте основні складові цифрової грамотності в мистецькій освіті.
5. Які навички критичного мислення є необхідними для аналізу медіаконтенту в дизайні?
6. Поясніть значення візуальної грамотності у формуванні дизайнерської компетентності.
7. Які етичні та правові аспекти охоплює інфомедійна грамотність майбутнього дизайнера?
8. Як цифрові технології впливають на трансформацію мистецького освітнього процесу?
9. Наведіть приклади інтеграції інфомедійної грамотності у фахові дисципліни з графічного дизайну.
10. Яке значення має інфомедійна грамотність для створення соціально відповідального візуального контенту?

Тести для самоконтролю

1. Інфомедійна грамотність – це:

- а) володіння художніми техніками;
 - б) уміння працювати з графічними програмами;
 - в) комплекс знань і навичок роботи з інформацією та медіа;
 - г) здатність створювати ілюстрації.
2. Цифрова грамотність у графічному дизайні передбачає:
- а) лише користування комп'ютером;
 - б) знання традиційних художніх матеріалів;
 - в) ефективне використання цифрових технологій і інструментів;
 - г) копіювання готових візуальних рішень.
3. До цифрової грамотності дизайнера належить:
- а) уміння аналізувати живописні твори;
 - б) володіння графічними програмами;
 - в) знання історії мистецтва;
 - г) навички ручного рисунку.
4. Критичне мислення в межах інфомедійної грамотності означає:
- а) емоційне сприйняття медіаконтенту;
 - б) безумовну довіру до інформації;
 - в) аналіз, оцінювання та перевірку інформації;
 - г) ігнорування медіаповідомлень.
5. Візуальна грамотність дизайнера полягає у здатності:
- а) створювати складні композиції;
 - б) працювати з кольором;
 - в) читати та створювати візуальні повідомлення;
 - г) використовувати декоративні елементи.
6. Яка дисципліна найбільше сприяє формуванню інфомедійної грамотності?
- а) Живопис;
 - б) Критичне мислення;
 - в) Скульптура;
 - г) Академічний рисунок.
7. Дотримання авторського права є складовою:
- а) художньої майстерності;
 - б) етично-правової компетентності;
 - в) композиційної культури;
 - г) технічної грамотності.
8. Цифрова безпека в діяльності дизайнера передбачає:
- а) використання лише друкованих матеріалів;
 - б) захист персональних даних та файлів;
 - в) відмову від цифрових платформ;
 - г) мінімізацію творчої діяльності.
9. Інфомедійна грамотність у мистецькій освіті спрямована на:
- а) формування виключно технічних навичок;
 - б) зменшення ролі творчості;

- в) розвиток критичного мислення та відповідального дизайну;
 г) уніфікацію візуальних рішень.

10. Інтеграція інфомедійної грамотності у фахові дисципліни забезпечує:

- а) стандартизацію мистецької освіти;
 б) механічне засвоєння знань;
 в) комплексну професійну підготовку дизайнера;
 г) відокремлення теорії від практики.

Ключ відповідей

1 – в	6 – б
2 – в	7 – б
3 – б	8 – б
4 – в	9 – в
5 – в	10 – в

Обов’язкові та додаткові задачі, приклади

Обов’язкові задачі

Задача 1. Аналіз джерела та контексту візуального повідомлення. Завдання: Оберіть будь-яке сучасне візуальне медіаповідомлення (постер, банер, рекламний ролик, мем, сторіс тощо). Проаналізуйте його за такими параметрами: джерело (хто створив/поширив), контекст (час, місце, подія, культурний фон), мета (інформувати, переконати, продати, розважити), аудиторія (для кого створено).

Результат: Короткий письмовий аналіз (до 1 сторінки) або таблиця з зазначеними пунктами.

Задача 2. Виявлення маніпулятивних прийомів у візуальному образі. Завдання: Знайдіть 2–3 приклади візуальних медіаповідомлень (реклама, політичні плакати, новинні ілюстрації). Проаналізуйте їх на наявність маніпулятивних прийомів (емоційне навантаження, фреймінг, приховані докази, перебільшення тощо). Результат: Список прикладів із коротким поясненням, які саме прийоми використані та як вони впливають на сприйняття.

Задача 3. Аналіз візуальних стереотипів у медіа. Завдання: Оберіть 1–2 рекламні або медійні зображення (наприклад, з реклами товарів, телепередач, інтернет-оголошень). Визначте, чи присутні в них стереотипні образи (гендерні, вікові, етнічні, соціальні тощо). Результат: Короткий аналіз (до 1 сторінки), де вказано: який стереотип присутній, які елементи його підсилюють, який потенційний вплив на аудиторію.

Задача 4. Розшифровка символів і культурних кодів. Завдання: Оберіть 1 візуальне повідомлення (плакат, ілюстрацію, логотип, постер). Проаналізуйте символи та культурні коди, які в ньому використані. Вкажіть, яке значення вони мають у певній культурі та як можуть змінюватися в іншому культурному контексті. Результат: Текстовий аналіз (до 1 сторінки)

або таблиця: символ → значення в культурі → можливе інше прочитання в іншому контексті.

Задача 5. Критичний аналіз медіаповідомлення (комплексна)

Завдання: Оберіть 1 медіаповідомлення (постер/ реклама/ мем/ ілюстрація). Проведіть комплексний аналіз за такими критеріями: джерело та достовірність, контекст і мета, наявність маніпуляцій, символи та культурні коди, етичні ризики. Результат: Розгорнутий аналіз (до 1,5 сторінки) або таблиця з висновками.

Приклади обов'язкових задач

1. Аналіз понятійного апарату. Завдання: Скласти порівняльну таблицю понять: інфомедійна грамотність, цифрова грамотність, медіакультура, критичне мислення, цифрова компетентність. Необхідно: подати визначення (з посиланням на джерело); визначити спільні та відмінні риси; пояснити значення кожного поняття для мистецької освіти. Результат: таблиця + короткий аналітичний висновок (0,5 сторінки).

2. Оцінювання цифрових інструментів у мистецькій діяльності. Завдання: Проаналізувати 3 цифрові інструменти (наприклад: Adobe Illustrator, Procreate, Canva, Blender, Midjourney тощо) за критеріями: функціональність; рівень складності; можливості творчої реалізації; ризики (плагіат, маніпуляції, залежність від ШІ); освітня доцільність. Форма виконання: аналітична таблиця + висновки.

3. Фактчекінг у мистецькому контенті. Завдання: Обрати мистецький медіаматеріал (статтю, пост, відео, рекламний проєкт) та перевірити достовірність інформації; визначити джерела; встановити наявність маніпуляцій або фейкових тверджень; оцінити візуальний вплив матеріалу. Результат: письмовий експертний аналіз (1–2 сторінки).

4. Аналіз цифрової репутації митця. Завдання: Проаналізувати онлайн-профіль сучасного українського художника або дизайнера: які платформи використовуються; як формується візуальна айдентика; чи дотримуються принципи авторського права; чи простежується професійна стратегія комунікації. Результат: аналітичний звіт або презентація (5–7 слайдів).

5. Етичні аспекти використання цифрових технологій. Завдання: Розкрити питання: авторське право в цифровому мистецтві; використання ШІ в дизайні; проблема плагіату; відповідальність митця в інформаційному просторі. Форма виконання: есе (1–2 сторінки) з аргументованою позицією.

6. Розробка навчального міні-модуля (методичне завдання). Завдання: Розробити фрагмент заняття (20–30 хв) для студентів мистецької спеціальності на тему: «Формування інфомедійної грамотності через практику графічного дизайну». Необхідно визначити: мету заняття; очікувані результати; методи роботи; практичне завдання; критерії оцінювання.

7. Самоаналіз цифрової компетентності. Завдання: Провести самооцінювання рівня власної цифрової грамотності за такими критеріями: пошук і перевірка інформації; робота з цифровими інструментами; захист персональних даних; академічна доброчесність; створення власного медіаконтенту. Результат: аналітичний звіт з визначенням напрямів професійного розвитку.

Додаткові задачі

Задача 1. Створення власного медіاپовідомлення з етичним підходом. Завдання: Розробіть постер або сторіс на тему “Безпека в інтернеті” або “Критичне мислення в медіа”. Врахуйте, що ваше повідомлення має бути не маніпулятивним, без стереотипів, з чіткою метою та аудиторією. Результат: Готовий макет (постер/сторіс) + короткий опис: тема, мета, цільова аудиторія, які візуальні засоби використані і чому.

Задача 2. Порівняльний аналіз двох медіاپовідомлень

Завдання: Оберіть два схожих за темою медіاپовідомлення (наприклад, два рекламні плакати або два меми на одну тему). Проведіть порівняльний аналіз за такими параметрами: стиль і композиція, джерело і контекст, мета і аудиторія, наявність маніпуляцій або стереотипів, загальне етичне враження. Результат: Таблиця або короткий текст (до 1 сторінки) з висновками про відмінності та спільні риси.

Задача 3. “Декодування” реклами

Завдання: Візьміть рекламний плакат або банер (будь-який). Напишіть короткий “декодований” текст, тобто розшифруйте, що саме рекламіст хоче сказати поза словами: які емоції викликає, які символи використовуються, що саме пропонується, які приховані сенси можуть бути. Результат: Короткий текстовий аналіз (до 1 сторінки) або схема з поясненнями.

Задача 4. Аналіз впливу візуального повідомлення на аудиторію

Завдання: Оберіть 1 медіاپовідомлення (плакат, мем, сторіс, відео) і визначте які емоції воно викликає, які цінності або думки формує, які можливі реакції аудиторії, чи може воно спричинити конфлікт або маніпуляцію. Результат: Короткий письмовий висновок (до 1 сторінки).

Задача 5. Створення інфографіки “Як розпізнати маніпуляцію”

Завдання: Розробіть інфографіку (у будь-якій графічній програмі) з переліком 6–8 основних ознак маніпуляції у візуальних медіа. Приклади ознак: емоційне навантаження, перебільшення, відсутність джерел, фреймінг, стереотипізація тощо. Результат: Готова інфографіка + короткий опис, як її можна застосувати в освітньому процесі.

Приклади додаткових задач

1. Порівняльний аналіз моделей цифрової компетентності. Завдання: Проаналізувати міжнародні та українські моделі цифрової компетентності (наприклад: DigComp, DigCompEdu, рамка НУШ). Необхідно: подати коротку характеристику кожної моделі (з посиланням на джерело); визначити ключові компоненти; порівняти підходи до формування

цифрових навичок; пояснити, як ці моделі можуть бути інтегровані в мистецьку освіту. Результат: порівняльна таблиця + аналітичний висновок (1 сторінка).

2. Аналіз візуальних маніпуляцій у цифровому мистецтві. Завдання: Дослідити приклади візуальних маніпуляцій у сучасному цифровому середовищі (фотоколажі, дипфейки, AI-зображення, рекламна графіка). Необхідно: визначити тип маніпуляції; проаналізувати використані візуальні засоби; оцінити етичні наслідки; сформулювати рекомендації щодо відповідального використання технологій у мистецтві. Результат: аналітична таблиця + експертний висновок (1 сторінка).

3. Оцінювання освітніх онлайн-платформ для мистецької підготовки. Завдання: Проаналізувати 2–3 освітні онлайн-платформи (Coursera, Prometheus, Skillshare, YouTube-курси тощо). Необхідно: визначити якість контенту; оцінити доступність та структуру навчання; проаналізувати розвиток цифрових та творчих компетентностей; визначити ризики (поверховість знань, відсутність академічної доброчесності тощо). Результат: порівняльна таблиця + висновки щодо доцільності використання у мистецькій освіті.

4. Дослідження авторського права у цифровому середовищі. Завдання: Проаналізувати нормативну базу щодо авторського права у сфері цифрового мистецтва. Необхідно: подати визначення понять: авторське право, суміжні права, ліцензія Creative Commons; визначити проблемні аспекти використання ШІ у творчості; пояснити ризики порушення авторських прав у студентських роботах. Результат: структурована таблиця + аналітичний коментар (1 сторінка).

5. Самооцінка та аудит цифрової творчої діяльності. Завдання: Провести аналіз власного цифрового портфоліо або навчального проєкту. Необхідно: оцінити відповідність принципам інфомедійної грамотності; визначити рівень критичного відбору інформації; проаналізувати використання джерел; оцінити дотримання авторського права; сформулювати напрями вдосконалення. Результат: аналітичний звіт (1–2 сторінки).

8. Інтеграція ШІ в мистецьку освіту: можливості та обмеження. Завдання: Проаналізувати використання інструментів штучного інтелекту в підготовці дизайнерів. Необхідно: визначити переваги (прискорення процесів, генерація ідей); окреслити ризики (зниження креативності, залежність від алгоритмів); сформулювати рекомендації щодо педагогічного використання ШІ. Результат: таблиця «переваги/ризики» + аналітичний висновок.



1.3. Візуальні медіа в мистецтві: як розпізнавати, аналізувати та створювати змістовні художні зображення

Поняття візуальних медіа та їх роль у сучасному мистецтві

Візуальні медіа є однією з ключових форм комунікації в сучасному культурному просторі. Під поняттям *візуальні медіа* розуміють сукупність засобів і технологій передавання інформації за допомогою зорових образів, знаків, символів, композицій та візуальних кодів. У мистецтві візуальні медіа виступають не лише інструментом відображення реальності, а й повноцінною художньою мовою, здатною передавати складні ідеї, емоції, соціальні та філософські смисли.

Художня комунікація за допомогою візуальних медіа базується на взаємодії між автором, твором і глядачем. Автор закладає у візуальний образ певне повідомлення, яке може бути прочитане глядачем через інтерпретацію форми, кольору, композиції, символіки та контексту. На відміну від вербальної мови, візуальна комунікація має багатозначний характер і допускає різні рівні прочитання залежно від культурного досвіду, освіти та емоційного стану реципієнта.

У сучасному мистецтві візуальні медіа часто виконують функцію соціального діалогу. Вони реагують на актуальні події, транслюють громадянську позицію митця, порушують питання ідентичності, пам'яті, війни, екології, технологічного розвитку. Особливої ваги візуальні медіа набувають в умовах інформаційного перевантаження, коли зоровий образ стає швидким і ефективним способом передавання сенсів.

Крім того, візуальні медіа формують нові способи мислення – візуальне мислення, яке ґрунтується на асоціаціях, метафорах і образних структурах. Для художника або дизайнера володіння мовою візуальних медіа є необхідною умовою професійної діяльності, адже саме через образ відбувається комунікація з масовою та спеціалізованою аудиторією.

Візуальні медіа в мистецтві охоплюють широкий спектр форм і жанрів, які постійно розширюються та трансформуються під впливом технологій. До традиційних видів візуальних медіа належать живопис, графіка, скульптура, декоративно-прикладне мистецтво. Вони формували основи візуальної культури протягом століть і залишаються важливими носіями художніх цінностей.

З розвитком технічних засобів з'являються нові медіаформи, серед яких фотографія, кіно, відеоарт, анімація. Фотографія стала революційним засобом фіксації реальності, але водночас відкрила можливості для художнього експерименту, концептуального мистецтва та документальних практик. Кіно й відеоарт дозволяють поєднувати зорові образи з часом, рухом і звуком, створюючи багатовимірний художній простір.

Особливе місце у сучасному мистецтві займають цифрові візуальні медіа: цифрова ілюстрація, 3D-графіка, інтерактивні інсталяції, медіаарт,

VR та AR-проекти. Ці форми поєднують мистецтво з програмуванням, дизайном і наукою, розширюючи межі художнього висловлювання. Глядач у таких проєктах часто стає активним учасником процесу, що змінює традиційну модель сприйняття мистецтва.

Окремо слід виділити візуальні медіа масової культури: рекламу, плакат, комікс, ілюстрацію, цифрові платформи та соціальні мережі. Хоча ці форми мають прикладний характер, вони активно впливають на естетичні смаки суспільства та формують візуальну грамотність. Межа між «високим» мистецтвом і масовими візуальними медіа поступово стирається, що є характерною ознакою сучасної культури.

Таким чином, різноманіття візуальних медіа створює складну систему художніх засобів, у якій митець обирає форму відповідно до ідеї, теми та цільової аудиторії.

Цифрове медіасередовище суттєво змінило не лише способи створення та поширення мистецтва, а й саму його природу. Мистецтво перестає бути статичним об'єктом і перетворюється на процес, подію або інтерактивний досвід. Завдяки цифровим технологіям художники отримали доступ до нових інструментів, що дозволяють експериментувати з формою, простором і часом.

Однією з ключових трансформацій є демократизація мистецтва. Онлайн-платформи, соціальні мережі та цифрові галереї дають можливість митцям представляти свої роботи без посередників, а глядачам – вільно взаємодіяти з художнім контентом. Водночас це створює нові виклики, пов'язані з перенасиченням візуального простору та знеціненням образів.

Цифрове середовище також змінює поняття авторства та оригінальності. Репродукованість, ремікс, колаж, використання штучного інтелекту ставлять під сумнів традиційні уявлення про унікальний твір мистецтва. Художник дедалі частіше виступає не лише творцем, а й куратором, дослідником або режисером візуального процесу.

Важливою особливістю сучасного медіамистецтва є міждисциплінарність. Візуальні медіа поєднуються з музикою, літературою, перформансом, наукою та технологіями, утворюючи синтетичні художні практики. Такий підхід відповідає запитам сучасного суспільства, яке сприймає світ фрагментарно та багатоканально.

Отже, трансформація мистецтва в умовах цифрового медіасередовища відкриває нові можливості для творчості, але водночас вимагає від митця високого рівня візуальної, медіа- та інфомедійної грамотності. Уміння аналізувати, критично оцінювати та свідомо створювати візуальні образи стає ключовою компетентністю сучасного художника і дизайнера.

Візуальна грамотність як основа роботи з медіаобразами

Візуальна грамотність – це здатність сприймати, аналізувати, інтерпретувати та створювати візуальні образи з усвідомленням їхнього

змісту, функцій та впливу на аудиторію. У широкому сенсі це уміння читати «візуальну мову», розуміти її коди, символи, стилі та способи передачі інформації. Візуальна грамотність охоплює не лише сприйняття, а й активну творчу діяльність: створення зображень, формування композицій, вибір кольору, типографіки, символіки та графічних метафор.

У сучасному світі візуальна грамотність стає необхідною компетентністю, оскільки інформація дедалі частіше подається через зображення: фотографії, відео, інфографіку, меми, рекламу, цифрові інтерфейси, соціальні мережі. Здатність розпізнавати маніпуляції, візуальні стереотипи, пропаганду або емоційний вплив з боку медіа є критичною для сучасної людини, особливо для дизайнера, який формує візуальний простір і впливає на масову свідомість.

Для дизайнера візуальна грамотність є базовою професійною компетентністю. Вона дозволяє усвідомлено вибирати візуальні засоби для передачі ідеї; формувати зрозумілі та етичні повідомлення; аналізувати та оцінювати якість візуальних матеріалів; розпізнавати візуальні маніпуляції та їхні механізми; створювати візуальний контент, який відповідає етичним, культурним і соціальним нормам.

Важливо підкреслити, що візуальна грамотність – це не лише технічні навички (володіння графічними програмами), а й уміння мислити образами, розуміти символіку, контекст, культурні значення та психологічні механізми впливу.

Кодування та декодування є основними процесами в роботі з візуальними медіа. Кодування – це створення візуального повідомлення, у якому автор закладає певні сенси, емоції та ідеї за допомогою образів, кольору, композиції, типографіки, символів і стилю. Декодування – це процес читання цього повідомлення глядачем, який інтерпретує образ залежно від свого культурного досвіду, освіти, світогляду та емоційного стану.

При кодуванні дизайнер або митець обирає засоби вираження (кольори, шрифти, композицію, стилістику); символи та знаки (патріотичні, культурні, історичні, соціальні); платформу розповсюдження (плакат, веб, соціальні мережі, інсталяція); аудиторію (цільову групу, її цінності, очікування, мовні та культурні особливості). Автор також має усвідомлювати, що будь-який візуальний знак має багатозначність. Один і той самий образ може мати різні прочитання залежно від контексту. Декодування відбувається в голові глядача через порівняння з особистим досвідом; зв'язок з культурними та соціальними кодами; емоційні асоціації; контекстуальне прочитання (де і в якому середовищі побачено зображення). У цьому процесі важливо розуміти, що повідомлення може бути успішно прочитане (когнітивне розуміння ідеї); частково зрозуміле (втрачається частина сенсу); неправильно інтерпретоване (виникає спотворення смислу); маніпулятивно сприйняте (переважає емоційний вплив). Таким чином,

кодування та декодування – це дві сторони однієї медіа-комунікації, і саме візуальна грамотність дозволяє зробити цей процес ефективним і етичним.

Візуальні образи мають потужний вплив на людину, оскільки вони діють на рівні емоцій, асоціацій та підсвідомих реакцій. Візуальний контент здатний викликати миттєві емоції, формувати ставлення до подій, брендів, людей та ідей. Саме тому візуальна комунікація є одним із найефективніших інструментів у рекламі, пропаганді, мистецтві та дизайні.

Емоційний вплив. Колір, форма, контраст, ритм, композиція, світло і тінь – усе це працює як «психологічний код», що викликає емоції. Наприклад: теплі кольори можуть створювати відчуття енергії та тепла; холодні – спокою або відстороненості; різкий контраст – напруги або агресії; м'які лінії – гармонії та комфорту. Емоційний вплив часто працює автоматично і може не усвідомлюватися глядачем. У цьому полягає одна з причин, чому візуальна маніпуляція є настільки ефективною: людина може «відчути» образ, не аналізуючи його логічно.

Когнітивний вплив. Когнітивне сприйняття пов'язане з розумінням сенсу, структури і логіки образу. Візуальні образи можуть передавати інформацію (інфографіка, схема, діаграма); пояснювати складні процеси (візуалізація даних); формувати знання та цінності (плакат, ілюстрація, культурні символи); стимулювати критичне мислення (концептуальне мистецтво, медіапроекти). Когнітивний вплив також пов'язаний з тим, що образи можуть формувати стереотипи та упередження. Якщо візуальний контент повторює певні символи або зображення з певною емоційною «навантаженістю», він закріплює певний тип мислення у суспільстві.

Візуальна грамотність як захист від маніпуляції. Оскільки візуальні образи можуть впливати на емоції та думки, візуальна грамотність стає інструментом захисту. Вона дозволяє розпізнавати маніпулятивні техніки; аналізувати приховані смисли та меседжі; оцінювати достовірність інформації; розуміти, як візуальний контент формує ставлення до реальності. Для дизайнера це також означає відповідальність: створюючи візуальний образ, він має усвідомлювати, який вплив матиме його робота на аудиторію, і уникати етичних помилок.

Розпізнавання та критичний аналіз візуальних медіаповідомлень

Критичний аналіз візуального повідомлення починається з визначення трьох ключових компонентів: джерела, контексту та мети. Саме вони визначають, як і навіщо було створено зображення, і які впливи воно має на аудиторію.

Джерело – це організація, автор, платформа або медіа, які створили або поширили візуальний контент. Джерело визначає рівень достовірності інформації; можливі інтереси або упередження; стилістику подачі та вибір візуальних засобів. Для дизайнера важливо навчитися визначати, хто є автором (індивідуальний автор, бренд, державна структура, ЗМІ);

аналізувати репутацію джерела; оцінювати, чи є у джерела політичні, комерційні або ідеологічні мотиви.

Контекст – це обставини, у яких було створено і розповсюджено зображення: час, місце, соціально-політична ситуація, культурне середовище, цільова аудиторія. Контекст допомагає зрозуміти: чому саме так подано інформацію; які значення приховані у символах; які емоції мають бути викликані у глядача. Наприклад, один і той самий символ може мати різне значення у різних країнах або історичних періодах. У сучасному медіапросторі важливо враховувати, що контекст може змінюватися дуже швидко – у зв’язку з подіями, війною, політичними процесами, кризами.

Мета – це те, що автор хоче досягти через візуальне повідомлення. Мета може бути: інформувати; переконати; залучити; розважити; вплинути на думку або поведінку. У дизайні мова йде про комунікативну функцію: дизайнер повинен не лише красиво оформити зображення, а й передати ідею, дотримуючись етичних норм. Аналіз мети допомагає визначити, чи є повідомлення нейтральним, пропагандистським або маніпулятивним.

Маніпуляція у візуальних медіа – це використання зображень, композиції, кольору, символів та контексту для впливу на емоції і думки аудиторії з метою спотворити реальність або приховати правду. Маніпулятивні прийоми можуть бути як явними, так і тонкими.

Основні маніпулятивні прийоми:

1) Вибірковість кадру (фреймінг). Автор обирає лише певні фрагменти реальності, що підкреслюють потрібний меседж, а інші – приховує. *Приклад*: показати тільки щасливих людей у рекламі продукту, ігноруючи негативні аспекти.

2) Емоційна візуалізація. Зображення підбирається так, щоб викликати сильні емоції (жалість, страх, гнів, захоплення). *Приклад*: використання драматичних фото в благодійних кампаніях.

3) Використання стереотипів. Застосування стереотипних образів для швидкого формування думки. *Приклад*: “усміхнена домогосподарка” або “агресивний чоловік”.

4) Візуальне перебільшення або зменшення. Змінюється масштаб, контраст, яскравість, щоб створити певний ефект. *Приклад*: перебільшення розміру проблеми або продукту.

5) Приховані символи та метафори. Використання образів, які мають додаткові значення, неочевидні на перший погляд. *Приклад*: використання кольору або тварин як символів певних якостей.

6) Підміна причин і наслідків. Зображення подається так, ніби певна подія стала наслідком конкретної дії, хоча це може бути невірним. *Приклад*: “після використання продукту – щастя”, без доказів причинності.

7) Створення “внутрішньої правди”. Коли зображення не є фактом, але подається як беззаперечна істина. *Приклад*: фейкові фото або маніпуляція графікою.

Маніпуляція у візуальних медіа – це не завжди зло, але вона завжди є інструментом впливу. Критичний аналіз допомагає розпізнати її і не піддаватися на емоційний тиск.

Стереотипи – це спрощені, часто повторювані образи, які швидко «читаються» аудиторією. Вони базуються на загальних уявленнях про людей, нації, професії, соціальні ролі. У візуальній культурі стереотипи можуть бути позитивними (ідеалізація); негативними (дискримінація); нейтральними (стереотипні шаблони).

Стереотипи часто використовують у рекламі, політичній комунікації, медіа. Вони можуть бути ефективними, але водночас небезпечними, бо закріплюють упередження та обмежують різноманітність.

Символ – це знак, який має значення, що виходить за межі його фізичної форми. Символи можуть бути культурними (національні, релігійні, історичні); універсальними (серце як символ любові, голуб – миру); локальними (символи конкретного регіону або спільноти).

Для дизайнера важливо розуміти символи можуть мати різні значення в різних культурах; символіка може бути історично навантаженою; символи можуть бути інтерпретовані по-різному залежно від контексту.

Культурні коди – це сукупність умовностей, норм, символів і смислів, які властиві певній культурі або спільноті. Вони визначають, як люди “читають” образи, які значення вони їм приписують. Наприклад: колір може мати різні значення: білий у західній культурі часто асоціюється з чистотою, а в деяких азійських культурах – з трауром; образ матері може викликати різні асоціації в різних суспільствах; певні тварини можуть бути символами удачі або нещастя.

Культурні коди важливі для дизайнера, оскільки вони визначають, чи буде візуальне повідомлення сприйнято правильно; допомагають уникати культурних помилок та непорозумінь; дозволяють створювати контент, що резонує з аудиторією.

Критичний аналіз візуальних медіаповідомлень передбачає визначення джерела, контексту та мети повідомлення; розпізнавання маніпулятивних прийомів; розуміння впливу стереотипів, символів та культурних кодів на сприйняття. Ці навички є фундаментальними для дизайнера, який працює в медійному середовищі і формує візуальну реальність.

Аналіз художнього зображення в медіапросторі.

Аналіз художнього зображення в медіапросторі починається з розуміння того, що будь-який елемент композиції не є випадковим. Композиція, колір, форма, типографіка – це не лише естетичні складові, а й носії сенсу, які впливають на сприйняття та інтерпретацію повідомлення.

Композиція – це організація елементів у просторі, їх взаємне розташування, ритм, баланс, акценти. Композиція визначає, як глядач «читатиме» зображення: куди дивитиметься першим, які елементи будуть

домінантними, які – другорядними. Композиційні прийоми можуть бути використані для створення фокусу уваги; передавання динаміки або спокою; формування символічних смислів (наприклад, центр як місце сили або влади); побудови наративу (розповіді) через розташування об'єктів.

Колір – один з найпотужніших засобів передачі емоцій та смислу. Колір може викликати емоції (тепло/холод, радість/смуток); підкреслювати символіку (національні кольори, релігійні значення); створювати атмосферу (світлий/темний, насичений/приглушений); впливати на сприйняття простору (візуально збільшувати/зменшувати). Колір також пов'язаний із культурними кодами: один і той самий колір може мати різні значення в різних культурах (наприклад, білий колір у західній культурі асоціюється з чистотою, а в деяких країнах – з трауром).

Форма визначає характер зображення: плавність, гостроту, геометричність, органічність. Форми можуть передавати: м'якість та гармонію (круглі, плавні лінії); напруження та агресію (гострі, ламані форми); стабільність (прямі лінії, геометричні фігури); рух (динамічні лінії, діагоналі). Форма також впливає на читабельність і сприйняття структури зображення.

Типографіка – це вибір шрифту, розміру, міжрядкових інтервалів, накреслення, кернінгу. Типографіка має не лише функцію читання, а й передає характер повідомлення: жирний шрифт підкреслює важливість, силу, акцент; елегантний шрифт може створювати відчуття вишуканості; грубий шрифт – силу, напругу, агресію; каліграфічний шрифт – традицію, культуру, мистецькість. Типографіка також визначає, наскільки легко сприймається текст, як він взаємодіє із зображенням, чи не «конкурує» за увагу.

Візуальне повідомлення у медіапросторі найчастіше складається з тексту та зображення, які разом утворюють єдиний сенс. Взаємодія тексту і зображення може бути: 1) доповнювальною (текст пояснює зображення або навпаки. Наприклад, заголовок підсилює сенс і направляє інтерпретацію); 2) контрастною (текст і зображення мають різні смисли, що створює ефект іронії або провокації. Це часто використовується в рекламних кампаніях та політичній сатирі); 3) підсилювальною (текст підсилює емоційний ефект зображення, додає емоційний заряд або посилює повідомлення); 4) нейтральною (текст лише інформує, а зображення є ілюстрацією. Такий тип взаємодії часто зустрічається у новинах або інформаційних матеріалах).

Важливо пам'ятати, що неправильна взаємодія може спотворити сенс або створити неоднозначність. Дизайнер має контролювати баланс: текст не повинен перекривати зображення, а зображення – робити текст нерозбірливим.

Семантика – це наука про значення. У контексті візуального мистецтва семантика означає розуміння того, які значення закладені в

образі, які символи використовуються, які культурні та соціальні коди активуються.

Кожен елемент зображення несе смислове навантаження: предмети можуть бути символами (книга – знання, ланцюги – обмеження); кольори – емоційними або культурними знаками; композиція – відображення влади, домінування, ієрархії; жести та пози – символізують відносини, стан, роль.

Семантичний аналіз включає питання: що зображено; що це може означати; які асоціації викликає; що є центральним, а що – другорядним; який контекст може впливати на інтерпретацію. Інтерпретація – це процес читання та пояснення значення образу. Вона залежить від культурного досвіду глядача; його освіти та світогляду; соціальних стереотипів; історичного контексту. Інтерпретація може бути більш об'єктивною (на основі фактів, символів, контексту); більш суб'єктивною (особисті асоціації, емоції, досвід). У медіапросторі інтерпретація часто підсилюється додатковими факторами: підписами, заголовками, коментарями, репостами, алгоритмами соціальних мереж.

Аналіз художнього зображення в медіапросторі – це комплексний процес, який включає аналіз композиції, кольору, форми та типографіки як носіїв сенсу; розуміння взаємодії тексту і зображення; семантичний аналіз і інтерпретацію образу в культурному та соціальному контексті.

Ці навички є фундаментальними для дизайнера, який працює у цифровому середовищі, оскільки вони дозволяють створювати змістовні, етичні та зрозумілі медіаповідомлення.

Створення змістовних художніх зображень у цифровому середовищі

Створення змістовного художнього зображення починається з ідеї, яка формує основу для майбутнього образу. Ідея – це не просто думка, а концептуальна основа, що визначає зміст, мету та форму майбутньої роботи. Для дизайнера ідея – це «каркас», на який накладається візуальний стиль, композиція, колір, типографіка та інші елементи.

Процес переходу від ідеї до візуальної концепції можна описати такими етапами:

Формулювання теми та завдання: визначення проблеми або повідомлення, яке потрібно передати; визначення цільової аудиторії та її особливостей; визначення формату (плакат, пост, банер, ілюстрація, інфографіка).

Збір інформації та аналіз: дослідження теми, історичного та культурного контексту; аналіз аналогічних робіт (кейси, приклади, тренди); визначення ключових елементів, які повинні бути присутні у роботі.

Пошук ідей та візуальних метафор: створення асоціативних карт, ескізів, схем; пошук метафор, символів, образів, які можуть передати ідею; генерація кількох варіантів концепцій.

Розробка візуальної концепції: вибір стилю (реалізм, мінімалізм, абстракція, сюрреалізм тощо); визначення композиційної структури; вибір кольорової палітри, типографіки, графічних елементів; створення moodboard (настрійної дошки) або концепт-скетчу.

Тестування та адаптація: перевірка, чи читається повідомлення; аналіз, чи не містить робота небажаних символів або неоднозначностей; адаптація під різні формати та платформи (соцмережі, друк, веб).

Таким чином, візуальна концепція – це системна модель майбутнього зображення, що включає ідею, стиль, композицію, кольори та смислові акценти. Вона є керівним документом для подальшої реалізації роботи.

Референси – це джерела візуальних прикладів, які допомагають дизайнеру сформувавши стиль, композицію або естетику майбутньої роботи. Референси можуть бути як професійними (роботи відомих дизайнерів, ілюстраторів, художників), так і з повсякденного життя (фото, відео, архітектура, природа). Однак робота з референсами має бути усвідомленою і етичною, оскільки існує межа між натхненням і копіюванням.

Основні правила роботи з референсами: 1. Збирати референси цілеспрямовано. 2. Визначити, що саме ви шукаєте: колір, композицію, стиль, типографіку, світло, атмосферу тощо. 3. Аналізувати референси. Потрібно не лише «запозичити» образ, а й зрозуміти, як він працює: які елементи створюють настрій; які прийоми композиції використовуються; які смисли закладені в символи. 4. Уникати прямого копіювання. Референс має бути точкою відліку, а не готовим рішенням. Слід створювати власну інтерпретацію. 5. Дотримуватися авторського права. Якщо ви використовуєте чужі роботи як основу, потрібно перевіряти ліцензії (CC, royalty-free тощо); вказувати авторство, якщо це необхідно; не використовувати роботи без дозволу у комерційних проєктах. 6. Використовувати достовірні джерела. Працювати з інформацією з перевірених ресурсів: художні архіви, бібліотеки, наукові джерела, офіційні сторінки авторів, музеї, авторитетні медіа. 7. Фіксувати джерела. Зберігати посилання, назви авторів, дату створення, щоб у разі потреби підтвердити походження референсу. Робота з референсами – це не лише про стиль, а й про поглиблене розуміння історії мистецтва, культурних кодів та сучасних трендів.

У цифровому середовищі дизайнер постійно стикається з питаннями етики та права. Візуальний контент може мати значний вплив на суспільство, тому важливо дотримуватися норм етичної поведінки та законодавства.

Етичні аспекти: повага до глядача (дизайнер не маніпулювати аудиторією через приховані меседжі або нав'язливі емоційні образи); уникання дискримінації (не можна використовувати стереотипні, принизливі або дискримінаційні образи щодо національності, гендеру, віку, релігії, соціального статусу); повага до культурних кодів (не слід

використовувати символіку інших культур без розуміння її значення, щоб не образити спільноту); чесність у візуальній комунікації (важливо уникати фейків, маніпуляцій, підміни фактів, неправдивих тверджень); етичність у комерційному дизайні (комерційний дизайн не має вводити споживача в оману (наприклад, щодо властивостей продукту, його ефективності, складових).

Правові аспекти

Авторське право. Усі візуальні матеріали (фото, ілюстрації, шрифти, логотипи) можуть бути захищені авторським правом. Використання чужих матеріалів без дозволу є порушенням.

Ліцензії. Перед використанням зображення чи графіки необхідно перевіряти умови ліцензії: Creative Commons (CC); royalty-free; комерційні ліцензії; ліцензії на шрифти.

Права на зображення людей. Використання фото людей потребує дозволу (модельної згоди), особливо у комерційних проєктах.

Порушення товарних знаків. Не можна використовувати логотипи або брендові знаки без дозволу власника, особливо якщо це може створити враження партнерства чи схвалення.

Захист персональних даних. Публікація фото чи даних без згоди може порушувати права людини на приватність.

Створення змістовних художніх зображень у цифровому середовищі – це комплексний процес, який включає трансформацію ідеї в концепцію; роботу з референсами та джерелами; дотримання етичних норм та правових вимог. Ці аспекти є ключовими для формування професійної компетентності дизайнера та забезпечення якісної, відповідальної візуальної комунікації.

Візуальні медіа в графічному дизайні та мистецькій освіті

Візуальні медіа відіграють ключову роль у сучасній освіті, особливо в мистецькій сфері. Вони є не лише інструментом комунікації, а й потужним засобом формування знань, умінь і компетентностей. У графічному дизайні візуальні медіа виступають як основний матеріал, з яким працює студент: від аналізу образів до створення власних проєктів.

Основні напрямки освітнього потенціалу візуальних медіа:

1. Підвищення візуальної грамотності. Студент вчиться «читати» образи, розпізнавати символи, розуміти композицію, колір, типографіку. Це формує здатність аналізувати візуальний контент критично та усвідомлено.
2. Розвиток творчого мислення. Візуальні медіа стимулюють генерацію ідей, пошук нових форм і стилів, розвиток інтуїції та естетичного смаку. Вони створюють умови для експерименту та самовираження.
3. Формування цифрових компетентностей. У роботі з візуальними медіа студент освоює графічні програми, інструменти редагування, роботу з цифровими форматами, адаптацію контенту під різні

платформи. Це є важливою складовою професійної підготовки дизайнера.

4. Підготовка до професійної діяльності. Візуальні медіа в освіті допомагають студентам розуміти, як створюється сучасний медіапростір: реклами, бренди, інфографіка, веб-дизайн, анімація. Це формує практичні навички, які необхідні у професії.
5. Підвищення медіакультури. Завдяки візуальним медіа студенти набувають навичок розпізнавання маніпуляцій, фейків, пропаганди. Вони вчаться критично ставитися до контенту та аналізувати його джерела.

Таким чином, візуальні медіа стають інструментом не лише художньої творчості, а й соціального виховання, формування відповідального ставлення до інформації та комунікації.

Критичне мислення – це здатність аналізувати інформацію, ставити питання, розпізнавати логічні помилки, оцінювати аргументи та формувати власну позицію. У мистецькій освіті критичне мислення формується через аналіз візуальних творів, дискусії, порівняння різних художніх підходів і рефлексію.

Як мистецтво розвиває критичне мислення:

1. Аналіз візуальних творів. Студент вчиться розпізнавати зміст, символіку, культурні коди, емоційний вплив образу. Він вчиться розуміти, що зображення не є нейтральним, а має ідеологічний, соціальний або культурний підтекст.
2. Порівняння різних інтерпретацій. Один і той самий образ може бути прочитаний по-різному. Обговорення різних інтерпретацій формує здатність бачити множинність сенсів і враховувати контекст.
3. Дискусії та аргументація. У мистецькій освіті важливо навчити студентів аргументувати свою позицію: чому саме так інтерпретується образ, які елементи на це вказують, які культурні чи історичні фактори впливають.
4. Рефлексія та самокритика. Студент вчиться оцінювати власні роботи: що вийшло, що можна покращити, які символи були недоречними, чи не виникає непорозуміння у аудиторії.
5. Проектна діяльність. Під час створення власних медіапроектів студент стикається з необхідністю приймати рішення: вибір стилю, кольору, символіки, комунікаційної стратегії. Це розвиває вміння приймати обґрунтовані рішення.

Критичне мислення у мистецькій освіті – це не лише аналіз, а й здатність свідомо формувати візуальні повідомлення, враховуючи етичні, соціальні та культурні аспекти.

Інфомедійна грамотність – це здатність ефективно працювати з інформацією в медійному просторі: знаходити, аналізувати, оцінювати, створювати та відповідально поширювати інформацію. Для дизайнера

інфомедійна грамотність є невід’ємною професійною компетентністю, оскільки його діяльність безпосередньо пов’язана з формуванням візуального контенту та впливом на аудиторію.

Компоненти інфомедійної грамотності дизайнера:

1. Аналітичні навички
 - аналіз джерел інформації;
 - оцінка достовірності даних;
 - розпізнавання маніпуляцій і фейків.
2. Критичне мислення
 - здатність ставити питання до медіаповідомлення;
 - розуміння причинно-наслідкових зв’язків;
 - оцінка логіки і аргументації.
3. Етична відповідальність
 - дотримання норм авторського права;
 - повага до культурних кодів і прав людини;
 - уникнення дискримінації та маніпуляцій.
4. Цифрова грамотність
 - володіння графічними редакторами;
 - знання форматів, кольоропередачі, роздільної здатності;
 - навички безпечної роботи в мережі (захист даних, безпека файлів).
5. Комунікативні навички
 - здатність створювати зрозумілі візуальні повідомлення;
 - адаптація контенту під різні платформи;
 - робота з аудиторією та її потребами.

Значення інфомедійної грамотності для професії дизайнера:

- ✓ дизайнер формує візуальну реальність і впливає на суспільну думку;
- ✓ він відповідає за якість інформації, яку поширює;
- ✓ він повинен створювати контент, що не вводять в оману, не маніпулює і не дискримінує;
- ✓ він повинен вміти працювати з великими обсягами інформації, відбирати найважливіше і подавати його зрозуміло.

Інфомедійна грамотність – це не лише навичка, а професійна етика дизайнера, яка формує його компетентність у сучасному цифровому суспільстві.

Практичні підходи та кейси

Сучасне візуальне мистецтво є різноманітним за формами, стилями та технологіями. Воно включає цифрові інсталяції, вуличне мистецтво, графічні серії, NFT, медіарт, відеоарт, а також інші форми, які активно інтегруються в медіапростір. Аналіз таких прикладів допомагає студентам зрозуміти сучасні тенденції, механізми впливу та методи комунікації через образ.

Основні етапи аналізу:

1. Опис зображення. Визначення композиції, основних елементів, кольорової гами, форм, текстових вставок. Важливо зафіксувати те, що видно на поверхні.

2. Ідентифікація контексту. Визначення часу створення, культурного середовища, суспільних подій, які могли вплинути на зміст. Контекст допомагає зрозуміти, чому художник обрав саме такі засоби вираження.

3. Аналіз смислу та символіки. Визначення символів, метафор, культурних кодів, що присутні в творі. Розпізнавання прихованих значень і підтексту.

4. Оцінка впливу на аудиторію. Які емоції викликає образ? Які реакції може спровокувати? Чи містить він провокаційні чи етичні питання?

5. Критичне осмислення. Визначення, чи є твір маніпулятивним, чи містить стереотипи, чи є у ньому елементи пропаганди. Аналіз сильних і слабких сторін композиції.

Аналіз кейсів сучасного мистецтва дозволяє студентам бачити, як художник будує образ, як працює візуальна риторика, як формується смисл і як впливає на глядача. Це є основою для розвитку професійної інтуїції та критичного мислення.

Практичні завдання спрямовані на застосування теоретичних знань у творчій діяльності. Вони допомагають студентам опанувати процес створення художнього медіаобразу: від ідеї до готового візуального продукту.

Приклади практичних завдань:

1. Створення візуальної метафори. Завдання: обрати тему (наприклад, “свобода”, “пам’ять”, “трансформація”) і створити візуальну метафору у вигляді постера або ілюстрації. Мета: розвинути здатність передавати складні ідеї через образи та символи.

2. Ребрендинг соціальної ініціативи. Завдання: розробити візуальну концепцію для соціальної кампанії (наприклад, “безпека в інтернеті”, “повага до різних культур”, “підтримка військових”). Мета: навчитися працювати з комунікаційною стратегією, враховувати аудиторію та етичні аспекти.

3. Композиційний експеримент. Завдання: створити серію з 3–5 зображень, де композиція змінюється (симетрія, асиметрія, радіальна, діагональна). Мета: опанувати основи композиції та візуальної динаміки.

4. Візуальний нарис “Мій медіапростір”. Завдання: створити колаж або цифрову ілюстрацію, що відображає вплив медіа на особистість (новини, соцмережі, реклама). Мета: підвищити медіаосвідомість, показати критичне ставлення до контенту.

5. Створення авторського медіаповідомлення. Завдання: розробити короткий медіапроект (постер, банер, сторіс, міні-відео), який

має чітку ідею, структуру і заклик до дії. Мета: навчитися створювати змістовний контент, який не маніпулює, а інформує та мотивує.

Кожне завдання має бути супроводжене коротким поясненням: що саме ви хотіли сказати, які засоби обрали, які символи використовували.

Рефлексія – це процес усвідомлення власної творчої діяльності, аналізу результатів і виявлення шляхів вдосконалення. Вона допомагає студентам зрозуміти, що працює у їхній роботі, а що потребує корекції.

Етапи рефлексії:

1. Опис процесу створення. Які етапи були пройдені? Які труднощі виникали? Які рішення були прийняті?

2. Аналіз результату. Що вийшло успішно? Що можна було зробити краще? Чи досягнута основна ідея?

3. Оцінка впливу на аудиторію. Як ваша робота може бути сприйнята? Які емоції викликає? Чи є ризик неправильного прочитання?

4. Оцінка етичних аспектів. Чи не містить робота маніпуляцій? Чи не порушує права інших людей? Чи поважає культурні коди?

5. План вдосконалення. Які кроки зробити далі? Які технічні або концептуальні навички потрібно покращити?

Оцінювання творчих робіт може включати: самооцінку студента, взаємооцінку в групі, оцінку викладача. Критерії оцінювання:

1. Зміст і ідея. Чітко виражена тема? Є сенс і повідомлення?

2. Композиція та візуальна структура. Гармонія, баланс, ритм, логіка побудови.

3. Колір і форма. Адекватність кольорової гами, виразність форм, емоційний вплив.

4. Типографіка (якщо є). Читабельність, стиль, відповідність темі.

5. Оригінальність і творчість. Нестандартний підхід, авторська позиція.

6. Етичність і відповідальність. Відсутність дискримінації, маніпуляцій, порушення авторських прав.

Питання, тести для самоконтролю

Теоретичні питання для самоконтролю:

1. Що таке візуальне медіаповідомлення і які його складові?

2. Чому важливо визначати джерело візуального повідомлення?

3. Які види контексту впливають на інтерпретацію зображення?

4. Що таке мета повідомлення і як її визначити?

5. В чому різниця між інформаційним, рекламним та пропагандистським повідомленням?

6. Що таке маніпуляція у візуальних медіа і як її розпізнати?

7. Які маніпулятивні прийоми найчастіше використовують у рекламі?

8. Що таке «фреймінг» (вибірковість кадру) і як він впливає на сприйняття?

9. Як емоційна візуалізація впливає на рішення аудиторії?
10. Що таке візуальні стереотипи і чому вони небезпечні?
11. Як відрізнити символ від знака?
12. Що таке культурний код і як він впливає на інтерпретацію образу?
13. Які етичні ризики пов'язані з використанням стереотипів у візуальних медіа?
14. Чому важливо враховувати культурні контексти у дизайні?
15. Як критичний аналіз допомагає дизайнеру створювати відповідальні медіаобрази?

Тести для самоконтролю:

1. Джерело візуального повідомлення – це:
 - а) тільки автор зображення
 - б) організація, медіа, автор або платформа, яка створила або поширила повідомлення
 - в) тільки друковані видання
 - г) лише соціальні мережі
2. Контекст зображення включає:
 - а) лише технічні параметри (формат, роздільна здатність)
 - б) час і місце створення, соціально-культурне середовище, політичну ситуацію
 - в) тільки кольорову палітру
 - г) лише тип шрифту
3. Мета візуального повідомлення – це:
 - а) тільки естетичне задоволення глядача
 - б) кількість переглядів і лайків
 - в) основний намір автора (інформувати, переконати, продати, розважити)
 - г) формат файлу та розмір зображення
4. Маніпуляція у візуальних медіа – це:
 - а) використання будь-якого кольору
 - б) спроба вплинути на думки або емоції аудиторії через приховані або спотворені засоби
 - в) лише створення красивого зображення
 - г) використання шрифту без засад композиції
5. Фреймінг (вибірковість кадру) – це:
 - а) використання рамки навколо зображення
 - б) вибір певного фрагмента або ракурсу, який змінює значення повідомлення
 - в) техніка типографіки
 - г) процес редагування кольору
6. Який з варіантів є прикладом маніпулятивного прийому?
 - а) подання даних у вигляді інфографіки
 - б) підбір емоційних образів для впливу на почуття

- в) використання нейтральної композиції
 г) створення візуального брендингу
7. Візуальний стереотип – це:
 а) унікальний авторський стиль
 б) узагальнений, спрощений образ, який закріплює певні уявлення про групу людей чи явище
 в) технічний термін у веб-дизайні
 г) правило композиції
8. Символ відрізняється від знака тим, що:
 а) символ має культурне або метафоричне значення, а знак – пряме позначення
 б) знак завжди більший за символ
 в) символ використовується тільки в рекламі
 г) знак – це тільки текст
9. Культурний код – це:
 а) тип шрифту, який використовують у певній країні
 б) сукупність символів, образів і значень, що мають специфічне значення у певній культурі
 в) формат файлу (JPEG, PNG)
 г) колірна палітра бренду
10. Який варіант НЕ є етичним ризиком у візуальних медіа?
 а) використання маніпуляцій
 б) порушення авторських прав
 в) врахування культурного контексту
 г) стереотипізація груп людей
11. Критичний аналіз візуального повідомлення допомагає:
 а) створювати контент без сенсу
 б) розпізнавати маніпуляції, стереотипи та створювати відповідальні образи
 в) лише підбирати кольори
 г) збільшити кількість лайків
12. Що є основним показником достовірності візуального повідомлення?
 а) кількість підписників у автора
 б) перевіреність джерела, наявність підтверджень, логіка повідомлення
 в) використання яскравих кольорів
 г) кількість тексту на зображенні

Ключ відповідей

1 – б	7 – б
2 – б	8 – а
3 – в	9 – б
4 – б	10 – в
5 – б	11 – б
6 – б	12 – б

Обов'язкові та додаткові задачі, приклади:

Обов'язкові задачі

Задача 1. Аналіз джерела та контексту візуального повідомлення. Завдання: Оберіть будь-яке сучасне візуальне медіаповідомлення (постер, банер, рекламний ролик, мем, сторіс тощо). Проаналізуйте його за такими параметрами: джерело (хто створив/поширив), контекст (час, місце, подія, культурний фон), мета (інформувати, переконати, продати, розважити), аудиторія (для кого створено). Результат: Короткий письмовий аналіз (до 1 сторінки) або таблиця з зазначеними пунктами.

Задача 2. Виявлення маніпулятивних прийомів у візуальному образі. Завдання: Знайдіть 2–3 приклади візуальних медіаповідомлень (реклама, політичні плакати, новинні ілюстрації). Проаналізуйте їх на наявність маніпулятивних прийомів (емоційне навантаження, фреймінг, приховані докази, перебільшення тощо). Результат: Список прикладів із коротким поясненням, які саме прийоми використані та як вони впливають на сприйняття.

Задача 3. Аналіз візуальних стереотипів у медіа. Завдання: Оберіть 1–2 рекламні або медійні зображення (наприклад, з реклами товарів, телепередач, інтернет-оголошень). Визначте, чи присутні в них стереотипні образи (гендерні, вікові, етнічні, соціальні тощо). Результат: Короткий аналіз (до 1 сторінки), де вказано: який стереотип присутній, які елементи його підсилюють, який потенційний вплив на аудиторію.

Задача 4. Розшифровка символів і культурних кодів. Завдання: Оберіть 1 візуальне повідомлення (плакат, ілюстрацію, логотип, постер). Проаналізуйте символи та культурні коди, які в ньому використані. Вкажіть, яке значення вони мають у певній культурі та як можуть змінюватися в іншому культурному контексті. Результат: Текстовий аналіз (до 1 сторінки) або таблиця: символ → значення в культурі → можливе інше прочитання в іншому контексті.

Задача 5. Критичний аналіз медіаповідомлення (комплексна)

Завдання: Оберіть 1 медіаповідомлення (постер/ реклама/ мем/ ілюстрація). Проведіть комплексний аналіз за такими критеріями: джерело та достовірність, контекст і мета, наявність маніпуляцій, символи та культурні коди, етичні ризики. Результат: Розгорнутий аналіз (до 1,5 сторінки) або таблиця з висновками.

Приклади обов'язкових задач

1. Формальний аналіз художнього зображення

Завдання: Обрати візуальний медіапродукт (плакат, ілюстрацію, соціальну рекламу, цифровий арт) та здійснити формальний аналіз. Необхідно: визначити композицію; проаналізувати колірну палітру; охарактеризувати типографіку (за наявності); описати візуальні акценти; визначити стиль та художні прийоми. Результат: письмовий аналіз (1 сторінка) + візуальні ілюстрації.

2. Семіотичний аналіз візуального образу

Завдання: Проаналізувати зображення з точки зору знаково-символічної системи. Необхідно визначити знаки (іконічні, індексальні, символічні); пояснити їх культурний контекст; розкрити приховані смисли; визначити цільову аудиторію. Результат: аналітична таблиця + короткий висновок.

3. Розпізнавання візуальних маніпуляцій

Завдання: Обрати приклад рекламного або інформаційного зображення та визначити чи використовуються емоційні тригери; які композиційні засоби впливають на сприйняття; чи присутня перебільшена символіка; чи можливе викривлення смислу. Результат: експертний висновок (0,5–1 сторінка).

4. Створення концептуального зображення

Завдання: Розробити авторське художнє зображення на тему: «Інформаційна епоха очима митця». Необхідно сформулювати ідею; описати концепцію; визначити цільову аудиторію; обґрунтувати вибір візуальних засобів. Результат: готова робота + пояснювальна записка (0,5 сторінки).

5. Порівняльний аналіз традиційного та цифрового зображення

Завдання: Порівняти аналогове та цифрове художнє зображення за критеріями: техніка виконання; виразні засоби; вплив на глядача; можливості тиражування; роль технологій. Результат: таблиця + аналітичний висновок.

Додаткові задачі

Задача 6. Створення власного медіаповідомлення з етичним підходом. Завдання: Розробіть постер або сторіс на тему “Безпека в інтернеті” або “Критичне мислення в медіа”. Врахуйте, що ваше повідомлення має бути не маніпулятивним, без стереотипів, з чіткою метою та аудиторією. Результат: Готовий макет (постер/сторіс) + короткий опис: тема, мета, цільова аудиторія, які візуальні засоби використані і чому.

Задача 7. Порівняльний аналіз двох медіаповідомлень

Завдання: Оберіть два схожих за темою медіаповідомлення (наприклад, два рекламні плакати або два меми на одну тему). Проведіть порівняльний аналіз за такими параметрами: стиль і композиція, джерело і контекст, мета і аудиторія, наявність маніпуляцій або стереотипів, загальне етичне враження. Результат: Таблиця або короткий текст (до 1 сторінки) з висновками про відмінності та спільні риси.

Задача 8. “Декодування” реклами

Завдання: Візьміть рекламний плакат або банер (будь-який). Напишіть короткий “декодований” текст, тобто розшифруйте, що саме рекламіст хоче сказати поза словами: які емоції викликає, які символи використовуються,

що саме пропонується, які приховані сенси можуть бути. Результат: Короткий текстовий аналіз (до 1 сторінки) або схема з поясненнями.

Задача 9. Аналіз впливу візуального повідомлення на аудиторію

Завдання: Оберіть 1 медіаповідомлення (плакат, мем, сторіс, відео) і визначте які емоції воно викликає, які цінності або думки формує, які можливі реакції аудиторії, чи може воно спричинити конфлікт або маніпуляцію. Результат: Короткий письмовий висновок (до 1 сторінки).

Задача 10. Створення інфографіки “Як розпізнати маніпуляцію”

Завдання: Розробіть інфографіку (у будь-якій графічній програмі) з переліком 6–8 основних ознак маніпуляції у візуальних медіа. Приклади ознак: емоційне навантаження, перебільшення, відсутність джерел, фреймінг, стереотипізація тощо. Результат: Готова інфографіка + короткий опис, як її можна застосувати в освітньому процесі.

Приклади додаткових задач

1. Візуальний нарратив у медіа

Завдання: Проаналізувати, як через серію зображень (комікс, Instagram-проект, плакатна серія) формується нарратив. Необхідно: визначити структуру візуальної історії; проаналізувати ритм і динаміку; визначити роль кольору та композиції у розвитку сюжету. Результат: презентація або аналітичний звіт (2 сторінки).

2. Дослідження архетипів у візуальних медіа

Завдання: Проаналізувати використання архетипів (Герой, Мудрець, Бунтар тощо) у сучасних візуальних медіа. Необхідно: визначити архетип; проаналізувати візуальні коди; пояснити емоційний вплив. Результат: таблиця + аналітичний коментар.

3. Критичний аналіз зображень згенерованих штучним інтелектом.

Завдання: Порівняти зображення, створене художником, та зображення, згенероване штучним інтелектом. Необхідно: проаналізувати рівень смислової глибини; оцінити композиційну цілісність; визначити авторську індивідуальність; сформулювати висновок щодо місця ШІ в мистецтві. Результат: аналітична таблиця + аргументований висновок.

4. Розробка критеріїв оцінювання художнього зображення

Завдання: Створити систему критеріїв оцінювання змістовності візуального медіапродукту. Можуть включати концептуальність; композиційну грамотність; емоційний вплив; етичність; інноваційність. Результат: структурована шкала оцінювання (у % або балах).



1.4. Інтеграція аудіальних медіа в мистецьку діяльність: розвиток критичного слухання та творчого самовираження засобами звуку

Аудіальні медіа як складова сучасної візуальної та мистецької культури. У сучасній візуальній та мистецькій культурі аудіальні медіа відіграють важливу роль як самостійний та інтегрований засіб художнього вираження. Звук, музика, шум, голос і тиша перестали виконувати лише допоміжну функцію й перетворилися на повноцінні елементи формування художнього образу, смислу та емоційного впливу мистецького твору.

Розвиток цифрових технологій, мультимедійних платформ і інтерактивних форматів сприяв активному поєднанню візуальних та аудіальних компонентів. У таких формах мистецтва, як відеоарт, саунд-арт, перформанс, інсталяція, VR- і AR-проекти, звук не лише супроводжує зображення, а й визначає ритм, атмосферу та спосіб сприйняття простору. Аудіальні медіа здатні посилювати емоційний ефект, формувати настрій, створювати напругу або, навпаки, відчуття спокою та зосередженості.

Особливе значення аудіальні медіа мають у контексті сучасної культури, де зростає роль імерсивного досвіду та залучення глядача. Звукове середовище дозволяє глибше занурити реципієнта в мистецький простір, активізувати пам'ять, асоціації та особистий досвід. У цьому сенсі звук стає інструментом комунікації між автором і глядачем, розширюючи межі традиційного візуального мистецтва.

Крім того, аудіальні медіа виконують важливу соціокультурну функцію. Через звук сучасне мистецтво може передавати колективні переживання, фіксувати історичну пам'ять, реагувати на суспільні та воєнні виклики. Аудіальні образи здатні відображати ідентичність, простір і час, що робить їх потужним засобом художнього осмислення реальності.

Таким чином, аудіальні медіа є невід'ємною складовою сучасної візуальної та мистецької культури, розширюючи можливості творчого самовираження, поглиблюючи емоційне сприйняття та формуючи цілісний мультимедійний художній досвід.

Значення звуку в емоційному, смисловому та символічному сприйнятті мистецького твору. Звук є одним із найпотужніших засобів впливу на сприйняття мистецького твору, оскільки безпосередньо взаємодіє з емоційною сферою людини. На відміну від візуальних образів, які потребують раціонального осмислення, аудіальні елементи часто сприймаються інтуїтивно, викликаючи миттєві емоційні реакції – напруження, тривогу, спокій, радість або ностальгію. Тембр, ритм, гучність, інтонація та пауза формують емоційний настрій твору й визначають глибину емоційного залучення глядача або слухача.

У смисловому вимірі звук виконує функцію носія та підсилювача змісту. Аудіальні елементи можуть спрямовувати інтерпретацію візуального образу, уточнювати авторський задум або створювати додаткові

сміслові шари. Наприклад, контраст між зображенням і звуковим супроводом здатний змінити первинне сприйняття твору, викликати іронію, тривожність або критичне переосмислення побаченого. У мультимедійних і перформативних практиках звук часто виступає як рівноправний елемент композиції, що структурує простір і час мистецького висловлювання.

Символічне значення звуку проявляється через його здатність викликати стійкі культурні, історичні та особистісні асоціації. Певні звуки можуть символізувати простір, подію, емоційний стан або колективний досвід. Тиша, шум, ритмічні повтори чи фрагменти голосу набувають знакового характеру й перетворюються на художні символи. У сучасному мистецтві звук часто використовується як метафора пам'яті, присутності або втрати, особливо в контексті соціальних та воєнних тем.

Таким чином, звук у мистецькому творі виконує не лише декоративну чи супровідну функцію, а є важливим інструментом формування емоційного впливу, смислової глибини та символічного наповнення. Його використання розширює межі художнього вираження та сприяє створенню цілісного, багатовимірного мистецького досвіду.

Актуальність розвитку критичного слухання в умовах цифрового медіапростору. В умовах цифрового медіапростору критичне слухання набуває особливої актуальності через стрімке зростання обсягу аудіального контенту та його доступність. Подкасти, відеоблоги, соціальні мережі, стримінгові платформи й мультимедійні проєкти формують постійне звукове середовище, у якому людина щоденно сприймає велику кількість інформації. За таких умов існує ризик поверхневого, некритичного споживання аудіальних повідомлень і підвищення вразливості до маніпулятивного впливу.

Критичне слухання передбачає свідомий аналіз змісту, форми та контексту аудіального повідомлення. Воно допомагає розрізняти факти й емоційні прийоми, оцінювати інтонацію, тембр голосу, ритм мовлення, використання музики та шумових ефектів. Саме ці елементи часто використовуються для формування певного ставлення, нав'язування думок або посилення психологічного впливу на аудиторію.

Особливо важливим розвиток критичного слухання є в мистецькій та освітній сферах. Для митця або дизайнера вміння аналізувати звук сприяє глибшому розумінню художнього задуму, формуванню власної творчої позиції та відповідальному використанню аудіальних засобів у проєктній діяльності. В освітньому контексті критичне слухання є складовою інфомедійної грамотності та сприяє розвитку аналітичного мислення, емоційного інтелекту й культурної свідомості.

Крім того, в умовах сучасних соціальних та воєнних викликів звук у медіа може виконувати як інформативну, так і пропагандистську функцію. Усвідомлене сприйняття аудіальних повідомлень допомагає протидіяти дезінформації, формувати власні оцінки та зберігати психологічну стійкість.

Отже, розвиток критичного слухання в цифровому медіапросторі є необхідною умовою свідомої участі в культурному та інформаційному житті, а також важливим чинником формування відповідального, компетентного й творчо активного суб'єкта сучасної культури.

Поняття та види аудіальних медіа

Аудіальні медіа – це сукупність звукових засобів і форм, що використовуються для передавання інформації, емоційного впливу та художнього висловлювання в мистецькому й медійному середовищі. До них належать звук у його різних проявах – як організованих, так і неструктурованих.

Звук у мистецтві виступає базовим елементом аудіального сприйняття, що має фізичні (частота, гучність) і художні характеристики (тембр, ритм, динаміка). Він формує атмосферу, простір і часову структуру мистецького твору.

Шум традиційно сприймався як небажаний елемент, однак у сучасному мистецтві він набув самостійної художньої цінності. Шум використовується для створення ефекту реальності, напруження, урбаністичного або соціального контексту та часто стає символом техногенного або інформаційного середовища.

Музика є організованою формою звуку, що ґрунтується на ритмі, мелодії та гармонії. У мистецьких практиках музика виконує емоційно-образну та смислотворчу функцію, структурує сприйняття й посилює художній вплив твору.

Голос розглядається як унікальний аудіальний медіум, що поєднує мовний зміст, інтонацію та емоційне забарвлення. У мистецтві голос може виконувати як нарративну, так і символічну функцію, виступаючи носієм особистої або колективної ідентичності.

До традиційних форм аудіального мистецтва належать усна народна творчість, вокально-інструментальна музика, театр, радіомистецтво та звуковий супровід у кінематографі. У цих формах звук існує в чітко визначеному часовому та просторовому контексті, часто залежному від живого виконання. Цифрові форми аудіального мистецтва виникли з розвитком комп'ютерних технологій і включають електронну музику, саунд-арт, подкасти, аудіоінсталяції, інтерактивні звукові проєкти та VR/AR-середовища. Цифрові технології розширили можливості обробки, трансформації та відтворення звуку, дозволивши митцям експериментувати з формою, простором і взаємодією з аудиторією.

Аудіальні медіа в міждисциплінарних практиках (дизайн, перформанс, інсталяція, мультимедіа). У міждисциплінарних мистецьких практиках аудіальні медіа функціонують у тісній взаємодії з візуальними, просторовими та тілесними елементами. У дизайні звук використовується для формування емоційного досвіду користувача, підсилення айдентики бренду та створення атмосферності середовища. У перформансі звук і голос

стають засобами живої комунікації, що підкреслюють тілесність, присутність та емоційний стан виконавця. Аудіоінсталяції створюють імерсивний простір, у якому глядач не лише спостерігає, а й перебуває всередині звукового середовища. У мультимедіа та цифровому мистецтві аудіальні медіа є невід'ємною складовою інтерактивних проєктів, поєднуючи зображення, анімацію, текст і звук у цілісний художній досвід. Таким чином, аудіальні медіа розширюють межі традиційного мистецтва й відкривають нові можливості для творчого самовираження та комунікації.

Критичне слухання як мистецька та інфомедійна компетентність. Критичне слухання – це усвідомлений процес сприйняття та аналізу аудіальної інформації, який передбачає активну інтелектуальну й емоційну взаємодію зі звуковим повідомленням. Воно спрямоване не лише на фіксацію змісту, а й на осмислення форми подачі, контексту, авторського задуму та можливого впливу на слухача.

На відміну від пасивного сприйняття, яке характеризується поверхневим і некритичним прийняттям звукової інформації, критичне слухання вимагає аналізу джерела повідомлення, оцінки достовірності, інтонаційних акцентів і емоційних прийомів. У мистецькому контексті воно сприяє глибшому розумінню художнього образу, а в інфомедійному – формує здатність протидіяти маніпуляціям і дезінформації. Звук у медіапросторі є потужним інструментом емоційного впливу. За допомогою музичного супроводу, інтонації голосу, темпу мовлення та звукових ефектів медіаконтент може формувати певне ставлення аудиторії до подій, явищ або осіб. Такі прийоми часто використовуються в рекламі, політичній комунікації, новинних повідомленнях і соціальних мережах.

Маніпулятивний вплив звуку полягає у створенні потрібного емоційного фону, який може знижувати рівень раціонального аналізу. Надмірна драматизація, використання тривожної музики або нав'язливої інтонації здатні викликати страх, співчуття чи довіру без достатніх підстав. Критичне слухання дозволяє виявляти подібні прийоми та усвідомлювати їхній вплив на власні емоції й судження. Аналіз аудіального контенту є важливою складовою критичного слухання та передбачає розгляд основних звукових параметрів. Інтонація визначає емоційне забарвлення висловлювання та може змінювати його смислове наповнення. Тембр голосу або звуку впливає на сприйняття образу, викликаючи асоціації з певним характером чи настроєм. Ритм і темп організують часову структуру аудіального повідомлення, сприяючи динаміці або, навпаки, створенню відчуття спокою. Пауза є важливим виразним засобом, що акцентує увагу, підкреслює смислові моменти або створює емоційну напругу. Звукове середовище (фон, шум, просторове розташування звуків) формує контекст сприйняття та впливає на загальне відчуття реальності або художньої умовності.

Таким чином, уміння аналізувати аудіальний контент за цими параметрами сприяє розвитку як мистецької чутливості, так і інфомедійної грамотності, формуючи свідомого та відповідального споживача й творця медіаконтенту.

Звук як засіб творчого самовираження. Звук має унікальну здатність формувати образ і атмосферу, які не завжди можна передати лише візуальними засобами. Він створює простір, в якому глядач або слухач відчуває емоційний стан твору, його часову структуру та символічний контекст. Завдяки ритму, тембру, динаміці, частоті та просторовому розташуванню звуків художник може створювати відчуття руху, напруги, спокою, тривоги, містики або урбаністичної реальності.

Звук здатний формувати “невидимі” образи: наприклад, шум дощу, вітру або міського руху може викликати відчуття простору й часу, а музичні фрази – відтворювати внутрішній стан персонажа або автора. У мистецькому творі звук часто виступає як емоційний “каркас”, який підсилює візуальні або текстові образи, створюючи цілісний художній досвід.

Саунд-арт – це мистецька практика, де звук є основним матеріалом творчості. У саунд-арті звук розглядається як самостійний художній об’єкт, який може бути організований, трансформований та представлений у різних формах: записи, перформанси, інсталяції, радіо-арт. Саунд-арт часто працює з нестандартними джерелами звуку, експериментує з шумом, тишею, випадковими звуковими подіями та їхнім осмисленням.

Звуковий ландшафт (soundscape) – це сукупність звуків, які характеризують певне місце або середовище. У мистецтві soundscape використовується для створення аудіального “портрета” простору: міського, природного, індустріального чи соціального. Звуковий ландшафт може бути як документальним (запис реального середовища), так і художньо реконструйованим, що дозволяє створювати нові смисли та асоціації.

Аудіоінсталяція – це мистецький об’єкт або простір, у якому звук є ключовим елементом, що взаємодіє з простором, предметами, світлом, рухом глядача. Аудіоінсталяції створюють імерсивний досвід, де слухач стає активним учасником, а звук формує просторову структуру та емоційний стан. У таких роботах важливою є не лише композиція звуку, а й його просторове розташування та взаємодія з іншими сенсорними елементами.

У сучасному мистецтві звук виступає потужним інструментом авторського висловлювання, що дозволяє передавати ідеї, критичні позиції, соціальні коментарі та особисті переживання. Через звук художник може:

- створювати метафори (наприклад, шум як символ хаосу або війни);
- передавати пам’ять (звукові фрагменти минулого, архівні записи);

- рефлексувати над ідентичністю (голос як носій культури, мови, гендерної або національної самосвідомості);
- коментувати сучасні реалії (міський шум, технологічний шум, звукове забруднення, медіа-хаос).

Звук у сучасному мистецтві часто використовується як засіб створення критичного простору, де слухач змушений аналізувати власні реакції та інтерпретації. Таким чином, аудіальні медіа стають не лише художнім матеріалом, а й інструментом діалогу з аудиторією та культурним контекстом.

Інтеграція аудіальних медіа в мистецьку освіту та дизайн-проектування. Інтеграція аудіальних медіа в навчальний процес сприяє формуванню комплексного мистецького мислення, яке поєднує візуальне, звукове та концептуальне сприйняття. Аудіальні елементи можуть бути використані як окремий художній матеріал або як засіб підсилення візуального твору.

У навчальних проєктах аудіальні медіа застосовуються для:

- створення аудіоілюстрацій до графічних робіт (наприклад, до коміксу, ілюстрації, анімації);
- формування звукових сценаріїв для відео- або мультимедійних проєктів;
- розробки аудіоінсталяцій у межах курсових або творчих робіт;
- практики критичного слухання як частини аналізу медіа-контенту та художніх текстів.

Такий підхід розвиває у студентів навички медіаграмотності, аудіальну чутливість і здатність працювати з багатокomпонентним твором.

У мультимедійному дизайні звук і візуальні образи взаємодіють як рівноправні компоненти, формуючи цілісний сенсовий та емоційний досвід. Поєднання аудіального та візуального сприяє створенню ефективної комунікації, адже звук може підсилювати повідомлення, акцентувати важливі елементи та формувати атмосферу.

При поєднанні візуального та аудіального дизайну важливими є такі принципи:

- синхронізація (ритм звуку з ритмом візуальних змін);
- гармонізація (підбір звукової палітри, яка відповідає стилістиці візуального образу);
- контраст (спеціально створений дисонанс між звуком і зображенням для акценту або критичної рефлексії);
- просторова організація (розміщення звуку в просторі, його віддаленість, панорамування, ефекти реверберації).

У сучасних медіапроєктах звук може виступати як інструмент брендингу (аудіобренд), а також як елемент інтерфейсу, який підвищує зручність користування й емоційну привабливість продукту.

Робота зі звуком розвиває креативне мислення, оскільки вимагає від студента нестандартного підходу до композиції, часу та простору. Звуковий матеріал є дуже гнучким: його можна обрізати, трансформувати, накладати, створювати колажі та експериментувати з джерелами. Це сприяє розвитку експериментального мислення, здатності до аналізу й рефлексії.

Крім того, робота зі звуком сприяє розвитку емоційного інтелекту: студенти вчаться розпізнавати емоційні відтінки звуку, аналізувати власні реакції, формувати емпатію та розуміння аудиторії. Звукові практики допомагають усвідомити, як інтонація, тембр, ритм і пауза впливають на психологічний стан людини, що є важливим у мистецтві, дизайні та комунікації.

Таким чином, інтеграція аудіальних медіа в мистецьку освіту і дизайн-проектування сприяє формуванню комплексної професійної компетентності, що включає технічні навички, креативність, медіаграмотність і здатність до міждисциплінарної творчості.

Приклади сучасних мистецьких практик. Сучасні аудіовізуальні проекти поєднують звук, зображення, анімацію, відео та інтерактивні елементи у єдиний мистецький досвід. Такі проекти часто створюються за допомогою цифрових технологій, що дозволяє формувати динамічні зміни простору, часові переходи та адаптивність до дій глядача.

У цифрових інсталяціях звук може:

- створювати просторові ефекти (панорамування, реверберація, об'ємний звук),
- задавати ритм та темп змін візуального образу,
- підсилювати іммерсивність (занурення у простір),
- формувати інтерактивність (звук реагує на рух, присутність або дії глядача).

Аудіовізуальні практики широко застосовуються в музеях, фестивалях, виставках, арт-просторах, а також у цифровому мистецтві та медіа-арті.

Звук у соціально орієнтованому мистецтві часто використовується для висвітлення проблем суспільства, привернення уваги до соціальних явищ, створення діалогу між автором і аудиторією. Аудіальні проекти можуть включати:

- звукові історії (oral history),
- аудіоархіви (записи свідчень, інтерв'ю, документальних звуків),
- звук як інструмент протесту (акції, перформанси, звукові марші),
- публічні інсталяції у громадських просторах, що створюють нове звучання міста.

Такі практики часто стають формою соціальної пам'яті та спільного досвіду, допомагаючи формувати колективну свідомість і культурну ідентичність.

В українському контексті звук має особливе значення як засіб збереження пам'яті, культурної ідентичності та стійкості в умовах воєнних і соціальних викликів. Звукові практики в Україні часто пов'язані з:

- звуковими архівами (записи народних пісень, мови, діалектів, звуків місцевостей),
- музичними проєктами як формою національної ідентичності,
- звук як елемент пам'яті про війну (звуки сирен, обстрілів, тиші після подій),
- арт-проєкти, що документують та осмислюють воєнні події через звук (свідчення, аудіо-щоденники, саунд-колажі).

Звук у таких практиках виступає як форма опору: він дозволяє зберігати голоси, історії та культурні коди, не дозволяючи забути або знецінити пережитий досвід. У цьому сенсі аудіальні медіа стають інструментом не лише мистецького висловлювання, а й соціальної та національної самоідентифікації.

Варто зазначити, що аудіальні медіа є ключовим елементом, який доповнює та розширює можливості візуального мистецтва. Звук формує простір, час, ритм та емоційний фон твору, створюючи цілісний образ, що сприймається як єдиний художній досвід. У поєднанні з візуальними елементами звук підсилює значення, уточнює смислові акценти, задає атмосферу та глибину сприйняття. Таким чином, аудіальні медіа не лише доповнюють візуальний ряд, а й можуть виступати як самостійний компонент художнього твору, що визначає його структуру та вплив на глядача.

Критичне слухання є важливою професійною компетентністю сучасного митця та дизайнера, оскільки дозволяє:

- усвідомлено аналізувати звукові матеріали, їхню форму, контекст та вплив;
- розпізнавати маніпулятивні прийоми в медіа та медіапродуктах;
- проектувати звук як частину художнього або дизайнерського рішення, враховуючи психологічний ефект на аудиторію;
- розвивати медіаграмотність і емоційну чутливість, що є важливими для сучасної творчої діяльності.

Для митця критичне слухання сприяє глибшому розумінню власного творчого процесу, а для дизайнера – створенню більш якісних та етичних комунікаційних продуктів.

Перспективи розвитку аудіальних практик у мистецтві пов'язані з технологічними, культурними та соціальними тенденціями. Розвиток цифрових платформ, просторового звуку, VR/AR-технологій, штучного інтелекту та інтерактивних середовищ відкриває нові можливості для створення звукових творів та аудіовізуальних проєктів. Аудіальні практики стають більш доступними, інтерактивними та персоналізованими, що дозволяє створювати нові форми мистецького досвіду.

Також важливим є розвиток звукової культури як складової медіаграмотності: зростає потреба у професіоналах, які вміють працювати зі звуком етично, творчо та критично. У майбутньому аудіальні медіа можуть стати ще більш інтегрованими у дизайн, архітектуру, освіту, культурні проекти та соціальні практики, сприяючи створенню більш багатовимірною та емоційно насиченого мистецького середовища.

Питання, тести для самоконтролю:

Питання для самоконтролю

1. Що таке аудіальні медіа і які їхні основні компоненти?
2. У чому полягає роль звуку в сучасній візуальній та мистецькій культурі?
3. Чому важливо інтегрувати аудіальні медіа в мистецьку освіту?
4. Які відмінності між звуком, шумом, музикою та голосом як аудіальними медіа?
5. Назвіть традиційні форми аудіального мистецтва.
6. Які цифрові форми аудіального мистецтва виникли з розвитком технологій?
7. Що таке критичне слухання і чим воно відрізняється від пасивного сприйняття?
8. Які елементи звуку найбільше впливають на емоційне сприйняття (інтонація, тембр, ритм тощо)?
9. Як звук може маніпулювати аудиторією в медіа? Наведіть приклади.
10. Які критерії аналізу аудіального контенту (інтонація, тембр, ритм, пауза, звукове середовище)?
11. Як звук формує образ та атмосферу в мистецькому творі?
12. Що таке саунд-арт і які його основні особливості?
13. Що таке звуковий ландшафт (soundscape) і як він використовується в мистецтві?
14. Які особливості аудіоінсталяцій як мистецької практики?
15. Які види навчальних проєктів можуть включати аудіальні медіа?
16. Які принципи поєднання візуальних та аудіальних елементів у мультимедійному дизайні?
17. Як робота зі звуком сприяє розвитку креативного мислення та емоційного інтелекту?
18. Які види аудіовізуальних проєктів та цифрових інсталяцій існують сьогодні?
19. Як звук використовується в соціально орієнтованому та культурному мистецтві?
20. Яку роль відіграє звук у сучасному українському мистецтві (пам'ять, ідентичність, опір)?
21. Чому аудіальні медіа є важливою складовою цілісного мистецького образу?

22. Чому критичне слухання є необхідною компетентністю для митця та дизайнера?

23. Які перспективи розвитку аудіальних практик у мистецтві та дизайні?

Тести для самоконтролю

1. Що належить до аудіальних медіа?
 - а) Зображення, колір, форма
 - б) Звук, шум, музика, голос
 - в) Текст, література, поезія
 - г) Архітектурний простір
2. Яка характеристика звуку визначає його “кольоровість” та індивідуальність?
 - а) Ритм
 - б) Тембр
 - в) Гучність
 - г) Тиша
3. Яке поняття означає усвідомлений аналіз звукового контенту?
 - а) Пасивне слухання
 - б) Критичне слухання
 - в) Музикальне сприйняття
 - г) Аудіо-розвага
4. Який елемент звуку найчастіше використовують для створення напруги або драматичного ефекту?
 - а) Пауза
 - б) Гармонія
 - в) Ритм
 - г) Темп
5. Що з переліку є прикладом цифрової форми аудіального мистецтва?
 - а) Народна пісня
 - б) Ораторський виступ
 - в) Саунд-арт
 - г) Театральна вистава
6. Який вид звукової практики створює аудіальний “портрет” місця або середовища?
 - а) Саунд-арт
 - б) Звуковий ландшафт (soundscape)
 - в) Аудіодрама
 - г) Класична музика
7. Який із наведених прикладів є маніпулятивним використанням звуку в медіа?
 - а) Музичний супровід, що підсилює емоційність сцени
 - б) Інтоніяція, що створює довіру до спікера
 - в) Звукові ефекти, які навмисно вводять в оману слухача
 - г) Пауза для підкреслення важливої думки

8. У чому полягає головна відмінність між пасивним і критичним слуханням?
- Критичне слухання не потребує уваги
 - Пасивне слухання включає аналіз змісту
 - Критичне слухання передбачає оцінку форми, контексту та впливу
 - Пасивне слухання є професійною компетентністю
9. Який принцип важливий для поєднання візуального та аудіального у мультимедійному дизайні?
- Ігнорування звуку
 - Синхронізація ритму звуку з візуальним рядом
 - Використання тільки музики без ефектів
 - Виключення пауз
10. Який з варіантів найкраще описує роль звуку в сучасному українському мистецтві?
- Звук використовується лише для фону
 - Звук є формою пам'яті, ідентичності та опору
 - Звук не має значення в контексті війни
 - Звук замінює візуальне мистецтво

Ключ відповідей

- | | |
|-------|--------|
| 1 – б | 6 – б |
| 2 – б | 7 – в |
| 3 – б | 8 – в |
| 4 – а | 9 – б |
| 5 – в | 10 – б |

Обов'язкові та додаткові задачі, приклади:

Обов'язкові задачі

Задача 1. Аналіз аудіального твору. Умова: Виберіть один аудіальний твір (музичний трек, подкаст, звукову інсталяцію, аудіодоріжку фільму) і проаналізуйте його з позиції критичного слухання.

Що потрібно зробити: визначити тембр, ритм, інтонацію, паузи; описати емоційний вплив; знайти маніпулятивні або емоційні елементи (як звук впливає на сприйняття); зробити висновок про роль звуку в творі.

Приклад: Аналіз аудіодоріжки з фільму (наприклад, “Інтерстеллар”) – як музика створює відчуття простору та часу.

Задача 2. Створення короткого аудіо-експерименту

Умова: Запишіть короткий аудіо-фрагмент (1–2 хвилини), використовуючи голос, шум, музичні елементи, звукові ефекти.

Що потрібно зробити: продумати сюжет або концепцію (наприклад, “міський звуковий ландшафт”, “емоція тривоги”, “підсвідомий діалог”); створити композицію зі звуковими шарами; коротко описати ідею та процес створення.

Приклад: Аудіо-колаж із звуків міста (трамвай, кроки, голоси, дощ) з музичним фоном.

Задача 3. Розробка аудіовізуальної міні-інсталяції

Умова: Створіть концепцію міні-інсталяції, де звук взаємодіє з візуальними елементами (малюнок, фото, відео, графіка).

Що потрібно зробити: описати ідею інсталяції; визначити візуальні та звукові компоненти; пояснити, як звук впливає на сприйняття образу.

Приклад: Інсталяція “Пам’ять” – фото сімейних архівів + звук дитячого сміху, шелесту сторінок, дзвінка телефону.

Задача 4. Порівняльний аналіз аудіальних медіа

Умова: Порівняйте традиційну та цифрову форму аудіального медіа (наприклад, живий спів vs. електронна музика).

Що потрібно зробити: визначити особливості створення; описати можливості та обмеження; зробити висновок про роль кожного формату в сучасному мистецтві.

Приклад: Порівняння: народна пісня (жива традиція) та електронний трек (цифрові звукові маніпуляції).

Задача 5. Критичне слухання як інфомедійна компетентність

Умова: Проаналізуйте рекламний аудіо ролик або новинний сюжет, визначивши маніпуляції звуком.

Що потрібно зробити: знайти емоційні прийоми (ритм, тембр, інтонація); виявити мету (вплив на слухача); запропонувати альтернативний варіант подачі без маніпуляцій.

Приклад: Рекламний ролик, де музика підсилює відчуття “терміновості” і змушує купувати швидше.

Приклади обов'язкових задач.

1. Аналіз аудіального контенту

Завдання: Прослухайте два аудіофрагменти (подкаст, рекламний ролик, музичний твір або звуковий супровід відео) та здійсніть їх критичний аналіз за такими критеріями: мета створення; цільова аудиторія; використані звукові засоби (інтонація, темп, паузи, шумові ефекти, музика); емоційний вплив; можливі маніпулятивні прийоми. Результат: Аналітичний текст (1–2 сторінки) з висновками щодо впливу звуку на сприйняття інформації.

2. Визначення ролі звуку у мистецькому образі

Завдання: Проаналізуйте, як аудіальний компонент впливає на формування художнього образу в одному з видів мистецтва (кіно, театр, відеоарт, перформанс, інсталяція, реклама). Необхідно: описати візуальний ряд; визначити функцію звуку; пояснити, як зміниться сприйняття твору без звукового супроводу. Результат: Презентація або структурований письмовий аналіз.

Задача 3. Практика критичного слухання

Завдання: Створіть карту критичного слухання для аудіоматеріалу (музичного твору або подкасту), що включає: структуру композиції; емоційні переходи; використання тембру; динаміку; інформаційні акценти. Результат: Схематичне або графічне відображення структури аудіоматеріалу (інфографіка або таблиця) з поясненнями.

Задача 4. Створення авторського аудіопродукту

Завдання: Розробіть короткий аудіопродукт (1–3 хвилини): звукову замальовку; мініподкаст; аудіосупровід до візуального проєкту; експериментальну звукову композицію. Використайте щонайменше три різні звукові елементи (голос, шум, музика, атмосферні звуки). Результат: Аудіофайл та пояснювальна записка (мета, концепція, використані засоби, очікуваний вплив).

Задача 5. Дослідження маніпулятивних аудіотехнік

Завдання: Знайдіть приклад аудіореклами або інформаційного повідомлення та: визначте прийоми впливу (ритм, повтор, інтонація, звукові маркери довіри); оцініть рівень об'єктивності; запропонуйте варіант більш етичної подачі. Результат: Письмовий аналіз + короткий альтернативний сценарій.

Задача 6. Інтеграція звуку у власний мистецький проєкт

Завдання: Розробіть концепцію інтеграції аудіального медіа у власний дизайнерський або художній проєкт (плакат, айдентика, інсталяція, цифрова робота). Необхідно: визначити функцію звуку; обґрунтувати його естетичну доцільність; описати технічну реалізацію. Результат: Концептуальний опис (1 сторінка) + схема взаємодії візуального та аудіального компонентів.

Додаткові задачі

Задача 1. Створення звукового портрету емоції. Умова: Оберіть емоцію (наприклад, тривога, радість, смуток, гнів, спокій) і створіть звуковий портрет тривалістю 1–2 хвилини. Що потрібно зробити: визначити звукові елементи, що передають емоцію (тембр, ритм, темп, паузи); обґрунтувати вибір звуків; коротко описати, як саме звук створює образ емоції. Приклад: Емоція “спокій” – тиха музична хвиля, шелест листя, повільні паузи.

Задача 2. Розробка аудіального бренду (sound branding). Умова: Придумайте аудіальний логотип або звукову ідентичність для бренду (реального або вигаданого). Що потрібно зробити: визначити характер бренду (наприклад, “затишок”, “інновації”, “традиції”); створити короткий звуковий мотив (3–7 секунд); пояснити, чому саме ці звуки відповідають бренду. Приклад: Бренд “домашні товари” – м'який дзвін, теплі гармонії, короткий мелодійний мотив.

Задача 3. Дослідження звукового середовища міста Умова: Зробіть польове дослідження звукового ландшафту (soundscape) вашого міста або району. Що потрібно зробити: записати 5–10 звукових фрагментів (30–60 секунд кожен); проаналізувати їх (які звуки домінують, які емоції

викликають); запропонувати, як можна змінити середовище через звуковий дизайн (наприклад, у парку, на площі, у школі). Приклад: Звукопортрет парку – пташиний спів, діти, вітер, кроки; пропозиція: додати звукові лавки з м'якою музикою.

Задача 4. Аудіальна інтерпретація художнього твору. Умова: Оберіть картину, фотографію або графічний образ і створіть аудіальну інтерпретацію (звук/музику), що відповідає цьому твору. Що потрібно зробити: описати, які звуки передають атмосферу твору; створити аудіо-композицію (1–2 хв); пояснити, як звук розкриває сенс образу. Приклад: Картина “Зима” – звук морозного вітру, кроки по снігу, далека тиша.

Задача 5. Критичний аналіз аудіовізуального проєкту. Умова: Виберіть сучасний аудіовізуальний проєкт (інсталяція, перформанс, відео-арт) і зробіть критичний аналіз. Що потрібно зробити: визначити, як звук взаємодіє з образом; оцінити, чи звук підтримує або суперечить ідеї твору; визначити сильні та слабкі сторони. Приклад: Аналіз інсталяції, де звук створює відчуття “простору” або “розпаду”.

Задача 6. Створення аудіального есе. Умова: Напишіть коротке аудіальне есе (1–2 хвилини) на тему “Звук як пам’ять”. Що потрібно зробити: використати голос, звукові ефекти, фонову музику; створити емоційно насичений нарратив; зберегти логічну структуру (вступ, основна думка, висновок). Приклад: Есе про звуки дитинства: шелест сторінок, мамин голос, звук крану – як символ пам’яті.

Задача 7. Проєкт “Звук у просторі”. Умова: Розробіть концепцію звукового рішення для конкретного простору (кафе, бібліотеки, університетського холу, музею). Що потрібно зробити: описати мету звукового середовища (затишок, концентрація, натхнення); підібрати звукові елементи (музика, природні звуки, інтервали тиші); пояснити, як звук впливає на поведінку людей у просторі. Приклад: Бібліотека – тихі звуки, мінімалістичні мелодії, довгі паузи для концентрації.

Приклади додаткових задач.

1. Міжкультурне аудіо. Завдання: Порівняйте аудіальні традиції двох різних культур (музика, фольклор, сучасні аудіопроекти) та проаналізуйте: характерні ритми і тембри; роль звуку у передачі емоцій та сенсів; вплив на слухача. Результат: Письмовий або мультимедійний огляд (2–3 сторінки) із прикладами аудіофрагментів.

2. Аудіальні експерименти. Завдання: Створіть серію коротких звукових експериментів, використовуючи: голосові звуки; природні або урбаністичні шумові ефекти; цифрові аудіоефекти. Мета – дослідити вплив різних звуків на емоційне сприйняття слухача. Результат: Аудіозаписи + короткий опис експерименту та спостережень.

Задача 3. Саундскейп власного простору. Завдання: Створіть аудіо-проект, що відтворює атмосферу вашого навчального, житлового або творчого простору. Використайте різні звукові шари (атмосферні, музичні,

голосові). Результат: Аудіофайл + коротка пояснювальна записка про концепцію та використані прийоми.

4. Ремікс класичного твору. Завдання: Візьміть класичний музичний твір або звуковий фрагмент та створіть сучасну інтерпретацію, змінюючи ритм, темп, додавши ефекти чи звукові колажі. Результат: Аудіофайл + коротке пояснення концепції та творчих рішень.

5. Критичне слухання в медіа. Завдання: Виберіть аудіоподкаст, радіопередачу або рекламний ролик і складіть аналітичну таблицю: основні повідомлення; звукові засоби впливу; емоційна реакція слухача; етична оцінка подачі. Результат: Письмовий аналіз або інфографіка.

6. Звуковий супровід візуального мистецтва. Завдання: Оберіть будь-який ваш власний або відомий художній твір (плакат, комікс, інсталяцію) та створіть аудіосупровід, який підкреслює настрій або ідею твору. Результат: Аудіофайл + коротке пояснення концепції.

7. Аудіальна гра з сенсами. Завдання: Створіть коротку аудіогру або інтерактивний аудіопроєкт, де слухач через звук має визначати: місце події; настрій; взаємодію персонажів. Результат: Аудіопроєкт + опис ігрової концепції.



1.5. Використання аудіовізуальних медіа для формування критичного мислення та естетичного сприйняття в мистецтві

Аудіовізуальні медіа в системі сучасної мистецької культури. Аудіовізуальні медіа є однією з ключових форм художньої комунікації в сучасній мистецькій культурі. Вони поєднують візуальні та звукові засоби виразності, створюючи багатовимірний художній простір, у якому сприйняття глядача формується одночасною дією зору та слуху. Розвиток цифрових технологій значно розширив можливості аудіовізуальних медіа, перетворивши їх на універсальний інструмент мистецького, соціального й освітнього впливу. Аудіовізуальні медіа – це вид медіа, що поєднує зорові образи та звуковий супровід з метою створення цілісного художнього або інформаційного повідомлення. До них належать кіно, відеоарт, анімація, телебачення, цифрові інсталяції, мультимедійні перформанси, інтерактивні проєкти. Їхня специфіка полягає у синтезі різних мистецьких мов – образотворчої, музичної, театральної, кінематографічної – що дозволяє формувати складні смислові конструції. Аудіовізуальні медіа

характеризуються динамічністю, часовою протяжністю, монтажністю та здатністю безпосередньо впливати на емоційний стан реципієнта.

У аудіовізуальних медіа зображення і звук функціонують як єдина комунікативна система, у якій кожен елемент підсилює або трансформує значення іншого. Візуальний ряд формує образну та композиційну структуру твору, тоді як звук – музика, шум, голос, тиша – задає емоційний ритм, акценти та смислові переходи. Їхня взаємодія створює ефект синестезії, коли сприйняття стає багатоканальним і глибшим. Гармонійне або контрастне поєднання звуку й зображення може змінювати інтерпретацію подій, посилювати драматургію або, навпаки, викликати критичну дистанцію у глядача.

Аудіовізуальні медіа відіграють провідну роль у формуванні художнього образу сучасного мистецького твору. Саме через поєднання візуальних символів і звукових кодів створюється цілісний образ, що не лише передає естетичні якості, а й несе глибокі смислові та емоційні навантаження. Звук здатний розширювати значення візуального образу, надавати йому психологічної глибини або культурного контексту, тоді як зображення конкретизує і візуалізує аудіальні сенси. У сучасному мистецтві аудіовізуальні медіа стають засобом формування нових типів образності, де художній образ постає як процес взаємодії, переживання та інтерпретації, а не як статична форма.

Естетичне сприйняття в умовах аудіовізуальної взаємодії. Естетичне сприйняття мистецького твору в умовах аудіовізуальної взаємодії формується через одночасний вплив зорових і слухових каналів, що створює цілісний, багатосаровий досвід сприйняття. Поєднання образу та звуку активізує емоційну, чуттєву й інтелектуальну сфери глядача, поглиблюючи розуміння художнього змісту та сприяючи формуванню стійких естетичних вражень. Поєднання зору і слуху значно підсилює емоційний вплив мистецького твору, оскільки ці сенсорні канали взаємодіють на рівні підсвідомого сприйняття. Візуальні образи забезпечують конкретність і символічність, тоді як звук формує емоційний настрій, напруження або спокій. Музика, шумові ефекти, інтонація голосу здатні змінювати інтерпретацію зображення, надавати йому додаткових смислів або загострювати переживання. Завдяки такій взаємодії аудіовізуальний твір викликає більш глибокий емоційний відгук, ніж окреме використання зорових чи слухових засобів. Аудіовізуальна композиція ґрунтується на взаємозв'язку ритму, монтажу, темпу та синхронності між звуком і зображенням. Ритм визначає динаміку розвитку подій і впливає на сприйняття часу, темп задає швидкість емоційних змін, а монтаж формує логіку переходів між образами. Синхронність або навмисна асинхронність звуку й візуального ряду може створювати гармонійний або контрастний ефект, посилюючи драматургію твору. Завдяки цим компонентам аудіовізуальна композиція стає ефективним інструментом художнього

впливу та смислової організації матеріалу. Мультимедійні засоби сприяють формуванню активного естетичного досвіду глядача, залучаючи його до процесу співпереживання та інтерпретації. Інтерактивні елементи, відеоінсталяції, аудіовізуальні перформанси розширюють межі традиційного сприйняття мистецтва, перетворюючи глядача на учасника художнього процесу. Через роботу з аудіовізуальними медіа формується здатність аналізувати форму, зміст і емоційний вплив твору, розвивається чутливість до художніх засобів та усвідомлення їхньої ролі у створенні естетичної цілісності. Таким чином, мультимедійні практики сприяють не лише естетичному розвитку, а й формуванню критично мислячого, культурно обізнаного реципієнта.

Критичне мислення як складова мистецької та інфомедійної компетентності. У сучасному медіанасиченому середовищі критичне мислення є необхідною складовою мистецької та інфомедійної компетентності. Воно забезпечує здатність усвідомлено сприймати, аналізувати та інтерпретувати аудіовізуальні повідомлення, відрізнити художній задум від маніпулятивного впливу, а також формувати власну аргументовану позицію щодо мистецького контенту. Для митця й дизайнера критичне мислення є інструментом відповідальної творчості та професійної рефлексії. Критичне мислення в контексті мистецтва означає здатність аналізувати художній твір не лише на рівні емоційного сприйняття, а й з урахуванням його форми, змісту, контексту створення та впливу на аудиторію. Воно передбачає усвідомлення художніх засобів, символів і кодів, які використовує автор, а також уміння ставити запитання щодо ідей, цінностей і смислів, закладених у творі. У мистецькій діяльності критичне мислення сприяє глибшому розумінню творчого процесу та розвитку інтерпретаційних навичок. Аналіз аудіовізуального контенту є важливою складовою критичного мислення та включає комплексне осмислення образу, звуку, контексту й сенсу. Візуальний образ формує символічний і композиційний каркас твору, звук задає емоційний тон і ритм, а контекст визначає соціальні, культурні та історичні умови його створення. Критичний аналіз полягає у виявленні взаємозв'язків між цими елементами, розумінні того, як вони впливають на сприйняття та інтерпретацію твору. Такий підхід дозволяє розкрити приховані смисли та усвідомити авторський задум. Аудіовізуальні медіа часто використовують маніпулятивні стратегії для впливу на емоції, поведінку та світогляд аудиторії. До таких стратегій належать емоційно насичений музичний супровід, нав'язлива ритміка, драматизація образів, використання стереотипів, монтажні прийоми, що спотворюють реальність. Розпізнавання маніпуляцій потребує уважного ставлення до поєднання звуку й зображення, аналізу інтонації, темпу, пауз і візуальних акцентів. Розвинене критичне мислення дає змогу глядачеві усвідомлювати ці впливи, зберігати критичну дистанцію та формувати власне, незалежне ставлення до медіаконтенту.

Аудіовізуальні медіа як інструмент навчання та творчого розвитку. Аудіовізуальні медіа відіграють важливу роль у сучасній мистецькій освіті, оскільки поєднують теоретичне знання з практичним досвідом і сприяють активному залученню здобувачів освіти до творчого процесу. Вони створюють умови для інтеграції різних видів мистецтва, розвитку критичного мислення, креативності та емоційного інтелекту. Завдяки використанню аудіовізуальних технологій освітній процес набуває інтерактивного характеру та відповідає викликам цифрової культури.

Відеоарт, перформанс і цифрові інсталяції є ефективними інструментами навчання, оскільки дозволяють поєднувати теоретичні знання з експериментальною художньою практикою. Відеоарт дає можливість працювати з рухомим зображенням, монтажем, звуком і часовою структурою, формуючи розуміння аудіовізуальної композиції. Перформанс сприяє розвитку тілесної чутливості, взаємодії з простором і глядачем, а також усвідомленню ролі звуку та образу в реальному часі. Цифрові інсталяції залучають студентів до роботи з просторовим мисленням, інтерактивністю та технологічними засобами, формуючи комплексне бачення сучасного мистецтва.

Проектна діяльність є ключовим методом навчання, що сприяє формуванню практичних навичок та самостійності здобувачів освіти. Використання аудіовізуальних технологій у проєктній роботі дозволяє студентам розробляти авторські концепції, експериментувати з формою та змістом, а також працювати в команді. У процесі створення аудіовізуальних проєктів студенти навчаються планувати етапи роботи, аналізувати цільову аудиторію, добирати відповідні засоби виразності та презентувати результати своєї діяльності. Такий підхід сприяє формуванню професійних компетентностей майбутніх митців і дизайнерів.

Робота з мультимедіа сприяє одночасному розвитку аналітичних і творчих навичок, що є важливими для сучасного фахівця у сфері мистецтва та дизайну. Аналіз аудіовізуального контенту формує здатність оцінювати композицію, ритм, взаємодію звуку й зображення, а також розпізнавати маніпулятивні прийоми. Творчий аспект роботи з мультимедіа стимулює експериментування, пошук нових форм виразності та розвиток індивідуального стилю. Поєднання аналітичного та креативного підходів сприяє формуванню цілісного професійного мислення, здатного адаптуватися до змін у культурному та технологічному середовищі.

Інтеграція аудіовізуальних медіа в дизайн та мистецьке проєктування. Інтеграція аудіовізуальних медіа в дизайн та мистецьке проєктування є визначальною рисою сучасної візуальної культури. Поєднання графічних, рухомих і звукових елементів розширює можливості художньої комунікації, дозволяючи створювати багатоканальні повідомлення, здатні ефективно впливати на емоційне та когнітивне сприйняття аудиторії. Аудіовізуальні медіа стають важливим інструментом

формування образу бренду, соціального меседжу та мистецької ідеї. Поєднання графічного дизайну, рухомого зображення і звуку формує динамічну форму візуальної комунікації, у якій статичні елементи набувають часової та емоційної глибини. Графічний дизайн забезпечує структурну й композиційну основу, рухоме зображення додає динаміку та наративність, а звук – емоційний акцент і ритмічну організацію. Така інтеграція дозволяє створювати цілісні аудіовізуальні продукти, у яких усі компоненти працюють на досягнення єдиного художнього та комунікативного результату.

В айденитіці, рекламі та соціальних проєктах аудіовізуальні рішення виконують функцію посилення впізнаваності та емоційного зв'язку з аудиторією. Аудіальний логотип, анімація фірмових елементів, характерний звуковий супровід формують цілісний образ бренду в цифровому середовищі. У рекламних та соціальних кампаніях поєднання візуального образу зі звуком дозволяє привернути увагу, акцентувати ключові повідомлення та впливати на емоційний стан глядача. Завдяки цьому аудіовізуальні медіа стають ефективним засобом донесення ідей та цінностей. Аудіовізуальні медіа відіграють важливу роль у забезпеченні комунікативної ефективності, оскільки активізують кілька каналів сприйняття одночасно. Це сприяє кращому запам'ятовуванню інформації, глибшому емоційному залученню та підвищенню рівня довіри до повідомлення. У дизайн-проєктуванні ефективність комунікації досягається завдяки узгодженості форми, змісту та контексту, де звук і зображення працюють синхронно. Таким чином, аудіовізуальні медіа стають не лише художнім інструментом, а й стратегічним засобом впливу в сучасному культурному та інформаційному просторі.

Сучасні мистецькі практики та кейси. Сучасні мистецькі практики дедалі частіше звертаються до аудіовізуальних медіа як до універсального засобу художнього висловлювання, соціальної рефлексії та збереження культурної пам'яті. Поєднання зображення, звуку, простору й технологій дозволяє митцям працювати з актуальними темами, залучати глядача до активної взаємодії та створювати багатовимірні мистецькі досвіди. Аудіовізуальні інсталяції та мультимедійні виставки є однією з провідних форм сучасного мистецтва, що поєднує візуальні образи, звук, світло та просторові рішення. Такі практики дозволяють створювати імерсивні середовища, у яких глядач не лише спостерігає, а й безпосередньо переживає мистецький твір. Звук у поєднанні з відео, проєкціями та інтерактивними елементами формує емоційну атмосферу, підсилює символіку та сприяє глибшому зануренню в ідею проєкту. Мультимедійні виставки часто використовують цифрові технології для переосмислення класичного мистецтва або актуалізації сучасних культурних процесів.

Соціально-критичні та документальні аудіовізуальні проєкти спрямовані на осмислення суспільних проблем, історичних подій і

людського досвіду. Використання відео, звукових архівів, інтерв'ю, документальних кадрів дозволяє створювати переконливі художні висловлювання, що поєднують фактичність і емоційний вплив. Звук у таких проєктах часто виконує функцію автентичного свідчення, а візуальний ряд – засобу структурування наративу. Аудіовізуальні медіа в цьому контексті стають інструментом критичного осмислення реальності та формування громадянської позиції.

В українському контексті аудіовізуальні медіа відіграють особливу роль як засіб рефлексії над історією, ідентичністю та досвідом війни. Сучасні українські митці активно використовують відеоарт, документальні проєкти, звукові інсталяції для збереження колективної пам'яті та осмислення травматичних подій. Звук сирен, голоси очевидців, фрагменти побутових шумів у поєднанні з візуальними образами створюють потужні художні свідчення часу. Таким чином, аудіовізуальні медіа стають не лише формою мистецького висловлювання, а й важливим культурним інструментом фіксації, переосмислення та передачі історичного досвіду наступним поколінням.

Перспективи розвитку аудіовізуальних медіа в мистецтві та освіті. Сучасний етап розвитку культури й освіти характеризується стрімкою цифровізацією, що суттєво трансформує художні практики, способи комунікації та освітні підходи. Аудіовізуальні медіа стають не лише інструментом художнього вираження, а й потужним засобом формування критичного мислення, культурної ідентичності та естетичної свідомості.

Використання віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR) відкриває нові можливості для мистецтва й освіти, змінюючи традиційні уявлення про простір, час і взаємодію глядача з художнім об'єктом. Віртуальні середовища дозволяють створювати імерсивні мистецькі простори, у яких глядач стає активним учасником процесу сприйняття, а не пасивним спостерігачем.

Інтерактивні середовища сприяють глибшому емоційному залученню та персоналізації досвіду, що є особливо важливим у навчальному процесі. У мистецькій освіті VR та AR використовуються для вивчення історії мистецтва, моделювання дизайн-проєктів, створення віртуальних виставок і симуляцій творчих процесів. Таким чином, цифрові технології не лише розширюють художній інструментарій, а й трансформують педагогічні методики, орієнтуючи їх на дослідницьке та практично-орієнтоване навчання.

В умовах перенасиченості інформаційного простору аудіовізуальні медіа мають значний вплив на формування світогляду, цінностей і моделей поведінки. Саме тому однією з ключових перспектив розвитку мистецтва й освіти є підготовка критично мислячого глядача та відповідального митця, здатних аналізувати, інтерпретувати й оцінювати медіаповідомлення.

Критичне мислення формується через усвідомлення механізмів створення аудіовізуального контенту, розуміння маніпулятивних стратегій, символіки та наративів. У мистецькій освіті це реалізується через аналіз кейсів, роботу з документальними та соціально-критичними проєктами, створення авторських медіаробіт. Митець у такому контексті виступає не лише творцем візуальних образів, а й активним учасником суспільного діалогу, здатним рефлексувати над актуальними соціальними та культурними процесами.

Аудіовізуальна грамотність є важливою складовою інфомедійної компетентності сучасної людини. Вона передбачає здатність усвідомлено сприймати, аналізувати та створювати аудіовізуальний контент, розуміти його естетичні, технічні та ідеологічні аспекти.

У сучасному культурному просторі аудіовізуальна грамотність сприяє формуванню відповідального споживача медіа, який здатний відрізнити художню інтерпретацію від маніпуляції, а інформаційне повідомлення – від пропаганди. В освітньому середовищі інтеграція аудіовізуальних медіа стимулює розвиток міждисциплінарного мислення, поєднуючи мистецтво, дизайн, технології та соціальні науки.

Таким чином, розвиток аудіовізуальних медіа в мистецтві та освіті має стратегічне значення для формування культурно свідомого, критично мислячого суспільства, здатного ефективно взаємодіяти в умовах цифрової реальності.

Питання, тести для самоконтролю

Питання для самоконтролю:

1. Що розуміється під аудіовізуальними медіа в контексті сучасного мистецтва та освіти?
2. Які особливості взаємодії зображення і звуку впливають на формування цілісного художнього образу?
3. Як аудіовізуальні медіа сприяють розвитку естетичного сприйняття глядача?
4. Яку роль відіграє звук у посиленні емоційного та смислового впливу візуального образу?
5. У чому полягає значення монтажу, ритму та темпу в аудіовізуальній композиції?
6. Як використання аудіовізуальних медіа сприяє формуванню критичного мислення в мистецтві?
7. Які методи аналізу аудіовізуального контенту застосовуються в освітньому процесі?
8. Які маніпулятивні стратегії можуть використовуватися в аудіовізуальних медіа та як їх розпізнати?
9. Яким чином проєктна діяльність із використанням мультимедійних технологій впливає на розвиток творчих навичок?

10. Яку роль відіграють аудіовізуальні медіа у формуванні інфомедійної компетентності майбутнього митця або дизайнера?

11. Як поєднання графічного дизайну, рухомого зображення та звуку підвищує комунікативну ефективність мистецького проєкту?

12. Чому розвиток аудіовізуальної грамотності є важливим у сучасному культурному та освітньому просторі?

Тести для самоконтролю:

1. Аудіовізуальні медіа – це:

- а) тільки відео-матеріали
- б) поєднання зображення і звуку як єдиного художнього повідомлення
- в) тільки звукозаписи
- г) тільки живопис та фотографія

2. Взаємодія зображення і звуку в аудіовізуальних медіа створює:

- а) незалежні елементи, що не впливають один на одного
- б) цілісну комунікативну систему
- в) лише фон для відео
- г) лише музичний супровід

3. Який елемент аудіовізуальної композиції відповідає за зміну темпу і настрою?

- а) колір
- б) монтаж
- в) типографіка
- г) стиль живопису

4. Естетичне сприйняття в умовах аудіовізуальної взаємодії посилюється завдяки:

- а) лише візуальним образам
- б) лише звуковим ефектам
- в) синхронності зображення і звуку
- г) випадковому поєднанню матеріалів

5. Критичне мислення в мистецтві передбачає:

- а) лише емоційне сприйняття твору
- б) аналіз, інтерпретацію та оцінку медіатексту
- в) повну відмову від сучасних технологій
- г) тільки запам'ятовування фактів

6. Який з елементів аудіовізуального контенту є важливим для аналізу сенсу твору?

- а) лише жанр
- б) лише технічна якість
- в) образ, звук, контекст, наратив
- г) лише довжина відео

7. Маніпулятивні стратегії в аудіовізуальних медіа включають:

- а) логічне обґрунтування та доказ
- б) приховану емоційну експлуатацію та маніпуляцію контекстом

- в) тільки використання класичної музики
- г) тільки художню метафору

8. Який формат найбільше підходить для інтерактивного навчання в мистецтві?

- а) статичний плакат
- б) інтерактивна інсталяція або VR/AR проєкт
- в) текстовий документ
- г) аудіокнига без зображень

9. Аудіовізуальні медіа в дизайні використовують для:

- а) лише прикрашання проєкту
- б) підвищення комунікативної ефективності та емоційного впливу
- в) заміни графічного дизайну
- г) тільки створення логотипів

10. Аудіовізуальна грамотність – це здатність:

- а) тільки створювати відео
- б) сприймати, аналізувати та створювати аудіовізуальний контент
- в) ігнорувати медіа-контент
- г) лише прослуховувати музику

Ключ відповідей

- | | |
|-------|--------|
| 1 – б | 6 – в |
| 2 – б | 7 – б |
| 3 – б | 8 – б |
| 4 – в | 9 – б |
| 5 – б | 10 – б |

Обов'язкові та додаткові задачі

Обов'язкові задачі:

1. Проведіть аналіз аудіовізуального твору (відеоарт, короткометражний фільм, кліп, інсталяція). Визначте: образи та символи, роль звуку (музика, шум, голос), взаємодію зображення і звуку, емоційний та смисловий вплив твору.

2. Створіть міні-проєкт аудіовізуального твору (до 30–60 секунд). Завдання: передати конкретну емоцію або ідею, використати синхронність зображення та звуку, продемонструвати логіку монтажу та ритму.

3. Визначте маніпулятивні стратегії в обраному аудіовізуальному медіа (реклама, соціальний ролик, відео в мережі). Опишіть: які засоби використовуються для впливу (музика, темп, кадр, кольорова гама, голос), як вони змінюють сприйняття аудиторії, які аргументи можуть бути приховані або перебільшені.

4. Підготуйте коротку презентацію (5–7 слайдів) на тему: «Роль аудіовізуальних медіа у формуванні критичного мислення та естетичного сприйняття». Включіть приклади сучасних проєктів або інсталяцій.

5. Проведіть рефлексію (до 1 сторінки) після перегляду аудіовізуального твору: що саме вплинуло на ваше сприйняття, які емоції виникли, які технічні засоби посилили ефект, чи відчули ви маніпуляцію (якщо так – якою саме).

Приклади обов'язкових задач

1. Аналіз аудіовізуального твору

Завдання: Виберіть короткий фільм, анімацію, кліп або рекламний ролик (до 5 хвилин) та проаналізуйте його за критеріями: сюжет та основна ідея; використані аудіовізуальні засоби (музика, звукові ефекти, колірна гама, монтаж, ритм); вплив на емоції та естетичне сприйняття; наявність маніпулятивних або перекручених повідомлень. Результат: Письмовий аналіз (1–2 сторінки) із власними висновками та оцінкою ефективності використання медіа.

2. Розпізнавання аудіовізуальних маніпуляцій

Завдання: Перегляньте новинний сюжет, рекламний ролик або соціальний відеопост і визначте: прийоми впливу на глядача; використання музики, монтажу, кольору для створення певного настрою; способи підсилення або приховування інформації. Результат: Аналітична таблиця або короткий звіт із конкретними прикладами.

3. Критичне порівняння творів

Завдання: Виберіть два аудіовізуальні твори одного жанру (наприклад, короткометражні фільми або музичні кліпи) та порівняйте: композиційні прийоми; використання звуку і зображення; естетичний ефект на глядача; рівень інформативності та переконливості. Результат: Письмовий або мультимедійний аналіз із порівняльною таблицею.

4. Створення аудіовізуального мініпроєкту

Завдання: Створіть короткий аудіовізуальний твір (1–3 хвилини) на обрану тему: використовуйте відеоряд, звук, музичний супровід та монтаж; продемонструйте розуміння естетичних принципів; врахуйте ефект критичного мислення (наприклад, провокуйте питання, аналіз або рефлексію у глядача). Результат: Готовий відеофайл + короткий опис концепції, використаних засобів та задуму.

5. Розробка рекомендацій для критичного перегляду. Завдання: Складіть інструкцію або чек-лист, як аналізувати аудіовізуальний контент з точки зору критичного мислення та естетичного сприйняття, на що звертати увагу в сюжеті, звуковому ряді, кольорах, монтажі; як розпізнавати маніпуляції; як оцінювати естетичну цінність. Результат: Письмовий документ (1–2 сторінки) або інфографіка для використання у навчанні.

Додаткові задачі:

1. Створіть звуковий ландшафт (soundscape) для певного місця або події (наприклад, «міський вечір», «військовий блокпост», «спокійний парк»).

Визначте, які звуки будуть домінувати, які будуть фоном, та як це впливатиме на атмосферу.

2. Зробіть порівняльний аналіз двох аудіовізуальних творів різних жанрів (наприклад, музичний кліп і документальний ролик). Порівняйте: монтаж і ритм, роль звуку, методи впливу на глядача, способи формування естетичного образу.

3. Розробіть концепцію інтерактивної аудіовізуальної інсталяції (схему або ескіз). Опишіть ідею та сенс проєкту, які технології будуть використані (VR/AR, датчики руху, звук, проєкція), як глядач взаємодіятиме з твором, який ефект має бути досягнутий.

4. Підготуйте аналіз аудіовізуальної реклами (соціальної або комерційної). Визначте яку ідею просуває реклама, які емоції вона викликає, які прийоми переконання використовуються, як би ви змінили цю рекламу, щоб зробити її етичнішою.

5. Напишіть есе (до 1–2 сторінок) на тему: «Аудіовізуальні медіа як інструмент формування культурної пам'яті». Підкріпіть думки прикладами сучасних українських проєктів (можна умовних). Створіть міні-проєкт «аудіовізуальна візитка» для власного бренду або уявного персонажа. Завдання: визначити образ, стиль, настрій, підібрати або створити звук і зображення, зробити короткий ролик 15–30 секунд.

6. Розробіть критерії оцінювання аудіовізуального твору (5–7 пунктів). Наприклад: композиція, якість звуку, синхронність, емоційний вплив, оригінальність, культурна значущість тощо.

Приклади додаткових задач

1. Медіаексперимент із монтажем

Завдання: Візьміть один аудіовізуальний фрагмент (кіно, рекламний ролик, музичний кліп) та створіть дві альтернативні версії монтажу: перша підкреслює емоційність і драматизм; друга – нейтрально інформативна. Результат: Відеофайли + короткий аналіз впливу кожної версії на глядача.

2. Аудіовізуальні прийоми у рекламі

Завдання: Знайдіть три приклади реклами та проаналізуйте використані аудіовізуальні засоби: колір та освітлення; ритм монтажу; музичний супровід та звукові ефекти; емоційний і психологічний вплив на споживача.

Результат: Таблиця з прикладами та коментарями, оцінка ефективності і етичності використання засобів.

3. Візуалізація аудіальних емоцій

Завдання: Виберіть аудіотрек (музика, подкаст, звуковий колаж) і створіть власну візуальну інтерпретацію його емоційного настрою (плакат, цифрова графіка, інфографіка). Результат: Графічний продукт + пояснювальна записка про використані аудіовізуальні принципи.

4. Створення короткометражного «соціального меседжу».

Завдання: Створіть аудіовізуальний мініфільм (до 3 хвилин) на актуальну соціальну тему: використайте звук та образ для підкреслення повідомлення; продемонструйте критичне мислення у підході до подачі; підготуйте глядача до аналізу і рефлексії. Результат: Відеофайл + опис концепції, використаних засобів та задуму.

Задача 5. Розпізнавання стереотипів та упереджень

Завдання: Проаналізуйте один аудіовізуальний твір (фільм, кліп, реклама) на предмет: наявності стереотипів і культурних упереджень; аудіо- та візуальних прийомів, що їх підкреслюють; пропозицій щодо більш нейтрального або критично обґрунтованого подання. Результат: Письмовий звіт або презентація із конкретними прикладами та рекомендаціями.

Задача 6. Аудіовізуальна інтерпретація літературного твору

Завдання: Виберіть уривок із художнього тексту (оповідання, поезія) і створіть короткий аудіовізуальний фрагмент, який: передає основні емоції та ідеї тексту; використовує звук, ритм, колір і монтаж; формує естетичне сприйняття і критичне осмислення. Результат: Аудіовізуальний продукт + короткий опис концепції та прийомів.



Контрольні запитання і завдання до розділу 1

1.1. Тема 1. Медійний простір України: історія розвитку та вплив на мистецтво

Контрольні питання. Що таке медійний простір і які його основні складові? Які історичні етапи розвитку медіа в Україні можна виділити? Який вплив медіа мали на розвиток українського мистецтва? Як сучасні цифрові платформи змінюють доступ до інформації та художнього контенту?

Тести для контролю (з варіантами відповідей)

1. Основним компонентом медійного простору є:
 - а) економіка
 - б) інформація та комунікація
 - в) транспорт
 - г) медицина
2. Один із історичних етапів українського медійного простору включає:
 - а) розвиток друкарства та газет у ХІХ ст.
 - б) винахід електрики
 - в) глобалізацію космічних технологій
 - г) лише цифрові платформи ХХІ ст.
3. Вплив медіа на мистецтво проявляється у:
 - а) створенні нових стилів і жанрів
 - б) зміні клімату
 - в) розвитку сільського господарства
 - г) зниженні населення

Практичне завдання. Підготувати короткий огляд (1–2 стор.) етапів розвитку українського медійного простору та прикладів його впливу на живопис, графіку чи дизайн. Створити візуальну хронологію (плакат або презентацію) із ключовими подіями.

1.2. Тема 2. Інфомедійна та цифрова грамотність у контексті мистецької освіти

Контрольні питання. Що таке інфомедійна грамотність і чим вона відрізняється від цифрової грамотності? Які компетентності включає цифрова грамотність митця? Як інфомедійна грамотність допомагає студентам мистецтва критично оцінювати інформацію?

Тести для контролю (з варіантами відповідей)

1. Цифрова грамотність передбачає:
 - а) лише використання програм для малювання
 - б) навички роботи з цифровими джерелами, перевірку достовірності, етичне використання контенту
 - в) копіювання чужих творів
 - г) уникнення соціальних мереж

2. Інфомедійна грамотність у мистецтві допомагає:

- а) створювати етичні медіа-матеріали
- б) ігнорувати джерела
- в) працювати лише з паперовими носіями
- г) обмежитися лише художніми навичками

Практичне завдання. Проаналізувати 3 онлайн-ресурси (статті, відео, плакати) на предмет достовірності та візуальної грамотності. Створити коротку інфографіку «Як перевіряти інформацію в мистецтві».

1.3. Тема 3. Візуальні медіа в мистецтві: як розпізнавати, аналізувати та створювати змістовні художні зображення

Контрольні питання. Що таке візуальні медіа і які види вони мають? Як розпізнати маніпуляції у візуальному мистецтві? Які принципи композиції та кольору важливі для створення змістовних зображень?

Тести для контролю (з варіантами відповідей)

1. Ознакою маніпуляції у візуальному медіа є:
 - а) точне відображення фактів
 - б) перебільшення, перебудова кадрів, емоційний вплив
 - в) використання простих форм
 - г) відсутність тексту
2. Змістовне художнє зображення передбачає:
 - а) ясну ідею та композицію
 - б) хаотичне використання кольору
 - в) копіювання чужих робіт
 - г) тільки текстову інформацію

Практичне завдання. Проаналізувати плакат або ілюстрацію на предмет символіки, композиції та потенційної маніпуляції. Створити власне зображення на соціально значущу тему із застосуванням принципів композиції та кольору.

1.4. Тема 4. Інтеграція аудіальних медіа в мистецьку діяльність: розвиток критичного слухання та творчого самовираження засобами звуку

Контрольні питання. Що таке аудіальні медіа і як вони використовуються у мистецтві? Які навички критичного слухання важливі для митця? Як звук може впливати на сприйняття художнього твору?

Тести для контролю (з варіантами відповідей)

1. Аудіальні медіа в мистецтві включають:
 - а) живопис і графіку
 - б) музику, подкасти, аудіореклама
 - в) фізичну культуру
 - г) тільки літературу

2. Критичне слухання передбачає:
- а) уважне сприйняття, аналіз джерел і контексту
 - б) прослуховування без оцінки
 - в) ігнорування теми
 - г) копіювання звукових ефектів

Практичне завдання. Створити аудіальну композицію або подкаст на тему соціальної проблеми, продемонструвавши критичне слухання та етичну подачу інформації. Підготувати короткий опис використаних джерел та прийомів.

1.5. Тема 5. Використання аудіовізуальних медіа для формування критичного мислення та естетичного сприйняття в мистецтві

Контрольні питання. Що таке аудіовізуальні медіа і які форми вони мають? Як аудіовізуальні медіа допомагають формувати критичне мислення? Які принципи поєднання звуку та образу важливі для естетичного сприйняття?

Тести для контролю (з варіантами відповідей)

1. Аудіовізуальні медіа включають:
- а) відео, анімацію, інтерактивні презентації
 - б) лише фотографії
 - в) текстові документи
 - г) живопис
2. Формування критичного мислення через аудіовізуальні медіа досягається:
- а) аналізом, монтажем, оцінкою джерел та контексту
 - б) пасивним переглядом
 - в) ігноруванням композиції
 - г) повторенням чужих ідей

Практичне завдання. Створити короткий відеоролик (30–60 секунд) із соціально значущим меседжем, продемонструвавши поєднання звуку і зображення. Проаналізувати власну роботу: які прийоми формують критичне мислення та естетичне сприйняття.



РОЗДІЛ 2. ІНТЕГРУВАННЯ ПРИНЦИПІВ ІНФОМЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ В МИСТЕЦТВІ

2.1. Сучасний інформаційний простір. Захист прав людини в сучасному медіапросторі

Сучасний інформаційний простір – це динамічна, багатовимірна система комунікації, що включає цифрові медіа, соціальні мережі, інтернет-платформи, традиційні ЗМІ та різні форми аудіовізуального контенту. У сучасному світі інформація стала одним із найважливіших ресурсів, який впливає на політичні рішення, культурні процеси, формування світогляду та соціальні взаємини. Водночас інформаційний простір є середовищем, де виникають як нові можливості для розвитку та освіти, так і загрози для прав людини, зокрема свободи слова, приватності, гідності та безпеки.

Сучасний інформаційний простір як середовище комунікації та впливу, у якому відбувається створення, поширення, споживання та інтерпретація інформації за допомогою традиційних і цифрових медіа. Він охоплює мас-медіа, соціальні мережі, онлайн-платформи, месенджери, освітні середовища, віртуальні спільноти та цифрові сервіси, що формують нову культуру комунікації.

Основні складові сучасного інформаційного простору

1. Цифровізація – домінування онлайн-комунікації, мультимедійності та інтерактивності.
2. Глобальність – інформація поширюється миттєво незалежно від географічних меж.
3. Швидкість оновлення – новини та контент постійно змінюються, що створює інформаційне перевантаження.
4. Персоналізація – алгоритми формують індивідуальні інформаційні стрічки.
5. Візуалізація – зростає роль зображень, відео, інфографіки, дизайну як засобів впливу.

У сучасному суспільстві комунікація має мережевий характер. Кожен користувач може виступати не лише споживачем, а й творцем контенту. Соціальні мережі, блоги, подкасти та відеоплатформи сприяють формуванню горизонтальних комунікаційних зв'язків.

Водночас змінюється структура взаємодії від односторонньої моделі (ЗМІ → аудиторія) до інтерактивної (аудиторія ↔ аудиторія ↔ медіа); від текстоцентричності до візуально-цифрової культури; від локальних інформаційних потоків до глобальних мережевих спільнот.

Інформаційний простір виконує не лише комунікативну, а й впливову функцію. Через медіа формуються громадська думка; соціальні цінності та норми; політичні орієнтації; культурні тренди.

Особливого значення набувають такі явища, як: інформаційні маніпуляції; фейкові новини та дезінформація; інформаційні війни; алгоритмічний вплив (через рекомендаційні системи).

У контексті воєнного стану та глобальних трансформацій інформаційний простір стає полем боротьби за свідомість, ідентичність та культурні наративи.

В умовах надлишку інформації важливою стає інфомедійна грамотність – здатність критично аналізувати джерела, перевіряти факти, розрізняти маніпуляції та відповідально створювати контент. Формування цієї компетентності є ключовим завданням сучасної освіти.

Сучасний інформаційний простір є складною, динамічною системою комунікації та впливу, що формує соціальну реальність. Він відкриває нові можливості для взаємодії, творчості та самовираження, але водночас містить ризики маніпуляцій і дезінформації. Тому важливо поєднувати технологічний розвиток із розвитком критичного мислення та медіакультури суспільства.

Інформаційний простір характеризується такими особливостями:

- Швидкість обміну інформацією: новини, повідомлення та контент поширюються миттєво, що створює ефект “інформаційного потоку”.
- Масовість і доступність: доступ до інформації мають мільйони людей незалежно від місця проживання, віку чи професії.
- Візуалізація та мультимедійність: сучасні медіа поєднують текст, зображення, відео та звук, створюючи емоційно насичені повідомлення.
- Індивідуалізація контенту: алгоритми формують персоналізовані стрічки новин, що може сприяти “інформаційним бульбашкам” і фрагментації суспільства.
- Гібридність джерел: поряд з професійними ЗМІ функціонують блогери, інфлюенсери, анонімні акаунти, що ускладнює перевірку достовірності.

У такому середовищі інформація стає інструментом впливу: через неї формуються суспільні настрої, політичні погляди, споживчі звички та культурні моделі. Водночас саме тут виникають ризики маніпуляцій, дезінформації, пропаганди та порушення прав людини.

Захист прав людини в сучасному медіапросторі

Права людини у цифровому медіапросторі мають такі ключові аспекти:

1. Свобода слова та свобода вираження поглядів

Це фундаментальне право, яке забезпечує можливість висловлювати думки, обмінюватися ідеями та брати участь у суспільному діалозі. Водночас у цифровому середовищі свобода слова стикається з такими викликами: цензура або блокування контенту; маніпуляції через алгоритми; переслідування за висловлювання; поширення мови ненависті та агресії.

2. Право на приватність та захист персональних даних

У медіапросторі збирається величезна кількість даних про користувачів: місце перебування, інтереси, історія переглядів, особисті вподобання. Це створює ризики несанкціонованого збору і використання даних; витоку інформації; спостереження та контролю за громадянами; маніпуляцій через таргетовану рекламу.

3. Право на гідність і захист від дискримінації

Медіапростір може стати місцем поширення мови ненависті, дискримінаційних висловлювань, булінгу, кібертравлі. Це порушує право людини на гідність, психологічну безпеку та рівність.

4. Право на інформаційну безпеку

Захист від дезінформації, фейків, маніпуляцій та інформаційних атак є частиною права на безпеку. У сучасному світі дезінформація може впливати на політичні процеси, громадську думку, навіть на життя людей у кризових ситуаціях.

Механізми захисту прав у медіапросторі

Для захисту прав людини в інформаційному середовищі важливі:

- Освітні програми з медіаграмотності (уміння критично оцінювати інформацію, розпізнавати фейки, перевіряти джерела).
- Законодавчі норми щодо захисту персональних даних, протидії кібербулінгу, регулювання контенту.
- Етичні стандарти медіа та саморегуляція журналістів і платформ.
- Технологічні інструменти: фільтри контенту, механізми звітності про порушення, системи захисту даних.
- Активна громадянська позиція: повідомлення про порушення, підтримка постраждалих, участь у дискусіях про права людини.

Сучасний інформаційний простір – це середовище, що відкриває широкі можливості для освіти, творчості та комунікації, але водночас створює нові загрози для прав людини. Захист прав у медіапросторі вимагає поєднання освіти, етики, законодавства та технологій. Лише комплексний підхід забезпечує безпеку, свободу та гідність людини в умовах цифрової реальності.

Питання, тести для самоконтролю

Питання для самоконтролю:

1. Що таке сучасний інформаційний простір і які його основні характеристики?
2. Які особливості цифрового медіапростору впливають на комунікацію та формування громадської думки?
3. Як алгоритми персоналізації контенту впливають на сприйняття інформації?

4. Які загрози виникають у медіапросторі в умовах швидкого поширення інформації?
5. Що таке дезінформація та фейкові новини, і як вони впливають на суспільство?
6. Які права людини можуть бути порушені в сучасному медіапросторі?
7. Що включає поняття “свобода слова” у цифровому середовищі, і які обмеження можуть бути виправдані?
8. Чому важливий захист приватності та персональних даних у медіапросторі?
9. Які форми порушення гідності людини існують у цифровому середовищі (кібербулінг, мова ненависті тощо)?
10. Що таке інформаційна безпека і чому вона є складовою прав людини?
11. Які механізми захисту прав людини в медіапросторі можна виділити?
12. Як медіаграмотність сприяє захисту прав людини у цифровому середовищі?
13. Яку роль відіграють закони та етичні стандарти у регулюванні медіапростору?
14. Чому важлива громадянська відповідальність у процесі поширення інформації?
15. Як сучасні медіа можуть сприяти розвитку демократичного суспільства?

Тести для самоконтролю:

1. Сучасний інформаційний простір характеризується:
 - а) повільним обміном інформації
 - б) високою швидкістю поширення контенту
 - в) відсутністю цифрових технологій
 - г) лише традиційними ЗМІ
2. Алгоритми персоналізації контенту створюють:
 - а) універсальну стрічку новин для всіх
 - б) інформаційні бульбашки та фільтри
 - в) повну відсутність реклами
 - г) лише освітній контент
3. Дезінформація – це:
 - а) перевірена та достовірна інформація
 - б) навмисно спотворена або фейкова інформація
 - в) лише гумористичні повідомлення
 - г) офіційні державні повідомлення
4. Яке право людини може бути порушене в медіапросторі через витік персональних даних?
 - а) право на приватність
 - б) право на свободу слова
 - в) право на освіту
 - г) право на вибори

5. Кібербулінг – це:

- а) вид спорту
- б) психологічний тиск або цькування в інтернеті
- в) музичний жанр
- г) тип реклами

6. Мова ненависті в медіапросторі порушує:

- а) право на приватність
- б) право на гідність та рівність
- в) право на подорожі
- г) право на отримання зарплати

7. Захист прав людини в медіапросторі передбачає:

- а) лише заборону інтернету
- б) медіаграмотність, законодавчі норми та етичні стандарти
- в) тільки створення мемів
- г) виключно використання соцмереж

8. Медіаграмотність допомагає:

- а) бездумно поширювати будь-яку інформацію
- б) критично оцінювати джерела та розпізнавати фейки
- в) лише створювати відео
- г) уникати читання новин

9. Інформаційна безпека включає:

- а) лише фізичну безпеку в школі
- б) захист від дезінформації, маніпуляцій та кібератак
- в) лише перегляд фільмів
- г) тільки захист авторських прав

10. Громадянська відповідальність у медіапросторі означає:

- а) поширення інформації без перевірки
- б) уважне ставлення до джерел та повага до інших
- в) використання інтернету лише для розваг
- г) блокування всіх новин

Ключ відповідей

1 – б	6 – б
2 – б	7 – б
3 – б	8 – б
4 – а	9 – б
5 – б	10 – б

Обов’язкові та додаткові задачі, приклади

Обов’язкові задачі

1. Дайте визначення поняттю “сучасний інформаційний простір” та опишіть його ключові характеристики (швидкість, масовість, мультимедійність, персоналізація).

2. Наведіть 3 приклади проявів цифрових технологій у медіапросторі, які впливають на сприйняття інформації (соцмережі, стрічки новин, алгоритми рекомендацій тощо).
3. Проаналізуйте приклад дезінформації (публікацію, відео, пост у соцмережі). Визначте яка інформація є недостовірною, які ознаки фейку ви помітили, які наслідки може мати поширення такої інформації
4. Проведіть аналіз кейсу порушення прав людини в медіапросторі (наприклад, витік персональних даних, кібербулінг, мова ненависті, цензура).

Опишіть яке право було порушено, якими засобами це відбулося, як можна захистити постраждалу людину.

5. Складіть “короткий чек-лист медіаграмотності” (5–7 пунктів) для безпечного та відповідального користування медіа.

Наприклад: перевіряти джерела, аналізувати емоційний вплив, не поширювати сумнівний контент тощо.

6. Напишіть коротку рефлексію (до 1 сторінки):

“Як я захищаю свої права в медіапросторі і що можу зробити, щоб бути більш медіаграмотним(ою)?”

Приклади обов'язкових задач

1. Критичний аналіз медіаарт-проекту

Завдання: Виберіть аудіовізуальний чи інтерактивний медіаарт-проект (інсталяцію, короткометражку, digital art) і проаналізуйте його: як проєкт висвітлює або порушує права людини; використані візуальні та аудіальні прийоми для впливу на глядача; чи є маніпуляції, стереотипи або перебільшення в образах. Результат: Письмовий аналіз (1–2 сторінки) з прикладами та висновками щодо етичності художніх рішень.

2. Дизайн плакату або інфографіки

Завдання: Створіть плакат або інфографіку на тему “Права людини в медіапросторі”: використовуйте візуальні засоби (колір, композицію, шрифт) для посилення повідомлення; враховуйте етичні принципи та критичне мислення аудиторії; забезпечте зрозумілу, коректну подачу інформації. Результат: Графічний продукт + коротка пояснювальна записка про концепцію.

3. Аудіовізуальна кампанія проти дезінформації

Завдання: Розробіть короткий аудіовізуальний ролик (1–2 хвилини) для соціальної мережі: мета – підвищення обізнаності про права людини в медіапросторі; використайте дизайн звуку, кольору, монтажу для естетичного та ефективного впливу; продемонструйте критичне мислення у подачі матеріалу. Результат: Готовий відеофайл + опис концепції та дизайнерських рішень.

4. Аналіз естетики інформаційного дизайну

Завдання: Виберіть вебсайт, медіа-платформу або мобільний додаток і проаналізуйте: як дизайн (шрифти, колірна палітра, структура) впливає на сприйняття інформації; чи підсилює або зменшує ризик маніпуляцій; оцініть, наскільки дизайн сприяє етичній подачі матеріалу та дотриманню прав людини. Результат: Письмовий аналіз із скрінами або схемами.

Додаткові задачі

1. Створіть інфографіку на тему:
“Як розпізнати фейк у медіапросторі”
 Вкажіть основні ознаки дезінформації та алгоритм перевірки джерел.
2. Проведіть міні-дослідження:
 - виберіть 5 новин з різних джерел (ЗМІ, блогери, соцмережі)
 - проаналізуйте їх на предмет достовірності
 - визначте, які з них є надійними, а які – маніпулятивними
3. Складіть правила етичної поведінки в інтернеті (6–8 пунктів), які захищають права людини (приватність, гідність, свободу слова).
4. Підготуйте презентацію або короткий відеоролик на тему:
“Цифрова безпека та захист персональних даних у медіапросторі”
 Додайте практичні поради (паролі, налаштування приватності, перевірка додатків тощо).
5. Проаналізуйте соціальну рекламу або кампанію (наприклад, проти кібербулінгу, насильства, дискримінації).
 Опишіть:
 - як саме вона впливає на аудиторію
 - які медіатехніки використовує
 - чи є вона етичною та ефективною
6. Розробіть коротку інструкцію для однокласників/студентів:
“Як захистити свої права в соцмережах”
 (налаштування приватності, блокування, повідомлення про порушення, збереження доказів тощо).
7. Напишіть есе (1–2 сторінки):
“Свобода слова в цифровому світі: межі та виклики”
 Підкріпіть думки прикладами з реального життя або історії.

Приклади додаткових задач

1. Медіаарт-протест

Завдання: Створіть концепт художньої роботи (плакат, відео, digital art) для медіапростору, який висвітлює порушення прав людини; використовує естетичні принципи для залучення уваги та критичного сприйняття; включає інтерактивні або аудіовізуальні елементи. Результат: Ескіз або прототип + опис ідеї та дизайнерських рішень.

2. Дизайн соціальної інфографіки

Завдання: Створіть серію графічних матеріалів (інфографіка, меми, сторіз) для освітньої кампанії: тема – “Захист прав людини у медіапросторі”; використати дизайн для підвищення критичного мислення; оберіть етичну

та естетично привабливу подачу. Результат: Серія графічних матеріалів + пояснення дизайнерського підходу.

3. Аудіовізуальний нарис на тему прав людини

Завдання: Створіть короткий відеонарис або анімацію (до 3 хвилин) про конкретний випадок порушення прав людини у медіапросторі: використати колір, монтаж, звук та графіку для передачі сенсу; показати можливості критичного аналізу; дотримуватись етичних принципів та художньої естетики. Результат: Відеофайл + пояснювальна записка про концепцію.

4. Дизайн критичного медіа-гайду

Завдання: Розробіть графічний або мультимедійний посібник для критичного сприйняття медіа: включіть приклади аудіовізуальних та текстових прийомів; підкажіть, як розпізнавати маніпуляції та порушення прав людини; використайте дизайн для наочності та зручності сприйняття. Результат: Посібник у форматі PDF, презентації або інтерактивного макету.



2.2. Критичне мислення як основа інфомедійної грамотності: значення для мистецької освіти

У XXI столітті цифровізація стала визначальною характеристикою розвитку суспільства. Освітній процес, професійна діяльність митця, дизайн-комунікація, культурні практики – усе функціонує в цифровому інформаційному середовищі. Водночас в умовах воєнного стану інформаційний простір перетворюється не лише на канал комунікації, а й на стратегічне поле впливу та протидії.

Цифрові технології забезпечили миттєвий доступ до великих обсягів інформації; інтерактивність та мережеву взаємодію; розвиток візуальної культури (соціальні мережі, відеоплатформи, цифровий дизайн); використання алгоритмів персоналізації контенту.

Однак поряд із можливостями виникають ризики інформаційне перевантаження; поширення фейків; маніпулятивні технології впливу; алгоритмічне формування «інформаційних бульбашок».

У такому середовищі критичне мислення стає необхідною умовою безпечної та професійної діяльності.

Мистецька освіта сьогодні має формувати не тільки художні навички, а й здатність аналізувати медіатексти та візуальні повідомлення;

розпізнавати маніпулятивні прийоми; відповідально створювати контент; дотримуватися етичних стандартів у цифровому середовищі.

Для майбутніх дизайнерів, ілюстраторів, медіахудожників критичне мислення є інструментом глибокого аналізу брифу та цільової аудиторії; оцінювання джерел інформації; формування авторської позиції; запобігання використанню ворожих або маніпулятивних наративів.

Цифрова трансформація освіти зумовлюють необхідність інтеграції інфомедійної грамотності в мистецькі дисципліни. Формування критичного мислення стає не додатковою опцією, а базовою компетентністю сучасного фахівця. Сучасний інформаційний простір є водночас середовищем творчості, комунікації та інструментом впливу. В умовах цифровізації та війни саме критичне мислення забезпечує професійну відповідальність митця, стійкість до маніпуляцій і здатність створювати етичний, соціально значущий візуальний контент.

Інфомедійна грамотність – це інтегрована компетентність особистості, що передбачає здатність ефективно працювати з інформацією та медіаконтентом: знаходити, аналізувати, критично оцінювати, інтерпретувати, створювати й поширювати інформацію з урахуванням етичних, правових і соціальних норм. Це поєднання інформаційної грамотності (уміння працювати з джерелами, фактами, даними) та медійної грамотності (розуміння природи медіа, їхніх функцій, механізмів впливу й маніпуляції).

Основні складові інфомедійної грамотності

1. Когнітивна (аналітична) складова (критичне мислення; аналіз джерел інформації; перевірка достовірності фактів; розпізнавання маніпуляцій і фейків).
2. Технологічна складова (уміння користуватися цифровими платформами; безпечна поведінка в онлайн-середовищі; розуміння алгоритмів персоналізації).
3. Комунікативна складова (створення власного медіаконтенту; відповідальна участь у публічному дискурсі; дотримання норм онлайн-етики).
4. Етична та правова складова (авторське право; академічна доброчесність; відповідальність за поширення інформації).

Мета інфомедійної грамотності: формування здатності орієнтуватися в інформаційному потоці; розвиток критичного ставлення до медіаповідомлень; запобігання маніпуляціям і дезінформації; виховання інформаційно відповідальної особистості.

Інфомедійна грамотність у мистецькій освіті. Для здобувачів мистецьких спеціальностей інфомедійна грамотність означає: уміння аналізувати візуальні образи та символи; розуміння впливу дизайну на формування суспільної думки; відповідальне створення візуальної

комунікації; здатність розпізнавати пропагандистські та маніпулятивні візуальні прийоми.

Таким чином, інфомедійна грамотність є базовою компетентністю сучасного фахівця, який працює в цифровому інформаційному просторі.

У сучасному цифровому та інформаційно насиченому середовищі критичне мислення виступає не допоміжною, а базовою професійною компетентністю митця й дизайнера. Воно забезпечує усвідомленість творчого процесу, відповідальність за зміст візуальної комунікації та здатність приймати обґрунтовані професійні рішення.

У структурі професійних компетентностей критичне мислення можна розглядати як метакомпетентність, що інтегрує аналітичні здібності; рефлексію; аргументацію; здатність до оцінювання інформації; етичну відповідальність. Воно поєднує художню інтуїцію з логічним аналізом, що особливо важливо у сфері графічного дизайну, айдентики, візуальних комунікацій.

Розглянемо критичне мислення в структурі професійних компетентностей:

1. Проектно-аналітична компетентність

- аналіз брифу та цільової аудиторії;
- дослідження ринку та конкурентного середовища;
- оцінювання джерел візуальних референсів;
- перевірка достовірності інформації.

2. Креативна компетентність

- усвідомлений відбір художніх засобів;
- уникнення шаблонності;
- формування концепції на основі аргументованого вибору.

Критичне мислення допомагає відрізнити творчий експеримент від безсистемного рішення.

3. Комуникативна компетентність

- здатність аргументовано презентувати проєкт;
- вести професійну дискусію;
- приймати конструктивну критику.

4. Етична та соціальна відповідальність

- усвідомлення впливу візуального продукту на суспільство;
- уникнення маніпулятивних прийомів;
- дотримання принципів академічної доброчесності та авторського права.

5. Значення в умовах цифрового та воєнного інформаційного простору

В умовах інформаційної війни дизайнер стає не лише творцем форми, а й суб'єктом суспільного впливу. Критичне мислення дозволяє:

- розпізнавати пропагандистські наративи;
- уникати ретрансляції маніпулятивних образів;

- створювати візуальний контент, що підтримує національну ідентичність і цінності.

6. Професійна рефлексія як складова розвитку митця

Критичне мислення формує здатність до:

- самоаналізу творчого процесу;
- оцінювання сильних і слабких сторін проекту;
- постійного професійного вдосконалення.

Критичне мислення посідає центральне місце в структурі професійних компетентностей митця та дизайнера, оскільки забезпечує поєднання творчості з аналітичністю, інтуїції з відповідальністю, свободи самовираження з етичними нормами. Воно є фундаментом інфомедійної грамотності та професійної зрілості сучасного фахівця.

Критичне мислення є однією з ключових інтелектуальних компетентностей сучасної особистості, особливо в умовах цифровізації, глобалізації та інформаційних викликів. Воно виступає підґрунтям інфомедійної грамотності, професійної автономії та відповідальної громадянської позиції.

У науковому дискурсі критичне мислення розглядається як складний когнітивний процес, що передбачає свідомий аналіз інформації, перевірку її достовірності, логічну побудову суджень і прийняття обґрунтованих рішень. Це не лише інтелектуальна навичка, а й установка особистості – прагнення до об'єктивності, відкритості до альтернативних позицій та здатність до самокорекції.

Критичне мислення – це здатність особистості свідомо аналізувати інформацію, оцінювати її достовірність, логічність і цінність, формувати аргументовані висновки та приймати відповідальні рішення на основі доказів.

Основні характеристики критичного мислення:

1. Усвідомленість. Особа не сприймає інформацію пасивно, а ставить запитання: Хто є автором повідомлення? Яка мета його створення? Які джерела використано? Чи є можливі маніпуляції?

2. Аналітичність. Здатність розкладати складну інформацію на складові частини, визначати причинно-наслідкові зв'язки, виявляти логічні помилки.

3. Обґрунтованість. Формування висновків на основі фактів, доказів і логічних аргументів, а не емоцій або упереджень.

4. Самостійність. Незалежність суджень, вміння протистояти тиску більшості або авторитету.

5. Рефлексивність. Здатність оцінювати власні переконання, визнавати помилки та коригувати позицію.

6. Відкритість. Готовність розглядати альтернативні точки зору та змінювати думку за наявності переконливих доказів.

У контексті мистецької освіти ці характеристики сприяють глибшому аналізу візуальних образів, концепцій та художніх стратегій.

Критичне мислення має багатокомпонентну структуру. Його ключові складові забезпечують цілісний процес обробки інформації.

1. Аналіз – це здатність розчленовувати інформацію на окремі елементи для розуміння її структури. Він передбачає: визначення ключових понять; виявлення аргументів і доказів; встановлення причинно-наслідкових зв'язків; розпізнавання прихованих припущень. У мистецькій практиці аналіз може стосуватися композиції; символіки; кольорової палітри; контексту створення твору.

2. Інтерпретація – це процес пояснення змісту інформації, визначення її значення та смислів. Вона включає: пояснення термінів і символів; встановлення контексту; визначення авторської позиції; розуміння культурних кодів. У сфері дизайну інтерпретація дозволяє зрозуміти, як візуальний образ впливає на аудиторію та які смисли він транслює.

3. Оцінювання передбачає визначення достовірності, логічності та релевантності інформації. Цей компонент включає: перевірку джерел; виявлення маніпулятивних прийомів; оцінку сили аргументів; аналіз відповідності змісту поставленій меті.

Для дизайнера це означає здатність оцінити ефективність візуального рішення та його відповідність комунікативній стратегії.

4. Аргументація – це здатність логічно обґрунтовувати власну позицію та рішення. Вона передбачає чітке формулювання тези; добір переконливих доказів; логічну послідовність міркувань; врахування контраргументів. У професійній діяльності митця аргументація необхідна під час презентації проєкту, захисту концепції, участі в дискусіях.

5. Рефлексія – це усвідомлення та оцінювання власного мислення. Вона включає аналіз власних упереджень; усвідомлення сильних і слабких сторін аргументації; готовність до корекції позиції; самооцінку результатів діяльності. Рефлексія сприяє професійному зростанню та творчому розвитку.

Принципи формування критичного мислення в освітньому процесі

1. Принцип активності. Здобувач має бути активним учасником навчального процесу, а не пасивним слухачем. Використовуються дискусії, кейси, проблемні завдання.

2. Принцип проблемності. Навчання має будуватися на аналізі реальних ситуацій, що потребують самостійного пошуку рішень.

3. Принцип діалогічності. Освітній процес передбачає відкритий обмін думками, повагу до різних позицій, культуру аргументованої дискусії.

4. Принцип рефлексивності. Регулярне самооцінювання, аналіз власної діяльності та результатів.

5. Принцип інтеграції. Критичне мислення формується не в межах окремої дисципліни, а інтегрується в усі освітні компоненти – від теоретичних курсів до проєктної роботи.

6. Принцип медіабезпеки. Особлива увага приділяється навичкам перевірки інформації, розпізнаванню фейків, відповідальній поведінці в цифровому середовищі.

Теоретичні засади критичного мислення охоплюють систему понять, характеристик і структурних компонентів, що забезпечують здатність особистості до свідомого, обґрунтованого й відповідального мислення.

У мистецькій освіті критичне мислення поєднує аналітичну точність із творчою свободою, сприяє формуванню професійної зрілості та інформаційної стійкості в умовах сучасного інформаційного простору.

Інфомедійна грамотність як інтегрована компетентність

У сучасному цифровому суспільстві інфомедійна грамотність виступає не окремою навичкою, а інтегрованою компетентністю, що поєднує когнітивні, технологічні, комунікативні та етичні складові. Вона забезпечує здатність особистості ефективно функціонувати в інформаційному просторі, критично сприймати медіаповідомлення та відповідально створювати власний контент.

Інфомедійна грамотність формується на перетині інформаційної культури, медіаосвіти, цифрової грамотності та критичного мислення. В умовах цифровізації та інформаційних викликів (зокрема воєнного інформаційного протистояння) вона набуває стратегічного значення як для громадянської безпеки, так і для професійної діяльності митця чи дизайнера.

Структура інфомедійної грамотності

Інфомедійна грамотність має багаторівневу структуру, що охоплює такі взаємопов'язані компоненти:

1. Когнітивний компонент передбачає здатність аналізувати інформацію; критично оцінювати джерела; інтерпретувати медіатексти; формувати аргументовані висновки. Цей компонент тісно пов'язаний із розвитком логічного та критичного мислення.

2. Інформаційно-аналітичний компонент охоплює уміння здійснювати пошук інформації; відбір релевантних джерел; систематизацію та узагальнення даних; роботу з різними типами інформації (текстовою, візуальною, аудіовізуальною).

3. Технологічний компонент включає використання цифрових платформ і сервісів; розуміння принципів роботи алгоритмів; навички кібербезпеки; захист персональних даних.

4. Комунікативний компонент передбачає створення власного медіаконтенту; ефективну онлайн-комунікацію; дотримання норм цифрового етикету; участь у публічному дискурсі.

5. Етичний і правовий компонент охоплює дотримання авторського права; академічну доброчесність; відповідальність за поширення інформації; усвідомлення соціальних наслідків медіапродукту.

Таким чином, інфомедійна грамотність є цілісною системою знань, умінь і ціннісних орієнтацій.

Навички роботи з інформацією

Пошук і відбір джерел. Ефективна робота з інформацією починається з уміння здійснювати цілеспрямований пошук. Це передбачає формулювання чіткої інформаційної потреби; використання різних пошукових стратегій; аналіз надійності джерела; оцінювання актуальності та релевантності матеріалу. Важливо враховувати авторство та репутацію джерела; дату публікації; наявність підтверджених посилань; відповідність темі дослідження чи проєкту. Для студентів мистецьких спеціальностей це особливо важливо під час роботи з візуальними референсами, історичними матеріалами, культурними символами.

Перевірка фактів. Перевірка фактів є необхідною умовою протидії дезінформації. Вона передбачає порівняння інформації з кількома незалежними джерелами; використання офіційних ресурсів; перевірку першоджерела; аналіз контексту публікації. У цифровому середовищі часто використовуються маніпулятивні прийоми, зокрема виривання фактів із контексту або подання неповної інформації. Критичне ставлення до даних допомагає уникнути хибних висновків.

Розпізнавання маніпуляцій. Маніпуляція – це прихований вплив на свідомість з метою формування певної позиції чи поведінки. Основні ознаки маніпуляції: апеляція до емоцій замість фактів; використання страху або агресії; перебільшення або узагальнення; створення хибної дихотомії; використання авторитетів без перевірки джерел. У сфері візуальної комунікації маніпуляція може проявлятися через символічні образи; колірні асоціації; композиційні акценти; підбір контексту.

Виявлення фейків і візуальних маніпуляцій. Фейкові повідомлення часто мають такі характеристики: сенсаційні заголовки; відсутність підтверджених джерел; емоційно забарвлену лексику; невідповідність між текстом і зображенням. Візуальні маніпуляції можуть включати фотомонтаж; зміну масштабу чи кадрування; використання зображень із іншого контексту; цифрову обробку для спотворення змісту.

Для митця або дизайнера важливо не лише розпізнавати такі прийоми, а й усвідомлювати межу між творчою інтерпретацією та свідомим викривленням реальності.

Етичні аспекти створення та поширення медіаконтенту

Етична складова інфомедійної грамотності передбачає відповідальність за зміст і наслідки поширюваної інформації.

1. Авторське право та добросовісність (повага до інтелектуальної власності; коректне цитування; уникнення плагіату; використання ліцензійних матеріалів).

2. Соціальна відповідальність. Медіаконтент впливає на формування суспільної думки, тому важливо уникати дискримінаційних або стереотипних образів; не поширювати неперевірену інформацію; враховувати психологічний вплив візуальних повідомлень.

3. Етика цифрової комунікації (дотримання норм онлайн-спілкування; повага до приватності; обережність у використанні персональних даних).

4. Відповідальність у воєнному інформаційному просторі. В умовах військового стану поширення неперевіреної інформації може мати серйозні наслідки. Тому інфомедійна грамотність стає складовою інформаційної безпеки держави та суспільства.

Інфомедійна грамотність як інтегрована компетентність забезпечує здатність особистості орієнтуватися в складному інформаційному середовищі, критично сприймати медіаповідомлення та відповідально створювати власний контент.

Для мистецької освіти вона є основою формування професійної зрілості, етичної відповідальності та усвідомленого використання візуальних засобів впливу.

Значення критичного мислення для мистецької освіти

У сучасному цифровому та воєнному інформаційному середовищі мистецька освіта виходить за межі формування суто художніх умінь. Вона має забезпечувати підготовку фахівця, здатного не лише створювати естетично привабливі візуальні продукти, а й усвідомлювати їхній соціальний, культурний та ідеологічний вплив.

Критичне мислення стає інтелектуальним інструментом, який поєднує творчість із відповідальністю, емоційність із раціональним аналізом, інтуїцію з концептуальною обґрунтованістю.

Візуальна мова дизайну ґрунтується на системі знаків, символів, кольорів, композиційних рішень. Критичне мислення дозволяє студенту:

- аналізувати структуру візуального повідомлення;
- визначати домінанти та смислові акценти;
- розпізнавати приховані значення;
- оцінювати відповідність форми змісту.

Наприклад, під час аналізу логотипу важливо враховувати:

- семантику форми (коло – єдність, стабільність; трикутник – динаміка, спрямованість);
- психологію кольору (синій – довіра, червоний – енергія, небезпека);
- типографічні рішення;
- культурні асоціації.

У сфері соціальної реклами або воєнної візуальної комунікації символ може виконувати мобілізаційну функцію, формувати відчуття єдності чи

спротиву. Критичний аналіз дозволяє уникнути поверхневого сприйняття образу та глибше зрозуміти його вплив.

Жоден візуальний продукт не існує поза контекстом. Контекст включає історичні обставини; соціально-політичну ситуацію; культурні традиції; цільову аудиторію. Критичне мислення допомагає враховувати культурні коди – систему знаків і значень, зрозумілих певній спільноті. Наприклад: використання національної символіки потребує точності та поваги; етномотиви мають застосовуватися з урахуванням їхнього автентичного значення; візуальні образи можуть по-різному інтерпретуватися в різних культурних середовищах. Для дизайнера айдентики важливо оцінити, чи відповідає візуальна концепція цінностям бренду та культурному простору, у якому він функціонує.

Реклама та пропаганда активно використовують психологічні механізми впливу. Критичне мислення дозволяє виявляти маніпулятивні прийоми; розпізнавати емоційні тригери; аналізувати візуальні стереотипи; визначати приховану ідеологічну позицію. Деконструкція передбачає розбір повідомлення на складові: текст; зображення; композицію; кольорову гаму; контекст поширення. Майбутній дизайнер має вміти відрізнити соціально відповідальний візуальний меседж від маніпулятивного або деструктивного.

Формування авторської позиції та відповідальності дизайнера

Критичне мислення сприяє становленню особистісної та професійної зрілості. Воно допомагає усвідомити власні цінності; формувати аргументовану творчу позицію; приймати етичні рішення; оцінювати соціальні наслідки проєкту. Дизайнер сьогодні – це не лише виконавець замовлення, а й суб'єкт культурного впливу. Його рішення можуть формувати громадську думку, підтримувати національну ідентичність або, навпаки, відтворювати стереотипи. У роботі з айдентикою, соціальними кампаніями, освітніми або державними проєктами особливо важливо поєднувати творчість із громадянською відповідальністю.

Проєктна діяльність у дизайні є поетапним процесом, де критичне мислення відіграє ключову роль на кожному етапі.

1. Аналіз брифу (уточнення цілей замовника; виявлення прихованих суперечностей; визначення цільової аудиторії; аналіз конкурентного середовища).

2. Розробка концепції (формування ідеї на основі дослідження; логічне обґрунтування творчого рішення; узгодження візуальної мови з цінностями бренду).

3. Формування візуальної стратегії (системність айдентики; відповідність комунікаційним каналам; прогнозування сприйняття аудиторією).

Наприклад, під час створення логотипу або фірмового стилю важливо не лише досягти естетичної виразності, а й забезпечити семантичну

точність, функціональність та довготривалу актуальність. Критичне мислення в мистецькій освіті є фундаментом професійної компетентності сучасного дизайнера. Воно забезпечує глибокий аналіз візуальних образів; розуміння культурного контексту; здатність протидіяти маніпуляціям; формування відповідальної авторської позиції; ефективну проєктну діяльність. У сфері графічного дизайну та айдентики критичне мислення трансформує творчий процес із інтуїтивного в усвідомлений, стратегічний і соціально відповідальний.

Формування критичного мислення у студентів мистецьких спеціальностей потребує системної та цілеспрямованої роботи. Воно не виникає спонтанно, а розвивається через активні, проблемно-орієнтовані методи навчання, що поєднують аналіз, рефлексію, аргументацію та творчий пошук. У мистецькій освіті важливо поєднати теоретичне осмислення з практичною діяльністю, оскільки саме через аналіз реальних візуальних кейсів, проєктування та дискусії формується усвідомлена професійна позиція.

Методи розвитку критичного мислення у мистецькій освіті

Кейс-метод (аналіз реальних медіапроєктів). Кейс-метод передбачає роботу з конкретними прикладами з реальної практики: логотипами, рекламними кампаніями, соціальною рекламою, воєнною візуальною комунікацією, айдентикою брендів тощо. Мета методу: навчити здобувачів аналізувати реальні ситуації; розвивати здатність оцінювати ефективність візуальних рішень; формувати аргументовану позицію.

Етапи роботи з кейсом:

1. Ознайомлення з контекстом створення проєкту.
2. Аналіз візуальних та смислових компонентів.
3. Виявлення сильних і слабких сторін.
4. Формулювання альтернативних рішень.
5. Обговорення результатів.

Кейс-метод сприяє розвитку аналітичного мислення, здатності до оцінювання та прийняття обґрунтованих рішень.

Візуальний аналіз та деконструкція дизайну. Візуальний аналіз є одним із базових методів у мистецькій освіті. Він передбачає розбір візуального об'єкта на структурні елементи: композицію; колірну гаму; типографіку; символіку; стилістичні прийоми; контекст використання. Деконструкція дозволяє: виявити приховані смисли; розпізнати маніпулятивні прийоми; зрозуміти механізми впливу на аудиторію. Особливо ефективним є порівняльний аналіз – наприклад, зіставлення різних варіантів логотипів або рекламних кампаній із подібною тематикою. Такий підхід формує системність мислення та здатність бачити глибші рівні змісту.

Дискусії та дебати. Дискусія є важливим інструментом розвитку аргументації та відкритості до альтернативних точок зору. Форми роботи:

обговорення спірних дизайнерських рішень; аналіз соціально значущих візуальних кампаній; дебати щодо етичності певних проєктів; презентація та захист авторських концепцій. Дискусії сприяють формуванню культури професійного спілкування; розвитку навичок аргументації; здатності приймати конструктивну критику; усвідомленню різноманітності інтерпретацій. У мистецькій освіті це особливо важливо, оскільки візуальні образи часто мають багатозначний характер.

Проектно-дослідницька діяльність. Проектна діяльність є ключовим методом підготовки дизайнерів. Вона інтегрує дослідження, аналіз і творче проєктування.

Основні етапи:

1. Дослідження проблеми та цільової аудиторії.
2. Аналіз конкурентного середовища.
3. Формування концепції.
4. Обґрунтування візуальної стратегії.
5. Презентація та рефлексія.

Критичне мислення проявляється у:

- здатності ставити дослідницькі запитання;
- оцінювати достовірність інформації;
- логічно обґрунтовувати рішення;
- аналізувати результати власної роботи.

Проектно-дослідницький підхід формує відповідальність, самостійність і стратегічне бачення. Використання цифрових інструментів та штучного інтелекту для перевірки інформації. Сучасна мистецька освіта активно інтегрує цифрові технології. Використання цифрових інструментів та штучного інтелекту може сприяти розвитку критичного мислення за умови усвідомленого підходу. Можливості: перевірка фактів через надійні онлайн-ресурси; аналіз зображень (пошук першоджерела); виявлення маніпулятивного контенту; порівняння різних джерел інформації. Водночас важливо навчати здобувачів критично оцінювати результати, отримані за допомогою штучного інтелекту; усвідомлювати обмеження алгоритмів; перевіряти автоматично згенеровану інформацію.

Таким чином, цифрові технології не замінюють критичне мислення, а виступають інструментом його розвитку.

Методи розвитку критичного мислення у мистецькій освіті мають бути інтегрованими, практико-орієнтованими та спрямованими на активну позицію здобувача. Кейс-метод, візуальна деконструкція, дискусії, проектно-дослідницька діяльність і використання цифрових інструментів формують у майбутніх дизайнерів здатність: аналізувати візуальні повідомлення; розпізнавати маніпуляції; аргументовано відстоювати власну позицію; приймати відповідальні професійні рішення. У контексті сучасного інформаційного та воєнного простору ці методи сприяють підготовці не лише творчого, а й соціально відповідального фахівця.

Питання, тести для самоконтролю

Питання для самоконтролю

1. Дайте визначення критичного мислення. Які основні його характеристики?
2. Які компоненти критичного мислення виділяють сучасні дослідники? Наведіть приклади для кожного компонента.
3. Поясніть роль аналізу та інтерпретації у формуванні критичного мислення.
4. Як оцінювання та аргументація пов'язані з процесом критичного мислення?
5. Що таке рефлексія у контексті критичного мислення і чому вона важлива для художника або дизайнера?
6. Які принципи формування критичного мислення в освітньому процесі є найбільш ефективними у мистецькій освіті?
7. Як критичне мислення пов'язане з інфомедійною грамотністю?
8. Наведіть приклади того, як критичне мислення допомагає аналізувати візуальні образи та символи в мистецтві та дизайні.
9. Яким чином розвиток критичного мислення сприяє формуванню професійної етики та відповідальності дизайнера?
10. Поясніть, чому критичне мислення є важливим у роботі з цифровими та медійними джерелами інформації.

Тести для самоконтролю

1. Яке з наведених визначень найповніше описує критичне мислення?
 - а) Здатність швидко запам'ятовувати інформацію
 - б) Здатність оцінювати інформацію, робити обґрунтовані висновки та приймати рішення
 - в) Уміння малювати та створювати візуальні образи
 - г) Виконання вказівок викладача без аналізу
2. Які з перелічених компонентів належать до критичного мислення?
 - а) Аналіз, інтерпретація, оцінювання, аргументація, рефлексія
 - б) Кольорознавство, композиція, типографіка
 - в) Пошук джерел, робота з соцмережами
 - г) Мотивація, емоційність, натхнення
3. Яка з наведених функцій аналізу у критичному мисленні є правильною?
 - а) Вирішення технічних завдань без роздумів
 - б) Розбір інформації на складові для оцінки її достовірності
 - в) Використання будь-якої інформації без перевірки
 - г) Виконання творчого завдання без плану
4. Що таке рефлексія у критичному мисленні?
 - а) Миттєве виконання інструкцій
 - б) Самоаналіз власних рішень, оцінка процесу мислення та дій
 - в) Використання чужих ідей без аналізу
 - г) Декорування візуального проєкту

5. Як критичне мислення допомагає у мистецькій освіті?
- Допомагає розпізнавати приховані значення візуальних образів
 - Забезпечує швидке виконання завдань без аналізу
 - Виключає необхідність перевірки інформації
 - Замінює естетичний смак студента
6. Які принципи формування критичного мислення є найбільш ефективними для мистецької освіти?
- Практичні кейси, дискусії, проектна діяльність
 - Механічне запам'ятовування правил дизайну
 - Виключно лекційне навчання без практики
 - Виконання шаблонних завдань без аналізу
7. Яка з наведених дій є прикладом використання критичного мислення при роботі з медіа?
- Відтворення будь-якої інформації без перевірки
 - Аналіз джерел, перевірка фактів, розпізнавання маніпуляцій
 - Поширення повідомлень за принципом «трендово/модно»
 - Ігнорування контексту та аудиторії
8. Чому критичне мислення важливе для дизайнера?
- Допомагає оцінити етичність візуальних рішень та прогнозувати вплив на аудиторію
 - Дає змогу копіювати роботи відомих дизайнерів
 - Сприяє створенню складних технічних макетів без обґрунтування
 - Не впливає на професійну компетентність
9. Який компонент критичного мислення передбачає обґрунтування власної позиції?
- Аналіз
 - Інтерпретація
 - Аргументація
 - Рефлексія
10. В чому полягає взаємозв'язок критичного мислення та інфомедійної грамотності?
- Критичне мислення забезпечує здатність оцінювати інформацію та розпізнавати маніпуляції
 - Інфомедійна грамотність виключає необхідність аналізу джерел
 - Критичне мислення замінює роботу з цифровими інструментами
 - Між ними немає жодного зв'язку

Ключ до відповідей

- | | |
|--------|--------|
| 1. – б | 6. – а |
| 2. – а | 7. – б |
| 3. – б | 8. – а |
| 4. – б | 9. – в |
| 5. – а | 10.– а |

Обов'язкові та додаткові задачі, приклади

Обов'язкові задачі

1. Аналіз медіа-контенту

Завдання: Оберіть приклад візуального повідомлення (реклама, соціальний пост, плакат) і проведіть його структурний аналіз. Мета: Виявити елементи маніпуляції та оцінити достовірність інформації. Очікуваний результат: Короткий звіт із переліком виявлених прийомів впливу та їхньою оцінкою.

2. Визначення компонентів критичного мислення

Завдання: На прикладі обраного медіа-контенту визначити, які компоненти критичного мислення (аналіз, інтерпретація, оцінювання, аргументація, рефлексія) можна застосувати для його оцінки. Мета: Показати зв'язок теорії критичного мислення з практикою. Очікуваний результат: Таблиця або короткий опис, що демонструє використання кожного компонента.

3. Розробка альтернативної етичної візуальної комунікації

Завдання: Створіть новий варіант маніпулятивного повідомлення, який буде етичним, об'єктивним і водночас зберігатиме основну ідею. Мета: Формування професійної відповідальності дизайнера та навичок етичного проєктування. Очікуваний результат: Візуальний макет або ескіз із поясненням дизайнерських рішень.

4. Аргументація авторської позиції

Завдання: Пояснити вибір кольорів, композиції та символів у власному проєкті, обґрунтувати етичність і вплив на аудиторію. Мета: Розвиток аргументаційних навичок і здатності захищати творчі рішення. Очікуваний результат: Письмове або усне обґрунтування до проєктної роботи.

5. Рефлексія щодо процесу аналізу та проєктування

Завдання: Проаналізувати власну роботу та зазначити, які критичні висновки були зроблені під час створення альтернативного повідомлення. Мета: Формування усвідомленого підходу до навчальної та професійної діяльності. Очікуваний результат: Короткий рефлексивний звіт або міні-доповідь.

Приклади обов'язкових задач

1. Критичний аналіз медіатвору. Завдання: Виберіть аудіовізуальний або графічний твір (плакат, відеоролик, анімацію, digital art) та проаналізуйте його з точки зору: повідомлення, яке транслює твір; використаних художніх та медіазасобів; потенційного впливу на сприйняття глядача; можливих маніпуляцій та стереотипів. Результат: Письмовий аналіз (1–2 сторінки) із висновками щодо того, як критичне мислення допомагає оцінити та інтерпретувати твір.

2. Виявлення інформаційних маніпуляцій у мистецтві. Завдання: Проаналізуйте медіапублікацію або художній проєкт, що висвітлює

соціальні теми, і визначте: чи є приховані маніпулятивні прийоми; як художні елементи (кольори, композиція, звук, монтаж) можуть впливати на глядача; які питання слід поставити, щоб оцінити достовірність і етичність подачі. Результат: Письмовий або табличний звіт із прикладами та поясненнями.

3. Критичне сприйняття цифрових медіа. Завдання: Виберіть вебсайт, соціальний медіаресурс або онлайн-проект із мистецтва/дизайну та: оцініть достовірність представленої інформації; виявте потенційні упередження або стереотипи; запропонуйте, як глядач може застосувати критичне мислення для оцінки контенту. Результат: Письмовий аналіз або інфографіка.

4. Практика критичного створення медіатвору. Завдання: Створіть короткий аудіовізуальний або графічний твір (плакат, анімацію, відеоролик), дотримуючись принципів: етичного подання інформації; підсилення критичного мислення глядача; використання естетичних засобів для ясного і чесного комунікаційного посилу. Результат: Готовий твір + коротка пояснювальна записка про концепцію та застосовані прийоми.

Додаткові задачі

1. Порівняльний аналіз медіа-повідомлень

Завдання: Оберіть два або три приклади рекламних, соціальних або воєнних плакатів і проаналізуйте, як у кожному використовуються візуальні та текстові прийоми впливу. Мета: Розвивати вміння розпізнавати маніпуляції та відмінності у стилях подачі інформації. Очікуваний результат: Таблиця або короткий звіт із порівнянням елементів композиції, кольору, символіки та етичності.

2. Робота з цифровими інструментами та ШІ для перевірки інформації

Завдання: Використати онлайн-інструменти для перевірки фактів та достовірності медіа-контенту (наприклад, TinEye, Google Reverse Image, фактчек-сервіси). Мета: Підвищити інфомедійні компетентності та навички критичного мислення у цифровому середовищі. Очікуваний результат: Звіт із підтвердженням або спростуванням інформації та короткий аналіз отриманих результатів.

3. Деконструкція соціальної реклами або воєнної візуальної комунікації

Завдання: Обрати реальний приклад соціальної або воєнної реклами і визначити:

- основне повідомлення;
- маніпулятивні елементи;
- культурні коди та символіку;
- етичність.

Мета: Розвивати здатність аналізувати контекст і культурні коди у візуальній комунікації. Очікуваний результат: Письмовий або графічний аналіз, аргументація висновків.

4. Створення міні-проєкту «етичний редизайн»

Завдання: Взяти маніпулятивне повідомлення (рекламу, постер, логотип) і розробити альтернативну версію з етичним підходом, зберігаючи ключову ідею. Мета: Підвищення творчих та професійних компетентностей у практичному проектуванні. Очікуваний результат: Ескіз або макет із коротким описом дизайнерських рішень та поясненням етичності.

5. Групова дискусія та дебати «Вплив візуальних повідомлень»

Завдання: У групах обговорити приклад медіа-повідомлення: який вплив воно справляє на аудиторію, наскільки воно етичне, які елементи можна покращити. Мета: Розвивати комунікативні навички, вміння відстоювати позицію та критично оцінювати медіа. Очікуваний результат: Презентація групового аналізу та висновків, коротка письмова рефлексія.

Приклади додаткових задач

1. Створення критичного медіа-гайду для студентів мистецьких спеціальностей. Завдання: Розробіть посібник або інтерактивну інфографіку, що допомагає студентам: аналізувати медіа з точки зору достовірності та етичності; розпізнавати маніпуляції та стереотипи у візуальному та аудіовізуальному контенті; оцінювати естетичні та художні прийоми твору. Результат: Готовий посібник у форматі PDF, презентації або мультимедіа.

2. Дизайн критичного медіа-проєкту. Завдання: Створіть інтерактивний або аудіовізуальний проєкт, який навчає критичному мисленню через мистецтво: використайте графіку, відео, анімацію або звук для пояснення принципів; включіть приклади маніпуляцій та правильних методів оцінки інформації. Результат: Прототип проєкту + пояснення дизайнерського та освітнього підходу.

3. Критичний аналіз виставки або артпроєкту. Завдання: Відвідайте виставку, онлайн-галерею або перегляньте мистецький проєкт в мережі та проаналізуйте, як автори подають соціально-важливі теми; оцініть, чи стимулює твір критичне мислення у глядача; запропонуйте дизайнерські або художні прийоми, які могли б покращити сприйняття і зрозумілість. Результат: Письмовий або мультимедійний аналіз із прикладами.



2.3. Стійкість до маніпуляцій: основи фактчекінгу в роботі з медіа.

Маніпуляції у візуальному та художньому медіапросторі. У межах освітньої компоненти «Інтеграція інфомедійної грамотності в мистецтві» аналіз маніпуляцій у візуальному просторі є важливою складовою формування професійної відповідальності митця та дизайнера. Візуальний контент здатен швидко впливати на емоції, формувати наративи, змінювати поведінкові установки та суспільні оцінки. Саме тому необхідно розуміти механізми такого впливу.

Поняття маніпуляції в мистецтві та дизайні. Маніпуляція – це прихований або непрямий вплив на свідомість і поведінку аудиторії з метою формування певних переконань, емоцій чи дій без її повного усвідомлення цього впливу. У мистецтві та дизайні маніпуляція проявляється через навмисне конструювання образів і смислів; акцентування певних аспектів реальності та замовчування інших; використання культурних кодів і символів для формування бажаної інтерпретації.

Важливо розрізнити переконання (відкрите аргументоване впливання); естетичний вплив (емоційне залучення); маніпуляцію (приховане керування сприйняттям). У цифровому середовищі маніпуляції посилюються завдяки алгоритмам соціальних мереж; швидкому поширенню зображень; використанню AI-генерованого контенту; монтажу та редагуванню візуальних матеріалів.

Візуальні прийоми впливу (колір, композиція, символи, шрифти). Візуальна мова має потужний психологічний потенціал. Основні прийоми впливу:

1. Колір. Колір безпосередньо впливає на емоційний стан людини.

- Червоний – активність, тривога, небезпека, терміновість.
- Синій – довіра, стабільність, офіційність.
- Зелений – екологічність, безпека, природність.

Маніпуляція полягає у створенні емоційного фону, який підштовхує до певної оцінки ще до раціонального аналізу інформації.

2. Композиція. Центрування важливих елементів підсилює їхню значущість. Контраст масштабу може героїзувати або принижувати персонажа. Динамічні лінії створюють відчуття руху, напруги або конфлікту. Композиційні рішення часто програмують напрямок погляду глядача та ієрархію смислів.

3. Символи та культурні коди. Символи викликають асоціації на основі історичного та культурного досвіду. Наприклад: національні кольори – апеляція до патріотизму; традиційні орнаменти – легітимізація через «автентичність»; релігійні образи – підсилення морального авторитету. Маніпуляція відбувається через використання глибинних архетипів та емоційно насичених знаків.

4. Шрифти та типографіка. Антиква – авторитет, традиційність. Гротеск – сучасність, нейтральність. Рукописні шрифти – інтимність, «людяність». Типографіка формує тон повідомлення та впливає на довіру до змісту.

Маніпулятивні стратегії у рекламі, брендингу, соціальних кампаніях. У сфері візуальної комунікації маніпуляції часто використовуються як інструмент маркетингового впливу:

1. Емоційна апеляція. Реклама може викликати страх, радість, ностальгію або почуття провини для стимулювання покупки чи підтримки ідеї.

2. Створення штучного дефіциту. Візуальні повідомлення типу «Лише сьогодні», «Обмежена серія» активізують механізм страху втрати.

3. Використання авторитетів. Образи експертів, відомих осіб або «щасливих клієнтів» формують довіру без глибокої перевірки інформації.

4. Соціальне порівняння. Формування стандартів успіху, краси чи статусу через візуальні образи.

5. Візуальна спрощеність і поляризація. Поділ на «своїх» і «чужих», контрастні кольорові рішення, чіткі слогани – типові інструменти політичної та соціальної комунікації.

У контексті інфомедійної та цифрової грамотності майбутній митець і дизайнер повинен усвідомлювати силу візуального впливу; розпізнавати маніпулятивні прийоми; критично оцінювати візуальні повідомлення; дотримуватися етичних стандартів професії.

Формування стійкості до маніпуляцій є не лише елементом медіаграмотності, а й складовою професійної культури сучасного митця в умовах цифрової трансформації суспільства.

Фейки та дезінформація у сфері культури й мистецтва. У межах дисципліни «Інтеграція інфомедійної грамотності в мистецтві» проблема фейків у культурній сфері має особливе значення, оскільки мистецтво формує національну ідентичність, історичну пам'ять та систему цінностей. Дезінформація в цій галузі може спотворювати культурну спадщину, змінювати авторські наративи та впливати на міжнародне сприйняття країни.

Псевдоісторичні наративи та спотворення культурної спадщини

Псевдоісторичний наратив – це інтерпретація історичних подій або культурних явищ, яка подається як достовірна, але базується на викривлених, частково правдивих або повністю вигаданих фактах.

У сфері мистецтва це може проявлятися через:

- привласнення культурної спадщини іншими державами або ідеологіями;
- навмисне заниження ролі певних митців чи мистецьких шкіл;
- створення міфів навколо «спільного культурного простору»;

- маніпуляції з датуванням творів, їх походженням або контекстом створення.

У цифровому середовищі такі наративи поширюються через:

- соціальні мережі;
- псевдонаукові публікації;
- візуальні матеріали без посилання на джерела;
- блогерський контент без фактчекінгу.

Для майбутнього дизайнера важливо:

- перевіряти історичні джерела;
- користуватися академічними базами даних;
- розуміти культурний контекст використаних символів і стилістики.

Маніпуляції з авторством, стилістикою, мистецькими течіями. У мистецькому середовищі поширеними є маніпуляції, пов'язані з авторством і стилістичною атрибуцією.

1. Підміна або фальсифікація авторства

- приписування творів відомим митцям;
- використання імені художника для підвищення вартості роботи;
- поширення цифрових копій без зазначення автора.

У цифрову епоху проблема посилюється через:

- NFT-ринок;
- масове копіювання зображень;
- відсутність контролю за репостами та використанням контенту.

2. Спотворення стилістики

Маніпуляція може відбуватися через:

- спрощене трактування мистецьких течій;
- виривання елементів стилю з контексту;
- псевдоекспертні оцінки, які формують хибне уявлення про напрям.

Наприклад, комерційне використання термінів «мінімалізм», «авангард», «етно» без відповідності історичним або художнім критеріям.

3. Комерціалізація культурних маркерів

Використання національних орнаментів, традиційних мотивів або архетипів без розуміння їхнього змісту може перетворювати культурну спадщину на поверхневий декоративний елемент.

Deepfake, AI-зображення та етичні виклики цифрового мистецтва. Сучасні цифрові технології створили нові форми маніпуляції в мистецькому середовищі.

1. Deepfake. Deepfake – це технологія створення реалістичних відео або зображень із заміною обличчя чи голосу. У сфері культури це може проявлятися як «відтворення» митців, які вже померли; фальшиві інтерв'ю або висловлювання художників; підробка архівних матеріалів. Такі технології ставлять під сумнів автентичність цифрових джерел.

2. AI-генеровані зображення. Штучний інтелект здатний імітувати стиль конкретного митця; створювати «нові» роботи в історичних стилях;

комбінувати культурні коди різних традицій. Етичні проблеми виникають щодо авторського права; згоди митців на використання їх стилю; прозорості походження зображення; відповідальності за зміст створеного контенту.

3. Розмиття межі між оригіналом і копією. Цифрова культура змінює поняття «оригіналу», що впливає на мистецьку цінність, експертизу та довіру до візуальних матеріалів.

Фейки та дезінформація у сфері культури й мистецтва є складним викликом для сучасного медіапростору. Формування інфомедійної та цифрової грамотності передбачає розвиток навичок критичного аналізу джерел; розуміння історико-культурного контексту; етичну відповідальність у роботі з візуальними матеріалами; усвідомлення ризиків використання AI та цифрових технологій. Для майбутніх митців і дизайнерів це не лише питання інформаційної безпеки, а й складова професійної честі та культурної відповідальності.

Фактчекінг є ключовим інструментом забезпечення достовірності інформації в сучасному цифровому середовищі. Для митця, дизайнера чи фахівця з візуальної комунікації це не лише технічна навичка, а й елемент професійної етики та відповідальності перед аудиторією.

Фактчекінг – це систематична перевірка фактів, тверджень, зображень, відео та інших медіаматеріалів з метою встановлення їхньої достовірності. У сфері мистецтва фактчекінг стосується перевірки історичних і культурних фактів у проєктах; верифікації авторства та походження творів; перевірки візуального контенту (фото, відео, AI-зображень); коректності статистичних або соціальних даних у соціальній рекламі.

Основні принципи фактчекінгу:

1. Об'єктивність – відсутність упередженості та емоційної оцінки.
2. Доказовість – опора на перевірені джерела та документи.
3. Прозорість – можливість відстежити походження інформації.
4. Системність – перевірка не окремого фрагмента, а всього контексту.
5. Актуальність – врахування часу створення матеріалу.

У цифровому мистецькому середовищі фактчекінг також пов'язаний із розпізнаванням монтажу, маніпулятивної подачі або AI-генерації.

Алгоритм перевірки інформації. Для формування стійкості до маніпуляцій доцільно використовувати поетапний алгоритм перевірки:

Крок 1. Визначення джерела

- Хто автор матеріалу?
- Чи є інформація про організацію або особу?
- Чи має джерело репутацію?

Крок 2. Перевірка першоджерела

- Чи існує офіційна публікація?
- Чи наведені посилання на документи, архіви, дослідження?

Крок 3. Порівняння з іншими джерелами

- Чи підтверджують інформацію незалежні авторитетні ресурси?
- Чи є альтернативні точки зору?

Крок 4. Аналіз візуального контенту

- Чи не змінене зображення за допомогою монтажу?
- Чи відповідає фото заявленому часу та місцю події?
- Чи не є зображення AI-генерованим?

Крок 5. Оцінка контексту

- Чи не вирвано цитату з контексту?
- Чи не подано стару інформацію як нову?

Крок 6. Висновок

- Інформація достовірна;
- частково достовірна;
- маніпулятивна або фейкова.

Такий алгоритм доцільно використовувати під час створення соціальних плакатів, бренд-комунікації, освітніх проєктів та мистецьких інсталяцій.

У мистецькій та культурній сфері особливо важливо користуватися перевіреними джерелами.

Типи надійних джерел: офіційні сайти державних установ та музеїв; академічні публікації, наукові журнали; бібліотечні та архівні фонди; міжнародні культурні організації; авторитетні фактчекінгові платформи.

Критерії оцінювання джерела:

1. Авторитетність – наявність експертності та професійної репутації.
2. Прозорість – відкритість інформації про авторів і редакційну політику.
3. Перевірюваність – можливість знайти підтвердження в інших джерелах.
4. Об'єктивність – відсутність явної ідеологічної або комерційної заангажованості.
5. Оновлюваність – актуальність інформації.

У роботі з цифровими зображеннями також важливо враховувати метадані файлу; дату публікації; історію поширення; наявність маркування AI-контенту.

Фактчекінг у мистецтві – це не лише перевірка фактів, а інструмент професійної відповідальності. У цифрову епоху, коли зображення можуть бути змінені або створені штучним інтелектом, здатність критично аналізувати інформацію стає обов'язковою компетентністю митця та дизайнера.

Розвинені навички фактчекінгу сприяють формуванню довіри до авторського продукту; захисту культурної спадщини від спотворення; етичній комунікації в медіапросторі.

Цифрові інструменти перевірки візуальної інформації. У сучасному мистецькому та дизайнерському середовищі візуальний контент може бути

змінений, вирваний із контексту або створений штучним інтелектом. Тому володіння цифровими інструментами перевірки зображень є обов'язковою складовою професійної компетентності.

Зворотний пошук зображень – це метод перевірки походження фото або ілюстрації шляхом завантаження зображення до спеціального сервісу для пошуку його першоджерела.

Можливості зворотного пошуку: виявлення першої публікації зображення; визначення контексту використання; перевірка, чи не використовувалося фото раніше для інших подій; знаходження змінених або обрізаних версій зображення.

Основні інструменти: Google Images (пошук за зображенням); TinEye; Bing Visual Search; Yandex Images (ефективний для пошуку в східноєвропейському сегменті).

У мистецькій практиці це дозволяє перевірити автентичність ілюстрації; з'ясувати, чи не є зображення AI-генерованим або фотомонтажем; виявити плагіат або незаконне використання авторської роботи; перевірити історичні фото у проєктах, пов'язаних із культурною спадщиною.

Перевірка метаданих файлів. Метадані (EXIF-дані) – це технічна інформація, що міститься у файлі зображення та включає: дату і час створення; модель камери або пристрою; геолокацію (за наявності); параметри зйомки; іноді інформацію про програму редагування.

Інструменти для перевірки метаданих: ExifTool; Metadata2Go; Jeffrey's Image Metadata Viewer; властивості файлу в операційній системі.

Що важливо враховувати: метадані можуть бути видалені або змінені; скріншоти не зберігають первинних EXIF-даних; зображення із соціальних мереж часто автоматично очищаються від частини метаданих.

У мистецьких та дизайнерських проєктах перевірка метаданих допомагає підтвердити час створення фото; встановити автентичність документальних матеріалів; відрізнити оригінал від відредагованої версії.

Платформи фактчекінгу та верифікації контенту. Окрім технічних інструментів, існують професійні платформи, які займаються перевіркою інформації. Міжнародні ресурси: Snopes; FactCheck.org; PolitiFact; AFP Fact Check. Українські ресурси: StopFake; VoxCheck; По той бік новин. Ці платформи допомагають перевіряти резонансні новини; знаходити спростування фейків; отримувати аналітичні пояснення маніпуляцій. У сфері культури й мистецтва вони можуть бути корисними для перевірки гучних заяв щодо історичних фактів; верифікації цитат відомих митців; аналізу дезінформаційних кампаній у культурному просторі.

Цифрові інструменти перевірки візуальної інформації формують основу практичного фактчекінгу в мистецькій діяльності.

Майбутній митець або дизайнер повинен вміти встановлювати походження зображення; аналізувати технічні параметри файлу; перевіряти

інформацію через професійні платформи; критично оцінювати автентичність AI-контенту. В умовах цифрової трансформації саме поєднання технічної грамотності та критичного мислення забезпечує стійкість до маніпуляцій у візуальному медіапросторі. За потреби можна додати практичну лабораторну роботу з покроковою інструкцією перевірки зображення.

Критичне мислення як професійна компетентність митця та дизайнера. У цифрову епоху митець і дизайнер виступають не лише творцями візуальних образів, а й активними учасниками формування суспільних наративів. Саме тому критичне мислення стає ключовою професійною компетентністю, що забезпечує стійкість до маніпуляцій, відповідальність за зміст і етичність творчої діяльності.

Критичне мислення передбачає здатність аналізувати інформацію та джерела; розпізнавати маніпулятивні прийоми; відокремлювати факти від інтерпретацій; усвідомлювати власні упередження; приймати обґрунтовані професійні рішення.

Когнітивні упередження у сприйнятті візуальної інформації

Когнітивні упередження – це системні помилки мислення, які впливають на оцінку інформації. У сфері візуальної культури вони особливо сильні, оскільки зображення сприймаються швидше за текст. Найпоширеніші упередження:

1. Ефект підтвердження (confirmation bias). Людина схильна приймати інформацію, що відповідає її переконанням, і ігнорувати суперечливу. У дизайні це може проявлятися в односторонній подачі соціальних тем.
2. Ефект авторитету. Сприйняття інформації як достовірної, якщо її подає відома особа або бренд. Використовується в рекламі та соціальних кампаніях.
3. Ефект першого враження. Початкове візуальне сприйняття впливає на подальшу оцінку змісту. Колір, композиція, стиль формують попередню інтерпретацію ще до аналізу тексту.
4. Емоційна евристика. Рішення приймається на основі емоцій, а не раціонального аналізу. Яскраві образи, драматичні фото або контрастні кольори можуть викликати миттєву реакцію.
5. Стереотипізація. Використання спрощених образів соціальних груп. У візуальній комунікації це може призводити до дискримінаційних або викривлених репрезентацій.

Усвідомлення цих механізмів допомагає митцю уникати як маніпулятивного впливу на аудиторію, так і власних професійних помилок.

Відповідальність митця за формування суспільних смислів. Мистецтво і дизайн формують образи, які впливають на національну ідентичність; культурну пам'ять; соціальні цінності; громадську думку. Митець виступає не лише автором естетичного продукту, а й комунікатором смислів. У цьому контексті важливо перевіряти історичні та культурні

факти; уникати поширення стереотипів; відповідально працювати з національною символікою; враховувати соціальні наслідки візуального повідомлення. Особливої актуальності це набуває в умовах інформаційної війни, коли візуальні образи можуть використовуватися як інструмент пропаганди.

Етичні стандарти роботи з цифровим контентом. Цифрова трансформація мистецького середовища породжує нові етичні виклики. Основні етичні принципи:

1. Дотримання авторського права (коректне використання зображень; зазначення авторства; повага до інтелектуальної власності).
2. Прозорість використання AI (маркування AI-генерованих зображень; уникнення імітації стилю конкретного митця без згоди; відповідальність за зміст згенерованого матеріалу).
3. Недопущення дезінформації (перевірка фактів перед публікацією; уникнення маніпулятивного монтажу; коректне використання статистики та цитат).
4. Повага до культурної спадщини (обережне використання традиційних символів; уникнення культурної апропріації без розуміння контексту).
5. Соціальна чутливість (недопущення дискримінаційних образів; врахування різноманітності аудиторії).

Критичне мислення в професії митця та дизайнера є інтегрованою компетентністю, що поєднує аналітичні навички; медіаграмотність; цифрову компетентність; етичну відповідальність.

У межах інфомедійної та цифрової грамотності критичне мислення стає основою професійної культури сучасного фахівця, який працює в умовах швидкого поширення інформації та постійних маніпулятивних впливів.

Практичний модуль спрямований на формування навичок аналізу, перевірки та етичної оцінки візуального контенту. Основна мета – навчити студентів не лише розпізнавати маніпуляції, а й відповідально застосовувати професійні інструменти у власній творчій діяльності.

Практичний модуль: аналіз мистецьких кейсів.

Розбір прикладів маніпуляцій у візуальній комунікації

Завдання 1. Аналіз соціального плаката. Студентам пропонується плакат соціальної кампанії (екологія, безпека, здоров'я тощо). Алгоритм аналізу: Визначити цільову аудиторію. Проаналізувати використані кольори та композицію. Виявити емоційні тригери (страх, співчуття, гордість). З'ясувати, чи присутні перебільшення або спрощення. Оцінити, чи є маніпулятивні елементи. Результат: письмовий аналітичний висновок (1–2 сторінки).

Завдання 2. Аналіз рекламного кейсу. Обрати приклад брендової реклами. Оцінити використання авторитетів; створення штучного дефіциту;

апеляцію до соціальних стереотипів; відповідність візуального образу реальним характеристикам продукту. Мета: навчитися відокремлювати маркетинговий прийом від маніпуляції.

Завдання 3. Аналіз цифрового зображення. Здобувачі отримують фото або ілюстрацію з мережі. Необхідно виконати зворотний пошук зображення; перевірити контекст першої публікації; оцінити, чи не є зображення AI-генерованим; сформулювати висновок щодо достовірності.

Фактчекінг елементів айдентики та брендингу. У мистецькій практиці айдентика часто базується на культурних, історичних або етнічних мотивах, що потребує ретельної перевірки. Практичне завдання: Обрати приклад логотипу або фірмового стилю, що містить культурні символи. Перевірити: історичне походження символу; його значення у різних контекстах; коректність використання кольорової символіки; наявність можливих культурних викривлень. Оцінити відповідність заявленої концепції реальному змісту символів. Окремий аспект: Перевірка унікальності логотипу через зворотний пошук та аналіз схожих знаків. Очікуваний результат: аналітична довідка з висновками щодо достовірності та етичності використання елементів айдентики.

Розробка рекомендацій щодо інформаційної безпеки в мистецьких проєктах. На основі попереднього аналізу здобувачі формують власний перелік рекомендацій. Орієнтовна структура рекомендацій:

1. Перевірка джерел
 - використовувати офіційні та академічні ресурси;
 - перевіряти історичні факти через кілька незалежних джерел.
2. Верифікація візуального контенту
 - застосовувати зворотний пошук зображень;
 - аналізувати метадані файлів;
 - маркувати AI-контент.
3. Етична відповідальність
 - дотримуватися авторського права;
 - уникати дискримінаційних образів;
 - не використовувати маніпулятивні прийоми без усвідомлення їх впливу.
4. Професійна рефлексія
 - ставити питання: «Який смисл формує мій візуальний продукт?»
 - оцінювати можливі соціальні наслідки проєкту.

У результаті виконання завдань здобувач повинен вміти аналізувати маніпулятивні стратегії у візуальній комунікації; застосовувати інструменти фактчекінгу; критично оцінювати айдентику та брендинг; формувати власні стандарти інформаційної безпеки у творчій діяльності. Такий модуль поєднує теоретичні знання з практичними навичками, що є необхідними для

підготовки сучасного митця та дизайнера в умовах цифрового медіапростору.

Питання, тести для самоконтролю

Питання для самоконтролю

1. Що таке маніпуляція у візуальному медіапросторі та чим вона відрізняється від переконання?
2. Які психологічні механізми лежать в основі візуального впливу?
3. Яку роль відіграє колір у формуванні емоційного сприйняття повідомлення?
4. Як композиція впливає на інтерпретацію візуального контенту?
5. У чому полягає небезпека псевдоісторичних наративів у сфері культури та мистецтва?
6. Які форми маніпуляції з авторством можуть виникати в цифровому середовищі?
7. Чому важливо перевіряти культурний та історичний контекст під час створення айдентики?
8. Які етичні проблеми пов'язані з використанням AI-генерованих зображень?
9. Що таке фактчекінг і які його основні принципи?
10. Назвіть основні етапи алгоритму перевірки інформації.
11. Які цифрові інструменти можна використовувати для перевірки зображень?
12. Що таке метадані (EXIF) та яку інформацію вони містять?
13. За якими критеріями оцінюється надійність джерела інформації?
14. Які когнітивні упередження впливають на сприйняття візуальної інформації?
15. У чому полягає професійна відповідальність митця в умовах інформаційної війни?
16. Які маніпулятивні стратегії найчастіше використовуються у рекламі та брендингу?
17. Чому важливо маркувати AI-контент у мистецьких проєктах?
18. Як зворотний пошук зображень допомагає виявити фейк?
19. Які ризики виникають під час використання національної символіки у дизайні?
20. Яким чином критичне мислення формує інформаційну безпеку митця та дизайнера?

Тести для самоконтролю

1. Що таке маніпуляція у візуальному медіапросторі?
 - а) Об'єктивне подання фактів
 - б) Використання візуальних засобів для прихованого впливу на аудиторію
 - в) Копіювання стилю іншого художника
 - г) Публікація наукової статті

2. Який колір часто асоціюється з активізацією уваги та викликом емоційної реакції?
 - а) Синій
 - б) Червоний
 - в) Білий
 - г) Сірий
3. Що таке псевдоісторичний наратив?
 - а) Об'єктивна наукова реконструкція подій
 - б) Спотворене або вигадане відображення історичних фактів
 - в) Використання традиційних мотивів у сучасному мистецтві
 - г) Сучасна інтерпретація класичної картини
4. Який метод дозволяє перевірити походження зображення в Інтернеті?
 - а) Ручне копіювання файлу
 - б) Зворотний пошук зображень
 - в) Використання фільтрів у Photoshop
 - г) Публікація у соціальній мережі
5. Які дані можна знайти в метаданих (EXIF) фото?
 - а) Авторське право на вебсайті
 - б) Дата та час створення, модель камери, геолокація
 - в) Опис мистецького стилю
 - г) Контакти користувача
6. Який принцип фактчекінгу передбачає відсутність упередженості?
 - а) Прозорість
 - б) Об'єктивність
 - в) Актуальність
 - г) Системність
7. Що таке ефект підтвердження (confirmation bias)?
 - а) Сприйняття інформації, що підтверджує власні переконання
 - б) Поширення фото через соціальні мережі
 - в) Використання яскравих кольорів у рекламі
 - г) Виявлення помилок у метаданих
8. Для чого у мистецтві та дизайні важлива перевірка культурного контексту символів?
 - а) Для підвищення естетики роботи
 - б) Для запобігання спотворенню значення та культурної апропріації
 - в) Для збільшення вартості продукту
 - г) Для отримання нагород
9. Яка платформа є українською для фактчекінгу інформації?
 - а) Snopes
 - б) StopFake
 - в) PolitiFact
 - г) AFP Fact Check

10. Що є основним завданням критичного мислення у професійній діяльності митця?

- а) Створення яскравого дизайну
- б) Використання популярних трендів
- в) Аналіз інформації та усвідомлення впливу візуального контенту
- г) Підвищення швидкості роботи з графічними редакторами

Ключ до відповідей

- | | |
|--------|---------|
| 1. – б | 6. – б |
| 2. – б | 7. – а |
| 3. – б | 8. – б |
| 4. – б | 9. – б |
| 5. – б | 10. – в |

Обов'язкові та додаткові задачі, приклади

Обов'язкові задачі:

1. Обрати плакат соціальної кампанії (здоров'я, екологія, права людини) та проаналізувати, які візуальні прийоми використовуються для впливу на емоції (колір, композиція, символи). Визначити, чи присутні маніпулятивні елементи, та скласти короткий аналітичний висновок (до 1 сторінки).

2. Обрати фото або ілюстрацію з мережі та виконати зворотний пошук зображень для перевірки його походження. Перевірити метадані файлу (EXIF), встановити, чи є зображення достовірним, зміненим чи AI-генерованим, і підготувати короткий звіт з висновками та посиланнями на джерела.

3. Проаналізувати логотип або фірмовий стиль, що містить культурні або історичні символи. Перевірити походження символів та їх значення, виявити можливі викривлення чи маніпуляції у подачі символіки та скласти рекомендації щодо коректного використання цих елементів у професійній практиці.

4. Вибрати приклад рекламного або соціального відео чи плакату та визначити, які когнітивні упередження (ефект авторитету, ефект першого враження, емоційна евристика) можуть впливати на сприйняття аудиторією. Запропонувати способи нейтралізації цих упереджень у власній роботі.

5. На основі обраного кейсу розробити рекомендації щодо інформаційної безпеки у мистецькому проєкті. У переліку врахувати перевірку джерел, верифікацію візуального контенту, маркування AI-зображень, дотримання етичних стандартів та соціальну чутливість. Підготувати короткий документ із правилами для творчої практики.

Додаткові задачі:

1. Проаналізувати серію плакатів або постерів одного художника чи бренду та визначити, які візуальні прийоми повторюються для впливу на емоції. Скласти короткий звіт про потенційні маніпулятивні елементи та їхній ефект на аудиторію.

2. Вибрати онлайн-публікацію з зображенням художнього твору і перевірити її достовірність за допомогою зворотного пошуку зображень та аналізу метаданих. Оцінити, чи контент відповідає заявленому авторству і чи не було внесено змін у цифровому середовищі.

3. Проаналізувати відомий логотип або бренд, що використовує культурні чи історичні мотиви, і скласти коротку рекомендацію щодо його етичного використання у творчих проєктах.

4. Вибрати приклад рекламного або соціального відео і визначити, які когнітивні упередження можуть впливати на сприйняття глядача. Сформулювати пропозиції щодо того, як уникнути або мінімізувати такі ефекти в майбутніх проєктах.

5. Створити короткий інформаційний буклет або презентацію для аудиторії студентів або колег, у якому на прикладах показати різницю між достовірним візуальним контентом та маніпуляціями. Вказати основні методи перевірки інформації та цифрові інструменти фактчекінгу.

6. Проаналізувати власний мистецький проєкт або роботу однокурсника з точки зору інформаційної безпеки та етичності. Скласти рекомендації щодо покращення достовірності контенту та запобігання маніпуляцій.



2.4. Цифрова безпека та візуальна грамотність у роботі з мистецьким контентом

Значення цифрової безпеки для митців і дизайнерів. У сучасному цифровому середовищі більшість мистецьких проєктів створюється, поширюється та зберігається у цифровому форматі. Це відкриває широкі можливості для творчості та комунікації, але водночас створює низку ризиків. Цифрова безпека для митців і дизайнерів означає захист їхніх авторських прав, персональних даних, фінансової інформації та творчих файлів від несанкціонованого доступу, крадіжки або зловмисного використання. Навички цифрової безпеки дозволяють забезпечити контроль над власними роботами та уникнути непередбачуваних наслідків при поширенні контенту онлайн.

Ризики роботи з цифровим контентом у мистецькому середовищі
Цифрові платформи та інструменти створюють певні загрози, серед яких:

- ✚ Крадіжка авторських робіт – несанкціоноване копіювання та поширення логотипів, ілюстрацій, графічних проєктів.

- ✚ Маніпуляції та підробки – змінені або AI-генеровані зображення, що можуть спотворювати оригінальний зміст або вводити аудиторію в оману.
- ✚ Фішинг та хакерські атаки – загроза доступу до акаунтів, електронної пошти, хмарного зберігання файлів.
- ✚ Втрати даних – технічні несправності, відсутність резервних копій, шкідливе ПЗ.

Ризики стосуються не лише безпеки особистих даних митця, а й репутації, законності використання контенту та довіри аудиторії. Взаємозв'язок візуальної грамотності та безпеки інформації Візуальна грамотність – це здатність критично оцінювати та інтерпретувати візуальні образи, розпізнавати маніпуляції, фейки та неправдиві наративи. У поєднанні з цифровою безпекою вона дозволяє митцеві не лише захистити власний контент, а й стати компетентним споживачем інформації. Розвинена візуальна грамотність допомагає виявляти спотворені або маніпулятивні образи; перевіряти достовірність цифрового контенту; формувати етичні стандарти у роботі з чужими матеріалами; ухвалювати обґрунтовані рішення щодо публікації та поширення власних робіт.

Таким чином, цифрова безпека та візуальна грамотність є взаємопов'язаними складовими професійної компетентності сучасного митця або дизайнера, що працює у цифровому медіапросторі.

Основи цифрової безпеки. Приватність та захист персональних даних. Для митців та дизайнерів цифрова безпека починається з контролю над власною приватною інформацією. Це стосується не лише персональних даних (ім'я, контактні дані, фінансові реквізити), а й метаданих у цифрових файлах, які можуть містити інформацію про місцезнаходження, пристрій або дату створення роботи. Захист персональних даних передбачає обмеження доступу до акаунтів та профілів у соцмережах; уникнення публікації надмірної особистої інформації у відкритому доступі; використання надійних платформ для зберігання та обміну творчими файлами. Дотримання цих правил допомагає зменшити ризик крадіжки ідентичності або несанкціонованого використання творчого контенту.

Паролі, двофакторна автентифікація, захищене зберігання файлів Один з базових принципів цифрової безпеки – створення надійних паролів та додаткових засобів захисту. Для цього рекомендується використовувати складні паролі, що містять літери різного регістру, цифри та символи; застосовувати двофакторну автентифікацію (2FA), яка додає другий рівень перевірки при вході в акаунт; регулярно оновлювати паролі та не використовувати один і той самий для різних платформ; зберігати творчі файли у захищених хмарних сервісах або на локальних пристроях з шифруванням; робити резервні копії проєктів, щоб уникнути втрати даних через технічні несправності або атаки.

Ризики хакерських атак, фішингу та шкідливого ПЗ у творчих проєктах. Цифрове середовище містить численні загрози, які можуть негативно впливати на художні та дизайнерські проєкти:

- Хакерські атаки – спроби отримати доступ до акаунтів або файлів з метою крадіжки контенту чи особистих даних.
- Фішинг – шахрайські повідомлення або сайти, які маскуються під легітимні ресурси, щоб змусити користувача розкрити паролі або іншу конфіденційну інформацію.
- Шкідливе ПЗ (віруси, трояни, ransomware) – може знищувати, блокувати або шифрувати файли, роблячи їх недоступними.

Для мінімізації цих ризиків митцю важливо дотримуватися базових правил кібергігієни: не відкривати сумнівні посилання, перевіряти достовірність джерел, оновлювати програмне забезпечення та застосовувати антивірусний захист.

Візуальна грамотність у цифровому середовищі.

Розпізнавання маніпуляцій у цифрових зображеннях та відео. Візуальна грамотність у цифровому середовищі передбачає здатність митця чи дизайнера критично оцінювати отриманий контент. Одним із ключових аспектів є розпізнавання маніпуляцій. Це можуть бути зміни композиції або контексту зображення, що спотворюють первинний сенс; додавання або видалення елементів, щоб викликати конкретну емоційну реакцію; монтаж відео з метою створення хибного наративу. Розпізнавання таких маніпуляцій включає аналіз джерела, перевірку метаданих файлів, зворотний пошук зображень та оцінку контексту публікації. Це допомагає митцю уникнути поширення неправдивої інформації та зберегти професійну етичність у роботі з візуальним контентом.

Аналіз достовірності контенту: логотипи, брендинг, авторські роботи. У цифровому мистецтві та дизайні особливо важливо перевіряти достовірність елементів айдентики та авторських робіт. Аналіз включає перевірку походження логотипів і символів, щоб уникнути плагіату та культурних викривлень; оцінку відповідності кольорів, шрифтів і композицій заявленому бренду чи авторській концепції; ідентифікацію потенційних підробок або неправомірного використання авторського контенту. Такий аналіз не лише захищає власні проєкти митця, а й сприяє формуванню довіри аудиторії та підвищує професійний рівень у сфері цифрового мистецтва.

Критичне сприйняття AI-генерованого мистецтва та deepfake. З розвитком технологій штучного інтелекту з'являються нові виклики у візуальній грамотності. AI-генеровані зображення та deepfake можуть створювати дуже реалістичний контент, що сприймається як достовірний. Критичне сприйняття таких матеріалів включає оцінку правдивості та походження контенту; розпізнавання ознак цифрової генерації (артефакти, неприродні деталі, несумісність елементів композиції); розуміння етичних

наслідків поширення або використання AI-контенту; формування власних правил маркування AI-генерованих матеріалів, щоб уникнути маніпуляцій та дезінформації.

Таким чином, візуальна грамотність у цифровому середовищі є ключовою компетентністю сучасного митця або дизайнера, що дозволяє не лише створювати якісний контент, а й захищати його достовірність та етичність у цифровому медіапросторі.

Етичні та правові аспекти

Авторське право та інтелектуальна власність у цифровому мистецтві
Авторське право – це юридичний механізм захисту творчих робіт, що забезпечує їхньому автору виключне право на використання, поширення та модифікацію своїх творів. У цифровому мистецтві це особливо актуально через легкість копіювання і поширення контенту в інтернеті. Митцю слід реєструвати свої роботи та зберігати докази авторства; використовувати ліцензії для власних творів, щоб регулювати спосіб їх використання іншими; дотримуватися законів щодо чужих авторських робіт, включаючи цитування, плагіат та використання чужих матеріалів у колажах, ілюстраціях чи дизайні. Порушення авторських прав може призвести до юридичної відповідальності та шкоди репутації митця.

Відповідальне використання культурних та історичних мотивів. У роботі з культурними та історичними елементами важливо уникати спотворення їхнього значення та культурної апропріації. Відповідальне використання включає перевірку історичного контексту та значення символів, орнаментів, кольорових кодів; врахування культурних норм і чутливості до традицій, релігійних або національних символів; коректне поєднання елементів із сучасним контекстом без викривлення сенсу. Це допомагає не лише уникнути конфліктів, а й підвищує професійну етичність митця. Етика створення і поширення візуального контенту. Етичні принципи у цифровому мистецтві передбачають відповідальність за вплив зображень на аудиторію; прозорість щодо джерел та способу створення контенту (особливо AI-генерованого); запобігання поширенню фейків, маніпуляцій або образливих матеріалів; дотримання стандартів чесної конкуренції та взаємоповаги у професійній спільноті. Дотримання цих принципів забезпечує не лише юридичний захист, а й формує довіру до митця та його робіт у суспільстві.

Інструменти захисту та перевірки

Програми для шифрування файлів і захисту паролів. Для захисту творчих робіт і персональних даних митці можуть використовувати спеціальні програми та сервіси:

- Шифрування файлів – дозволяє захистити вміст від несанкціонованого доступу, навіть якщо файл потрапив у чужі руки. Приклади: VeraCrypt, BitLocker, 7-Zip з шифруванням.

- Менеджери паролів – допомагають створювати складні паролі та зберігати їх у безпечному вигляді. Приклади: LastPass, 1Password, Bitwarden.

- Захищене хмарне зберігання – сервіси з шифруванням даних, які дозволяють безпечно зберігати файли онлайн і робити резервні копії: Google Drive з двофакторною автентифікацією, Dropbox, OneDrive.

Ці інструменти дозволяють зменшити ризики втрати або несанкціонованого використання цифрового контенту. Інструменти для перевірки достовірності зображень та відео. Для підтвердження автентичності візуального контенту використовуються різні технічні методи та онлайн-сервіси:

- Зворотний пошук зображень (Google Images, TinEye) – допомагає знайти джерело зображення та перевірити його походження.

- Перевірка метаданих файлів (EXIF) – дозволяє дізнатися інформацію про дату створення, пристрій, налаштування камери та геолокацію.

- Інструменти аналізу відео – сервіси для перевірки монтажу та маніпуляцій у відеоконтенті (InVID, Amnesty YouTube DataViewer).

Ці інструменти сприяють виявленню змінених або підроблених зображень і відео, що важливо для запобігання дезінформації. Платформи для моніторингу поширення контенту та виявлення порушень Митці та дизайнери можуть використовувати спеціальні сервіси для відстеження, де та як поширюються їхні роботи. Системи моніторингу авторських прав – Pixsy, TinEye Alerts, Copyscape, які повідомляють про незаконне використання зображень. Платформи соціального моніторингу – CrowdTangle, Brand24, Mention, що дозволяють відстежувати поширення контенту в соцмережах. Інструменти аналітики і захисту бренду – допомагають контролювати, чи не було змінено або неправомірно використано елементи брендингу чи айдентики. Використання цих інструментів підвищує безпеку цифрового мистецького контенту та дозволяє митцю зберігати контроль над своїми роботами у цифровому просторі.

Аналіз кейсів цифрових атак на мистецькі проекти. У практичній частині студенти розглядають реальні приклади порушень цифрової безпеки у сфері мистецтва та дизайну. Це можуть бути випадки крадіжки авторських робіт або логотипів; спотворення контенту через AI або монтаж; несанкціонованого поширення відео чи зображень. Аналіз включає визначення способів атак, оцінку наслідків для митця та репутації бренду, а також обговорення методів запобігання подібним інцидентам у майбутньому.

Перевірка достовірності обраного візуального контенту Здобувачі виконують практичні вправи з перевірки цифрових файлів: зворотний пошук зображень для визначення джерела; перевірка метаданих

(EXIF) та оцінка можливих змін у файлі; аналіз авторства та відповідність контенту заявленим брендовим або творчим стандартам. Ця практика розвиває навички критичного мислення та візуальної грамотності, необхідні для професійної діяльності митця або дизайнера.

Розробка правил безпечного зберігання і поширення власних робіт. На основі аналізу кейсів студенти створюють власні рекомендації: регулярне резервне копіювання файлів; використання шифрування та захищених платформ; застосування надійних паролів та двофакторної автентифікації; маркування AI-генерованого контенту; дотримання етичних і правових стандартів при публікації та поширенні. Ці правила формують стійкі навички безпечної роботи з цифровим мистецтвом.

Формування стійких навичок цифрової безпеки та візуальної грамотності. Студенти набувають комплексних компетенцій, що поєднують здатність розпізнавати маніпуляції та фейки; навички перевірки достовірності візуального контенту; знання інструментів захисту файлів та акаунтів; розуміння етичних та правових аспектів цифрової творчості.

Рекомендації щодо безпечної і етичної роботи з цифровим мистецтвом. До ключових рекомендацій належать ретельно перевіряти джерела і авторство контенту; дотримуватися авторського права та етичних норм; використовувати надійні методи зберігання та обміну файлами; маркувати AI-контент та уникати поширення маніпулятивних матеріалів; постійно підвищувати власну цифрову та візуальну грамотність. Дотримання цих принципів забезпечує професійну безпеку митця та формує довіру аудиторії до його робіт у цифровому середовищі.

Питання, тести для самоконтролю.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке цифрова безпека і чому вона важлива для митців та дизайнерів?
2. Які основні ризики пов'язані з роботою з цифровим мистецтвом та контентом?
3. Як візуальна грамотність допомагає розпізнавати маніпуляції у цифрових зображеннях і відео?
4. Які методи захисту персональних даних у цифровому середовищі є найефективнішими для митців?
5. Що таке двофакторна автентифікація і як вона підвищує безпеку акаунтів?
6. Які інструменти дозволяють перевірити достовірність зображень та відео в мережі?
7. Як правильно використовувати культурні та історичні мотиви у творчих роботах, щоб дотримуватися етики та уникати культурної апропріації?

8. У чому полягає відповідальність митця за поширення цифрового контенту?
9. Які основні ознаки AI-генерованого контенту та deepfake, які допомагають розпізнати його?
10. Які заходи можна застосувати для безпечного зберігання та поширення власних робіт у цифровому просторі?

Тести для самоконтролю

1. Що таке цифрова безпека для митців і дизайнерів?
 - а) Використання сучасних графічних програм для створення мистецтва
 - б) Захист авторських прав, персональних даних та цифрового контенту.
 - в) Використання соцмереж для просування робіт
 - г) Створення AI-зображень
2. Який з наведених методів НЕ є способом захисту персональних даних?
 - а) Використання складних паролів
 - б) Двофакторна автентифікація
 - в) Поширення файлів через незахищені сторонні сайти.
 - г) Шифрування файлів
3. Для чого використовується зворотний пошук зображень (reverse image search)?
 - а) Щоб змінити формат файлу
 - б) Щоб перевірити походження та достовірність зображення.
 - в) Щоб створити AI-генероване зображення
 - г) Щоб захистити файли паролем
4. Що таке метадані файлу (EXIF) і для чого вони потрібні?
 - а) Дані про автора, дату та пристрій створення файлу.
 - б) Коди для шифрування файлу
 - в) Графічні ефекти на зображенні
 - г) Статистичні дані про перегляди файлу в мережі
5. Який принцип етичної роботи з культурними та історичними мотивами є правильним?
 - а) Використовувати їх без перевірки походження та значення
 - б) Перевіряти контекст, значення символів та враховувати культурні норми.
 - в) Використовувати тільки у власних комерційних проєктах
 - г) Уникати будь-якого використання історичних мотивів
6. Який інструмент допомагає виявляти поширення ваших робіт без дозволу?
 - а) Google Docs
 - б) Pixsy або TinEye Alerts.
 - в) Photoshop

- г) Canva
7. Яка ознака AI-генерованого зображення або deepfake?
- Ідеальна відповідність історичному стилю
 - Наявність артефактів, неприродних деталей, помилок у композиції.
 - Великий розмір файлу
 - Відсутність метаданих
8. Що є основною метою двофакторної автентифікації?
- Покращити якість зображення
 - Додати другий рівень перевірки для безпечного входу в акаунт.
 - Прискорити роботу хмарних сервісів
 - Захистити кольорову палітру логотипу
9. Який з наведених варіантів є маніпуляцією у цифровому мистецтві?
- Використання контрасту та композиції для підкреслення ідеї
 - Видалення або додавання елементів з метою спотворення сенсу.
 - Створення власного логотипу
 - Збереження файлу у різних форматах
10. Які заходи допомагають безпечно поширювати власні роботи?
- Регулярне резервне копіювання та шифрування файлів
 - Використання складних паролів та двофакторної автентифікації
 - Маркування AI-контенту та дотримання етичних норм
 - Усі перераховані.

Ключ до відповідей:

1 – б	6 – б
2 – в	7 – б
3 – б	8 – б
4 – а	9 – б
5 – б	10 – г

Обов'язкові та додаткові задачі, приклади.

Обов'язкові задачі

- Складіть короткий огляд основних ризиків цифрової безпеки для митця та запропонуйте способи їх мінімізації у професійній діяльності.
- Проаналізуйте обране цифрове зображення або відео та визначте ознаки можливих маніпуляцій або фейків, використовуючи доступні онлайн-інструменти.
- Перевірте достовірність логотипу, айдентики або авторської роботи у цифровому середовищі, визначте джерело та відповідність оригіналу.
- Складіть правила безпечного зберігання та поширення власних цифрових робіт, включаючи шифрування, резервне копіювання та контроль авторських прав.

5. Проведіть короткий аналіз одного кейсу цифрової атаки на мистецький проєкт (крадіжка контенту, підробка або поширення фейку), визначте причини та наслідки інциденту та запропонуйте способи захисту.

Приклади обов'язкових задач

Завдання: Проаналізуйте обране цифрове зображення та визначте ознаки маніпуляції. Приклад виконання: На ілюстрації рекламного банера виявлено надмірне насичення кольорів та додані елементи, які не відображають реальний продукт. Встановлено, що зображення було змінено за допомогою Photoshop для привернення уваги. Рекомендація: перевіряти оригінальні фото у джерелі та використовувати достовірні матеріали.

Завдання: Перевірте достовірність логотипу або айдентики. Приклад виконання: Логотип стартапу був знайдений на вебсайті конкурента. Виконано зворотний пошук зображень і перевірку метаданих файлу. Виявлено, що логотип був несанкціоновано використаний. Рекомендація: використовувати водяні знаки та реєстрацію авторських прав.

Завдання: Складіть правила безпечного зберігання та поширення власних робіт. Приклад виконання: шифрування файлів за допомогою VeraCrypt; використання 2FA для акаунтів у соцмережах; резервне копіювання у хмару Google Drive; позначення AI-контенту в портфолію; перевірка джерел для всіх елементів, використаних у роботах.

Додаткові задачі

1. Складіть порівняльну таблицю інструментів для шифрування файлів, захисту паролів і перевірки достовірності візуального контенту, визначте їх переваги та недоліки для митця.
2. Виконайте зворотний пошук зображень для серії власних робіт або кейсу з інтернету, щоб перевірити походження та наявність потенційних порушень авторських прав.
3. Проаналізуйте AI-генероване зображення або відео, визначте ознаки штучного створення контенту та запропонуйте етичні способи його маркування перед публікацією.
4. Розробіть внутрішній кодекс етичного використання цифрових ілюстрацій, фотографій та відео для навчальної студії, дизайнерської студії або персонального портфолію.
5. Складіть план дій у випадку виявлення цифрової атаки на власний мистецький проєкт, включаючи заходи з відновлення, оповіщення аудиторії та захисту авторських прав.

Приклади додаткових задач

Завдання: Проведіть зворотний пошук зображень для серії робіт. Приклад виконання: Використано TinEye для перевірки трьох ілюстрацій. Виявлено, що одна з них містить елементи з відомого фотостоку без ліцензії. Рекомендація: замінити або купити ліцензовану версію.

Завдання: Проаналізуйте AI-генероване зображення. Приклад виконання: На портреті AI видно артефакти на руках та асиметричні очі. Позначено в описі «AI-генерація». Це забезпечує етичне представлення роботи та уникнення маніпуляцій.

Завдання: Розробіть план дій при цифровій атаці. Приклад виконання: виявлено несанкціоноване використання ілюстрації в соцмережах; створено скріншоти та зберегли метадані; надіслано запит на видалення контенту через платформу; застосовано водяний знак до всіх майбутніх робіт; проведено аудит акаунтів і змінили паролі.

Завдання: Складіть внутрішній кодекс етики для студії. Приклад виконання: всі роботи перевіряються на авторство; AI-контент маркується; заборонено використання культурних символів без контексту; всі працівники проходять базовий курс з цифрової безпеки; перед публікацією контенту перевіряється на фейки та маніпуляції.



2.5. Методика проведення тренінгів з інфомедійної грамотності в мистецькому контексті

Значення тренінгів з інфомедійної грамотності для митців та дизайнерів. Тренінги з інфомедійної грамотності є важливим інструментом для формування у митців та дизайнерів здатності критично сприймати, аналізувати та створювати візуальний контент у цифровому середовищі. Вони допомагають:

- розпізнавати маніпуляції, фейки та дезінформацію у мистецьких і дизайнерських матеріалах;
- забезпечувати етичне використання авторського контенту та культурних символів;
- підвищувати безпеку персональних даних та цифрових робіт;
- розвивати навички критичного мислення, необхідні для професійної та академічної діяльності.

Цілі та очікувані результати навчання. Метою проведення тренінгів є формування у учасників комплексних компетенцій, що поєднують:

- здатність оцінювати достовірність візуального контенту;
- вміння застосовувати інструменти фактчекінгу та перевірки цифрових файлів;
- навички етичної роботи з AI-генерованими матеріалами та цифровим мистецтвом;

- вміння розробляти стратегії безпечного зберігання та поширення власних робіт.

Очікувані результати: учасники зможуть критично оцінювати інформацію, уникати маніпуляцій у мистецькому середовищі, ефективно захищати власні роботи та підвищувати довіру аудиторії до свого контенту.

Взаємозв'язок інфомедійної грамотності та критичного мислення у творчій сфері. Інфомедійна грамотність і критичне мислення взаємопов'язані: без уміння аналізувати джерела, перевіряти факти та оцінювати достовірність контенту неможливо приймати обґрунтовані рішення у творчій роботі. У мистецтві та дизайні критичне мислення дозволяє:

- усвідомлено обирати стиль, символіку та кольорові рішення;
- уникати поширення маніпулятивного або спотвореного контенту;
- формувати власний професійний стандарт етики та відповідальності за інформацію, що створюється або поширюється.

Таким чином, тренінги з інфомедійної грамотності не лише підвищують цифрову компетентність митців, а й розвивають їхню здатність до самостійного критичного аналізу візуальної інформації, що є ключовою професійною компетенцією у сучасному творчому середовищі.

Підготовка до тренінгу. Визначення аудиторії та рівня її медійної компетентності. Перший етап підготовки тренінгу полягає у розумінні, хто буде його учасником. Для митців та дизайнерів важливо враховувати:

- рівень цифрової та інфомедійної грамотності (початковий, середній, просунутий);
- тип діяльності (графічний дизайн, ілюстрація, мультимедіа, мистецькі проекти);
- потреби аудиторії щодо захисту авторських прав, фактчекінгу або роботи з AI-контентом.

Визначення цих параметрів дозволяє адаптувати складність матеріалу, вибір кейсів та формат практичних завдань. Наприклад, для початківців більше уваги приділяють базовим поняттям фактчекінгу та перевірки контенту, а для просунутих учасників – аналізу AI-генерацій і кейсів цифрових атак.

Вибір тематичного фокусу: цифрова безпека, фактчекінг, візуальна грамотність

Наступний крок – визначення ключових тем тренінгу:

- Цифрова безпека: захист персональних даних, безпечне зберігання файлів, використання паролів та двофакторної автентифікації;
- Фактчекінг: перевірка достовірності інформації, робота із джерелами, розпізнавання фейків у візуальному та текстовому контенті;
- Візуальна грамотність: аналіз маніпулятивних візуальних прийомів, етичне використання культурних мотивів, критичне сприйняття AI-генерованого мистецтва.

Тематичний фокус визначає структуру тренінгу, послідовність вправ та кейсів для практичного аналізу.

Підготовка навчальних матеріалів: кейси, презентації, відео та інтерактивні завдання. Для ефективного проведення тренінгу необхідно підготувати різноманітні матеріали:

- Кейси: реальні приклади маніпуляцій, фейків або цифрових атак на мистецькі проєкти;
- Презентації: наочні схеми, інфографіка, демонстрація алгоритмів перевірки інформації;
- Відео: навчальні ролики, аналіз AI-генерацій, приклади deepfake та фейкових новин;
- Інтерактивні завдання: вправи з фактчекінгу, перевірки метаданих файлів, групові проєкти та дискусії.

Таке різноманіття методів дозволяє підвищити залученість учасників, активізувати критичне мислення та сформувати практичні навички.

Методика проведення тренінгу

Інтерактивні форми: дискусії, мозкові штурми, групові проєкти

Ефективність тренінгу з інфомедійної грамотності значною мірою залежить від активного залучення учасників до процесу навчання. У мистецькому середовищі особливо важливо створити простір для обміну думками, творчого аналізу та рефлексії.

Дискусії сприяють розвитку критичного мислення та вмінню аргументувати власну позицію. Наприклад, учасникам можна запропонувати обговорити питання: «*Чи може AI-генерація вважатися авторським твором?*» або «*Де проходить межа між інтерпретацією культурного мотиву та культурною апропріацією?*».

Мозкові штурми доречні під час пошуку ознак маніпулятивного візуального контенту. Учасники спільно визначають критерії, за якими можна розпізнати фейкове зображення чи маніпулятивний дизайн (некоректні тіні, спотворена перспектива, відсутність першоджерела тощо).

Групові проєкти дозволяють закріпити знання на практиці. Наприклад, команди можуть отримати завдання створити інформаційну пам'ятку для дизайнерів щодо безпечної роботи з цифровим контентом або розробити алгоритм перевірки зображень перед публікацією.

Практичні вправи: аналіз фейків, перевірка достовірності візуального контенту, робота з AI-генерацією

Практичний компонент є ключовим елементом тренінгу. Він допомагає сформувати не лише знання, а й стійкі навички.

Аналіз фейків. Учасникам пропонуються приклади фейкових новин або маніпулятивних зображень. Завдання – визначити ознаки недостовірності: невідповідність джерел, емоційно забарвлені заголовки, монтаж або підміна контексту.

Перевірка достовірності візуального контенту. Практична вправа може передбачати пошук першоджерела зображення, аналіз метаданих файлу або порівняння різних версій зображення. Учасники навчаються системно підходити до перевірки інформації перед її використанням у власних проєктах.

Робота з AI-генерацією. Важливо навчити учасників аналізувати можливі помилки AI (некоректні деталі, спотворені пропорції, невідповідності текстур), а також усвідомлювати етичні та правові аспекти використання таких матеріалів. Доцільно запропонувати вправу з порівняння авторської ілюстрації та AI-зображення з подальшим обговоренням їхніх переваг і ризиків.

Використання цифрових інструментів для тренінгу

Сучасні тренінги мають включати практичне опанування інструментів перевірки інформації.

Зворотний пошук зображень дозволяє встановити першоджерело або виявити змінені версії зображення.

Перевірка метаданих допомагає визначити дату створення файлу, використане програмне забезпечення, технічні параметри.

Платформи фактчекінгу надають можливість перевіряти інформацію через незалежні джерела, аналізувати заяви та новини на предмет достовірності.

Використання цих інструментів у форматі практичної демонстрації або індивідуальної роботи з ноутбуками сприяє формуванню впевненості у застосуванні цифрових засобів у професійній діяльності.

Таким чином, методика проведення тренінгу з інфомедійної грамотності у мистецькому контексті повинна поєднувати інтерактивність, практичну спрямованість і використання сучасних цифрових інструментів. Це забезпечує формування критичного мислення, відповідального ставлення до візуального контенту та підвищення рівня професійної культури митців і дизайнерів.

Аналіз кейсів і практичні завдання

Робота з реальними прикладами маніпуляцій у мистецтві та дизайні

Аналіз реальних кейсів є одним із найефективніших методів формування інфомедійної грамотності в мистецькому середовищі. Робота з конкретними прикладами дозволяє учасникам не лише теоретично усвідомити механізми маніпуляції, а й навчитися розпізнавати їх у професійній діяльності.

У межах тренінгу доцільно розглядати такі типи кейсів:

- використання фотомонтажу або цифрової обробки для спотворення історичного чи соціального контексту;
- створення псевдосоціальної реклами з маніпулятивними візуальними символами;
- підміна авторства ілюстрацій або логотипів;

- некоректне використання культурних символів у брендингу. Під час аналізу учасники визначають:
- у чому полягає маніпуляція;
- які інструменти було використано;
- які наслідки це може мати для суспільства та професійної репутації дизайнера.

Такий формат сприяє розвитку професійної відповідальності та етичного мислення.

Перевірка авторства, брендингу та візуальної достовірності контенту

У межах практичної роботи учасникам пропонується здійснити повний цикл перевірки візуального матеріалу перед його використанням у власному проєкті.

Практичні дії можуть включати:

- пошук першоджерела зображення або логотипа;
- перевірку наявності авторських прав або ліцензії;
- аналіз стилістичної цілісності брендингу;
- визначення відповідності айдентики заявленій місії бренду;
- оцінку можливих репутаційних ризиків.

Окрема увага приділяється роботі з AI-генерованими зображеннями, де важливо перевірити унікальність контенту, потенційне копіювання існуючих стилів та дотримання правових норм.

У процесі виконання завдання учасники формують алгоритм перевірки, який у майбутньому може бути інтегрований у їхню професійну практику.

Розробка рекомендацій щодо безпечного і етичного використання цифрових матеріалів

Заключним етапом є створення власних рекомендацій або короткого кодексу професійної поведінки. Це може бути груповий документ або презентація, що містить:

- правила перевірки інформації перед публікацією;
- вимоги до дотримання авторського права;
- принципи відповідального використання культурних і національних символів;
- рекомендації щодо зберігання цифрових матеріалів і захисту авторських робіт;
- етичні норми роботи з AI-контентом.

Такий підхід формує не лише навички фактчекінгу, а й професійну культуру митця як відповідального комунікатора в цифровому середовищі.

5. Оцінювання результатів тренінгу

Критерії оцінки

Оцінювання результатів тренінгу має бути спрямоване не лише на перевірку теоретичних знань, а й на визначення сформованості практичних навичок. Основними критеріями є:

Рівень розпізнавання маніпуляцій

- здатність визначати маніпулятивні прийоми у візуальному та текстовому контенті;
- розуміння механізмів впливу кольору, композиції, символіки, типографіки;
- уміння пояснити, у чому полягає маніпулятивність конкретного прикладу.

Уміння здійснювати фактчекінг контенту

- застосування алгоритму перевірки інформації;
- використання цифрових інструментів (зворотний пошук зображень, аналіз метаданих, перевірка джерел);
- здатність визначати першоджерело візуального матеріалу та оцінювати його достовірність.

Застосування етичних норм у творчій діяльності

- усвідомлення відповідальності за створення та поширення контенту;
- дотримання авторського права та принципів академічної доброчесності;
- коректне використання культурних, історичних та національних мотивів.

Методи оцінювання. Для комплексної перевірки результатів доцільно поєднувати різні методи:

Тести. Дають можливість перевірити засвоєння теоретичних понять: типи маніпуляцій, принципи фактчекінгу, ознаки фейків, базові правила цифрової безпеки.

Практичні завдання. Передбачають аналіз конкретного візуального кейсу, перевірку достовірності зображення або розробку алгоритму безпечної роботи з контентом. Такий формат дозволяє оцінити реальні навички.

Групові проєкти. Учасники розробляють власні рекомендації, кодекс етичної поведінки або виконують аналіз брендингу з точки зору медійної грамотності. Оцінюється глибина аналізу, аргументованість висновків і здатність працювати в команді.

Таким чином, оцінювання має бути практикоорієнтованим і відображати рівень сформованості професійної компетентності.

6. Підсумок та рекомендації

Формування навичок критичного мислення та медійної грамотності у творчій діяльності

Тренінги з інфомедійної грамотності сприяють розвитку критичного мислення як ключової компетентності сучасного митця та дизайнера. Уміння аналізувати інформацію, перевіряти джерела, розпізнавати маніпуляції та діяти етично стає невід'ємною частиною професійної діяльності.

У творчій сфері це означає:

- свідоме створення візуальних образів без маніпулятивного впливу;
- відповідальне використання цифрових інструментів;
- формування довіри аудиторії до власного бренду або мистецького проєкту.

Поради щодо продовження самостійного навчання та розвитку цифрової компетентності. Для підтримання професійного рівня рекомендується:

- регулярно проходити онлайн-курси з медіаграмотності та цифрової безпеки;
- користуватися платформами фактчекінгу та відстежувати приклади сучасних інформаційних маніпуляцій;
- оновлювати знання щодо авторського права та використання AI-технологій;
- брати участь у професійних дискусіях і семінарах з етики цифрового мистецтва.

Самоосвіта є важливою складовою професійного зростання у сфері дизайну та мистецтва.

Важливість регулярного оновлення знань у швидкозмінному цифровому середовищі. Цифрове середовище постійно трансформується: з'являються нові технології генерації зображень, інструменти маніпуляції, методи кіберзагроз. Відповідно, компетентність митця повинна бути динамічною.

Регулярне оновлення знань дозволяє:

- мінімізувати ризики професійних помилок;
- захищати власні роботи від несанкціонованого використання;
- підтримувати високий рівень довіри до власного творчого бренду;
- відповідати сучасним вимогам цифрової культури.

Отже, систематична робота над розвитком інфомедійної грамотності та цифрової безпеки є необхідною умовою професійної успішності митця в сучасному інформаційному суспільстві.

Питання, тести для самоконтролю.

Питання для самоконтролю:

1. У чому полягає специфіка інфомедійної грамотності у сфері мистецтва та дизайну?
2. Чому тренінговий формат є ефективним для формування медійної компетентності митців?
3. Які етапи підготовки тренінгу з інфомедійної грамотності є обов'язковими?
4. Як визначити рівень медійної компетентності цільової аудиторії?
5. Які критерії слід враховувати під час вибору тематичного фокусу тренінгу?

6. Які інтерактивні методи є найбільш ефективними у мистецькій аудиторії?
7. У чому полягає роль аналізу кейсів у формуванні критичного мислення?
8. Які практичні вправи сприяють розвитку навичок фактчекінгу в дизайнерів?
9. Які цифрові інструменти доцільно використовувати під час тренінгу для перевірки візуальної інформації?
10. Які критерії оцінювання результатів тренінгу є найбільш об'єктивними?
11. Як поєднати теоретичні знання та практичні навички в процесі навчання?
12. У чому полягає відповідальність митця за поширення візуального контенту?
13. Як інтегрувати принципи цифрової безпеки в освітній процес мистецьких дисциплін?
14. Чому важливо формувати етичні стандарти роботи з AI-генерованим контентом?
15. Яким чином можна забезпечити сталість результатів тренінгу після його завершення?

Тести для самоконтролю

1. Основною метою тренінгу з інфомедійної грамотності для митців є:
 - а) засвоєння технічних навичок роботи з графічними редакторами
 - б) формування критичного мислення та навичок перевірки інформації
 - в) вивчення історії мистецтва
 - г) розвиток академічного рисунка
2. Першим етапом підготовки тренінгу є:
 - а) створення сертифікатів
 - б) розробка рекламної кампанії
 - в) визначення аудиторії та її рівня компетентності
 - г) підготовка підсумкового тесту
3. До інтерактивних форм роботи належать:
 - а) лекційний монолог викладача
 - б) самостійне читання підручника
 - в) дискусії та мозкові штурми
 - г) перегляд фільму без обговорення
4. Практична вправа з перевірки зображення через зворотний пошук спрямована на:
 - а) покращення композиції

- б) визначення першоджерела контенту
 - в) підбір кольорової гами
 - г) створення авторського стилю
5. Аналіз реальних кейсів у тренінгу сприяє:
- а) механічному запам'ятовуванню фактів
 - б) розвитку прикладних навичок і критичного аналізу
 - в) копіюванню готових рішень
 - г) зменшенню творчої свободи
6. Одним із критеріїв оцінювання результатів тренінгу є:
- а) швидкість виконання малюнка
 - б) кількість створених ескізів
 - в) уміння розпізнавати маніпуляції
 - г) рівень художньої майстерності
7. Перевірка авторства зображення є складовою:
- а) типографічного аналізу
 - б) бренд-стратегії
 - в) фактчекінгу та дотримання авторського права
 - г) композиційної побудови
8. Групові проєкти під час тренінгу спрямовані на:
- а) індивідуальну ізоляцію учасників
 - б) розвиток командної взаємодії та аргументації
 - в) зменшення відповідальності
 - г) скорочення навчального часу
9. Регулярне оновлення знань з медіаграмотності необхідне через:
- а) стабільність цифрового середовища
 - б) відсутність нових технологій
 - в) швидкий розвиток цифрових інструментів та AI
 - г) незмінність інформаційного простору
10. Формування етичних норм у тренінгу передбачає:
- а) ігнорування авторських прав
 - б) використання будь-якого контенту без перевірки
 - в) відповідальне створення та поширення візуальних матеріалів
 - г) повну відмову від цифрових технологій

Ключ відповідей

- | | |
|--------|--------|
| 1. – б | 6. – в |
| 2. – в | 7. – в |
| 3. – в | 8. – б |
| 4. – б | 9. – в |
| 5. – б | 10.– в |

Обов'язкові та додаткові задачі, приклади.

Обов'язкові задачі

1. Проаналізувати приклад візуальної комунікації (афішу, соціальну рекламу, бренд-постер або айдентику) та визначити можливі маніпулятивні прийоми. Описати використані візуальні засоби (колір, композицію, символіку, шрифти) та пояснити їхній вплив на аудиторію.
2. Здійснити фактчекінг запропонованого зображення або новини з мистецького середовища. Використати зворотний пошук зображень, перевірити джерело публікації та встановити першоджерело контенту. Сформулювати висновок щодо достовірності матеріалу.
3. Проаналізувати приклад брендингу або логотипа з точки зору авторського права та етичного використання культурних символів. Визначити можливі ризики порушення інтелектуальної власності або некоректної інтерпретації культурних мотивів.
4. Розробити короткий алгоритм перевірки візуального контенту перед його використанням у власному творчому проєкті. Алгоритм має включати етапи перевірки джерела, авторства, метаданих та відповідності етичним нормам.
5. Створити пам'ятку для митця або дизайнера «Правила безпечної роботи з цифровим мистецьким контентом», що міститиме рекомендації щодо зберігання файлів, захисту авторських прав та перевірки достовірності інформації.

Приклади основних задач

1. Аналіз маніпулятивних прийомів у візуальній комунікації

Завдання: Проаналізувати постер соціальної кампанії.

Ситуація: Постер із зображенням зруйнованої будівлі та написом великими літерами: «Тільки наш рух зупинить катастрофу».

Аналіз:

- Темна кольорова гама створює атмосферу страху та загрози.
- Центральна композиція з акцентом на руйнуванні підсилює емоційний ефект.
- Формулювання «тільки наш» містить маніпулятивний прийом виключності.
- Відсутні конкретні факти або посилання на джерела.

Висновок: Візуальні та текстові елементи спрямовані на емоційний тиск і формування однозначної позиції без аргументації.

2. Фактчекінг мистецького зображення

Завдання: Перевірити достовірність поширеного в соцмережах зображення, яке нібито є архівною фотографією.

Кроки виконання:

- Проведено зворотний пошук зображення.

- Виявлено, що фото вперше з'явилося на платформі з AI-генерацією.

- У наукових та музейних джерелах підтвердження немає.

Висновок: Зображення є сучасною цифровою генерацією, а твердження про його історичність – недостовірне.

3. Аналіз брендингу на предмет авторського права

Завдання: Оцінити логотип молодого бренду на унікальність та етичність використання символів.

Ситуація: Логотип містить стилізований тризуб із мінімальними змінами.

Аналіз:

- Символ має державне значення та регламентоване використання.

- Можливі правові та етичні ризики у комерційному застосуванні.

- Стилістика логотипа частково повторює відомі візуальні рішення.

Висновок: Потребує доопрацювання для уникнення порушення прав та збереження етичної коректності.

4. Розробка алгоритму перевірки контенту

Завдання: Створити алгоритм перевірки візуального матеріалу перед використанням у проєкті.

Зразок алгоритму:

1. Визначити джерело походження зображення.

2. Провести зворотний пошук для встановлення першоджерела.

3. Перевірити ліцензію або умови використання.

4. Проаналізувати метадані файлу.

5. Оцінити етичні та культурні аспекти використання.

Висновок: Системний підхід до перевірки зменшує ризики дезінформації та порушення авторських прав.

5. Пам'ятка з цифрової безпеки

Завдання: Розробити короткі рекомендації для безпечної роботи з цифровим мистецьким контентом.

Зразок:

- Використовувати складні унікальні паролі.

- Активувати двофакторну автентифікацію.

- Регулярно створювати резервні копії портфоліо.

- Перевіряти достовірність візуальних матеріалів перед публікацією.

- Дотримуватися принципів авторського права та академічної доброчесності.

Додаткові задачі

1. Провести порівняльний аналіз двох візуальних матеріалів (наприклад, соціальної реклами або мистецьких постерів), один з яких містить

маніпулятивні елементи, а інший – побудований на етичній комунікації. Визначити відмінності у візуальних стратегіях впливу та сформулювати висновки щодо рівня їхньої медійної доброчесності.

2. Дослідити приклад AI-генерованого зображення або deepfake-відео у мистецькому контексті. Проаналізувати його художні особливості, потенційні ризики дезінформації та етичні виклики. Запропонувати правила відповідального використання подібних технологій у творчих проєктах.
3. Розробити мінітренінг (30–40 хвилин) для студентів мистецьких спеціальностей з теми фактчекінгу або цифрової безпеки. Визначити мету, цільову аудиторію, інтерактивні вправи та критерії оцінювання результатів.
4. Створити аналітичний звіт щодо випадку порушення авторського права у сфері дизайну або ілюстрації (реального або змодельованого). Описати механізм виявлення порушення, можливі правові наслідки та шляхи захисту авторських прав.
5. Розробити власний кодекс етичної поведінки митця в цифровому середовищі, що включатиме принципи роботи з візуальним контентом, використання культурних символів, AI-інструментів та взаємодії з аудиторією.
6. Підготувати презентацію з аналізом сучасних цифрових загроз для мистецьких проєктів (фішинг, крадіжка портфоліо, підміна авторства, несанкціоноване використання робіт) та запропонувати комплекс профілактичних заходів.

Приклади додаткових задач

1. Аналіз маніпуляції у візуальній рекламі

Ситуація: Соціальний постер із зображенням затемненого міста та яскраво-червоного напису «Тільки ми врятуємо майбутнє».

Аналіз:

- Червоний колір використано як емоційний тригер тривоги й небезпеки.
- Контраст світла й темряви створює бінарну опозицію «ми – добро / інші – загроза».
- Узагальнене формулювання без конкретних фактів формує маніпулятивний наратив.

Висновок: Візуальні та вербальні засоби спрямовані на емоційний вплив без надання перевіреної інформації. Рекомендовано перевірити джерело публікації та контекст використання зображення.

2. Фактчекінг зображення

Ситуація: У мережі поширюється ілюстрація з підписом, що це «відома картина українського художника початку XX ст.».

Кроки перевірки:

- Виконано зворотний пошук зображення (Google Images / TinEye).

- Встановлено, що зображення вперше опубліковане на платформі з AI-генерацією у 2023 році.

- У музейних каталогах та академічних джерелах згадок немає.

Висновок: Інформація про історичне авторство є фейковою. Зображення створене за допомогою AI та некоректно атрибутоване.

3. Перевірка авторства логотипа

Ситуація: Молодий бренд використовує логотип, стилістично подібний до відомої міжнародної компанії.

Аналіз:

- Проведено пошук схожих логотипів у відкритих реєстрах торгових марок.

- Виявлено значну композиційну та стилістичну схожість.

- Є ризик порушення прав інтелектуальної власності.

Рекомендація: Доопрацювати айдентику, забезпечити унікальність графічного рішення та перевірити можливість реєстрації власної торгової марки.

4. Етичний аналіз використання культурного символу

Ситуація: У брендингу ресторану використано традиційний орнамент без пояснення його культурного значення.

Аналіз:

- Символ має сакральне значення в певному регіоні.

- Використання в комерційному контексті може сприйматися як культурна апропріація.

Рекомендація: Додати інформаційний супровід, залучити експертів з етнодизайну або обрати нейтральні стилізовані елементи.

5. Міні-кодекс цифрової безпеки для дизайнера

1. Перевіряти джерело кожного зображення перед використанням.

2. Використовувати ліцензійні шрифти та графічні ресурси.

3. Захищати портфоліо водяними знаками або цифровими підписами.

4. Застосовувати складні паролі та двофакторну автентифікацію.

5. Критично оцінювати AI-генерований контент і не видавати його за історичний або документальний.



2.6. Практична інтеграція інфомедійної грамотності у мистецтво

Інфомедійна грамотність є важливою складовою професійної компетентності сучасного митця та дизайнера, оскільки їхня діяльність безпосередньо пов'язана зі створенням, трансформацією та поширенням візуальної інформації. У цифрову епоху дизайнер виступає не лише як автор естетичного продукту, а як комунікатор, який формує смисли, впливає на суспільну думку та бере участь у конструюванні інформаційного простору.

Структурно інфомедійна грамотність охоплює здатність критично оцінювати джерела інформації; уміння аналізувати медіатексти та виявляти маніпуляції; навички етичного використання візуальних і текстових матеріалів; розуміння механізмів інформаційного впливу; цифрову компетентність та безпечну роботу в онлайн-середовищі.

Для митця це означає усвідомлення відповідальності за створюваний контент, розуміння контексту його сприйняття та прогнозування можливих соціальних наслідків візуальних повідомлень. Таким чином, інфомедійна грамотність забезпечує не лише технічну підготовку, а й формує професійну етику та критичне мислення.

Мистецтво виконує не лише естетичну, а й пізнавальну, комунікативну та соціально-критичну функції. Через художні образи, символи та метафори воно здатне інтерпретувати складні суспільні процеси, зокрема інформаційні маніпуляції, пропаганду та феномен дезінформації.

Засобами мистецтва можливо виявляти приховані механізми впливу медіа; візуалізувати проблему фейкових новин; актуалізувати питання інформаційної безпеки; стимулювати рефлексію глядача.

Графічний дизайн, соціальний плакат, ілюстрація, відеоарт, цифрові інсталяції стають інструментами суспільного діалогу. Художній образ дозволяє не лише передати інформацію, а й викликати емоційний відгук, що сприяє глибшому усвідомленню проблеми. У цьому контексті мистецтво виступає як форма критичного мислення, що поєднує раціональний аналіз і емоційно-ціннісне сприйняття.

В умовах інформаційних війн дизайнер стає активним учасником комунікативних процесів, оскільки саме візуальні повідомлення часто є основним засобом впливу на масову аудиторію. Маніпулятивні зображення, змінені фотографії, вирвані з контексту візуальні фрагменти можуть формувати хибні уявлення та провокувати емоційні реакції.

У цьому середовищі дизайнер виконує кілька ключових ролей:

- ✓ Комунікатор – створює зрозумілі, етичні та достовірні візуальні повідомлення.
- ✓ Аналітик – здатний розпізнавати маніпулятивні прийоми та уникати їх у власній практиці.
- ✓ Просвітник – через соціальні проекти сприяє підвищенню медіаграмотності суспільства.

- ✓ Інноватор – використовує цифрові технології (зокрема ШІ) відповідально та усвідомлено.

Цифрова трансформація розширює інструментарій дизайнера, але водночас посилює потребу в етичних стандартах і професійній відповідальності. Використання штучного інтелекту, генеративної графіки, алгоритмічних систем вимагає розуміння авторського права, достовірності джерел та впливу технологій на суспільство.

Таким чином, сучасний дизайнер є не лише творцем візуального продукту, а й суб'єктом інформаційної культури, який формує якість комунікації в суспільстві та сприяє зміцненню інформаційної безпеки.

Практична інтеграція інфомедійної грамотності у мистецьку освіту передбачає системне включення її компонентів у зміст, методи та організаційні форми навчального процесу. Йдеться не про введення окремої теми чи дисципліни, а про наскрізне формування інфомедійної компетентності майбутніх митців і дизайнерів у межах професійної підготовки.

Інтеграція має бути цілеспрямованою, методично обґрунтованою та орієнтованою на формування здатності студентів критично сприймати інформацію, створювати етичний медіаконтент і відповідально діяти в цифровому середовищі.

Інфомедійна грамотність є комплексною компетентністю, що включає такі складові:

1. Інформаційна грамотність (уміння здійснювати пошук, відбір та систематизацію інформації; критична оцінка джерел; розуміння достовірності, актуальності та повноти даних; дотримання академічної доброчесності). Для митця це означає вміння працювати з історичними, культурними та візуальними джерелами без викривлення змісту.

2. Медійна грамотність (аналіз медіатекстів (візуальних, аудіовізуальних, мультимедійних); розпізнавання маніпулятивних технологій; розуміння механізмів формування громадської думки; створення власного медіапродукту з урахуванням аудиторії). У сфері дизайну це особливо актуально, оскільки візуальна комунікація має значний вплив на емоційне сприйняття.

3. Цифрова грамотність (володіння цифровими інструментами; безпечна поведінка в онлайн-середовищі; розуміння принципів роботи алгоритмів і соціальних мереж; етичне використання штучного інтелекту). Для сучасного дизайнера це є базовою умовою професійної діяльності.

4. Критичне мислення (здатність аналізувати та порівнювати інформацію; формування аргументованої позиції; рефлексія щодо власної творчої діяльності; усвідомлення соціальних наслідків візуальної комунікації). Критичне мислення є інтегруювальним компонентом, що поєднує всі попередні складові.

Форми інтеграції інфомедійної грамотності у мистецьку освіту

1. Через зміст дисциплін. Інфомедійна проблематика може включатися до програм таких курсів, як: «Графічний дизайн»; «Історія мистецтва»; «Комп'ютерна графіка»; «Дизайн візуальних комунікацій»; «Реклама та брендинг». Наприклад: аналіз прикладів візуальної пропаганди; дослідження соціальної реклами; вивчення етики цифрового дизайну. Таким чином формується предметно-орієнтоване розуміння інформаційних процесів.

2. Через методи навчання. Ефективними є такі педагогічні підходи: кейс-метод (аналіз реальних інформаційних ситуацій); дискусії та дебати; візуальний аналіз медіатекстів; проблемно-орієнтоване навчання; рефлексивні обговорення творчих робіт. Методи спрямовані на активізацію аналітичної діяльності студентів і формування самостійного мислення.

3. Через проєктну діяльність. Проєктна форма навчання дозволяє поєднати теоретичні знання з практикою. Приклади: створення соціального плакату проти дезінформації; розробка інформаційної кампанії з медіаграмотності; підготовка інфографіки про механізми фактчекінгу; авторський арт-проєкт на тему інформаційної безпеки. Проєктна діяльність формує відповідальність за створюваний контент та сприяє розвитку творчого потенціалу.

4. Через міждисциплінарні зв'язки. Інтеграція інфомедійної грамотності можлива через поєднання мистецтва з: журналістикою; соціологією; психологією; історією; інформаційними технологіями.

Міждисциплінарний підхід дозволяє здобувачам глибше зрозуміти соціальний контекст створення візуальних повідомлень та їхній вплив на аудиторію. Практична інтеграція інфомедійної грамотності у мистецьку освіту є необхідною умовою підготовки сучасного фахівця. Вона сприяє формуванню відповідального митця та дизайнера, здатного не лише створювати естетично якісний продукт, а й критично осмислювати інформаційні процеси та діяти в умовах цифрової трансформації суспільства.

Практичні напрями інтеграції інфомедійної грамотності в різні види мистецтва. Практична інтеграція інфомедійної грамотності в мистецьку освіту передбачає не лише засвоєння теоретичних положень, а й активне включення студентів у творчі процеси, пов'язані з аналізом, осмисленням і створенням медіаконтенту. Різні види мистецтва мають специфічні можливості для формування критичного мислення та відповідальної комунікації.

Інтеграція у графічному дизайні. Графічний дизайн є одним із найпотужніших інструментів впливу на масову свідомість, адже візуальна інформація сприймається швидше за текстову та часто формує перше враження.

Аналіз візуальних маніпуляцій (фейки, пропаганда, клікбейт). В освітньому процесі доцільно розглядати приклади маніпулятивної реклами,

пропагандистських плакатів, викривлених зображень, клікбейт-заголовків із візуальним підсиленням. Студенти аналізують композиційні прийоми емоційного впливу; використання кольору для створення напруги або страху; спотворення масштабу, контексту, символів; підміну понять через візуальні метафори. Такий аналіз допомагає майбутнім дизайнерам усвідомити, як графічні засоби можуть бути інструментом як інформування, так і маніпуляції.

Робота з соціальною рекламою. Соціальна реклама є ефективним майданчиком для формування відповідального дизайну. Студенти можуть створювати макети кампаній, спрямованих на протидію дезінформації; популяризацію фактчекінгу; безпечну поведінку в цифровому середовищі. У процесі роботи важливо обґрунтовувати вибір візуальної мови, типографіки, символіки та аудиторії.

Розробка плакатів на тему медіабезпеки. Навчальні завдання можуть передбачати створення серії плакатів із чітким меседжем: «Перевірй джерело», «Не поширюй фейк», «Думай критично». Критеріями оцінювання виступають змістова точність; лаконічність і виразність образу; етичність подачі матеріалу; аргументованість дизайнерського рішення.

Візуалізація фактчекінгу. Окремим напрямом є створення інфографіки, що пояснює алгоритм перевірки інформації. Це сприяє розвитку структурного мислення та здатності перетворювати складну інформацію на зрозумілу візуальну систему.

Інтеграція у цифровому мистецтві. Цифрове мистецтво функціонує в середовищі новітніх технологій, що робить його особливо актуальним у контексті інфомедійної грамотності. Здобувачі можуть реалізовувати інтерактивні проєкти, цифрові ілюстрації, motion-дизайн або NFT-роботи, базуючись на достовірних історичних, соціальних чи культурних даних. Важливо навчати їх перевіряти джерела; коректно цитувати інформацію; уникати спотворення фактів.

Аналіз deepfake-технологій. Deepfake є прикладом використання штучного інтелекту для створення реалістичних, але фальсифікованих зображень або відео. У межах навчання доцільно пояснювати принципи роботи генеративних моделей; аналізувати ризики їхнього використання; обговорювати способи розпізнавання підробок. Це формує усвідомлене ставлення до технологій та їхніх соціальних наслідків.

Етичні аспекти використання ШІ в мистецтві. Інтеграція ШІ у творчість потребує обговорення авторського права; проблеми плагіату; відповідальності за створений контент; меж між людською творчістю та алгоритмічним генеруванням. Майбутній дизайнер має розуміти не лише технічні можливості інструментів, а й морально-правові аспекти їх використання.

Інтеграція у живописі та ілюстрації. Традиційні види мистецтва також можуть слугувати платформою для осмислення інформаційних

процесів. Живопис та ілюстрація дозволяють створювати образи, що відображають сучасні інформаційні реалії: інформаційний шум, викривлення правди, боротьбу фактів і маніпуляцій. Через символіку, алегорію та метафору дизайнер може передати психологічний стан суспільства; візуалізувати феномен постправди; дослідити вплив медіа на свідомість людини.

Образи правди і маніпуляції у сучасному мистецтві. В освітньому процесі варто аналізувати твори сучасних художників, які порушують теми пропаганди, цензури, інформаційного тиску. Здобувачі можуть створювати власні композиції, де протиставляються світло і тінь як символи правди й викривлення; роздроблені форми як уособлення інформаційного хаосу; маски як метафора прихованих смислів.

Такі практики розвивають здатність до концептуального мислення.

Інтеграція у медіа-мистецтві та відеоарті

Медіа-мистецтво безпосередньо працює з аудіовізуальними потоками інформації, що робить його ефективним інструментом формування інфомедійної компетентності.

Створення коротких відеороликів про медіаграмотність. Студенти можуть розробляти соціальні відео тривалістю 1–3 хвилини, присвячені розпізнаванню фейків; правилам цифрової безпеки; впливу алгоритмів соціальних мереж. Важливим є дотримання достовірності та чіткої логіки викладу матеріалу.

Монтаж як інструмент формування смислів. Монтаж здатний кардинально змінювати зміст повідомлення. Навчання повинно включати: порівняння різних варіантів монтажу одного й того ж матеріалу; аналіз впливу музики та ритму на емоційне сприйняття; дослідження ефекту вирваного з контексту кадру. Це дозволяє студентам усвідомити, що смисл у медіа створюється не лише змістом кадру, а й способом його поєднання з іншими елементами.

Інтеграція інфомедійної грамотності у різні види мистецтва сприяє формуванню відповідального, критично мислячого та етично свідомого фахівця. Кожен мистецький напрям має власні засоби впливу на аудиторію, тому практична робота в цих сферах дозволяє майбутнім митцям і дизайнерам не лише розуміти механізми інформаційного впливу, а й використовувати творчість як інструмент протидії маніпуляціям.

Методики та педагогічні технології інтеграції інфомедійної грамотності у мистецьку освіту. Ефективна інтеграція інфомедійної грамотності у мистецьку освіту потребує використання сучасних педагогічних технологій, спрямованих на розвиток критичного мислення, аналітичних навичок і творчої рефлексії. Вибір методів має забезпечувати активну участь студентів у процесі осмислення інформації та створення власного медіапродукту.

Кейс-метод (аналіз реальних прикладів інформаційних маніпуляцій).

Кейс-метод передбачає розгляд конкретних ситуацій або реальних прикладів інформаційного впливу. У мистецькій освіті це можуть бути аналіз пропагандистських плакатів різних історичних періодів; дослідження сучасних рекламних кампаній із маніпулятивними прийомами; розбір фейкових візуальних повідомлень у соціальних мережах; порівняння оригінального зображення та його зміненої версії.

Робота з кейсом включає:

1. Опис ситуації.
2. Виявлення проблеми.
3. Аналіз використаних візуальних засобів.
4. Формулювання власної оцінки.
5. Пропозиції альтернативного етичного рішення.

Такий підхід розвиває аналітичне мислення, формує здатність розпізнавати маніпуляції та сприяє усвідомленню відповідальності дизайнера за візуальний контент.

Проектне навчання (створення соціальних кампаній). Проектне навчання є однією з найбільш ефективних технологій у мистецькій підготовці, оскільки поєднує теорію та практику. У межах інтеграції інфомедійної грамотності студенти можуть розробляти соціальні кампанії проти дезінформації; створювати інформаційні відео або серії плакатів; розробляти айдентику освітніх ініціатив із медіаграмотності; готувати інтерактивні онлайн-проекти.

Проектна діяльність передбачає визначення цільової аудиторії; аналіз проблеми; підбір достовірних джерел; розробку концепції; презентацію та захист результатів. Ця технологія сприяє формуванню комплексної компетентності: від критичного аналізу до практичної реалізації творчої ідеї.

Дебати та арт-дискусії. Дебати є важливим інструментом розвитку аргументованого мислення та професійної рефлексії. У мистецькій освіті вони можуть проводитися у форматі обговорення меж свободи творчості; дискусії щодо використання шокуючих образів у соціальній рекламі; аналізу етичності застосування штучного інтелекту; оцінки ролі мистецтва в умовах інформаційної війни. Арт-дискусії передбачають аналіз конкретних художніх робіт або дизайнерських проектів із позиції їх інформаційного впливу. Студенти навчаються формулювати аргументи; відстоювати власну позицію; поважати альтернативні точки зору; здійснювати рефлексію власної творчої діяльності.

Візуальний аналіз медіатекстів. Візуальний аналіз є базовою методикою у мистецькій освіті. У контексті інфомедійної грамотності він передбачає дослідження композиції, кольору, типографіки; аналіз символів і метафор; визначення цільової аудиторії; виявлення прихованих смислів; оцінку емоційного впливу зображення. Метод може реалізовуватися через порівняльний аналіз різних версій одного медіаповідомлення;

реконструкцію задуму автора; створення альтернативного варіанту з нейтральним або протилежним змістом. Цей підхід допомагає студентам усвідомити, що візуальна мова є інструментом формування суспільних наративів.

STEAM-підхід у мистецькій освіті. STEAM-підхід (Science, Technology, Engineering, Art, Mathematics) передбачає інтеграцію мистецтва з науковими та технологічними дисциплінами. У контексті інфомедійної грамотності це означає використання цифрових технологій для створення візуалізацій даних; розробку інтерактивних медіапроектів; поєднання мистецтва з аналізом статистичної інформації; дослідження алгоритмів роботи соціальних мереж. STEAM-підхід сприяє розвитку системного мислення; розумінню технологічних механізмів поширення інформації; формуванню здатності працювати в міждисциплінарних командах. У мистецькій освіті це дозволяє поєднати креативність із аналітикою та підвищити рівень професійної підготовки майбутніх дизайнерів.

Використання сучасних методик і педагогічних технологій забезпечує системну інтеграцію інфомедійної грамотності у мистецьку освіту. Поєднання аналітичних, дискусійних і проєктних форм роботи створює умови для формування відповідального, критично мислячого та професійно компетентного митця, здатного ефективно діяти в умовах цифрової трансформації та інформаційних викликів.

Практичні завдання є ключовим елементом інтеграції інфомедійної грамотності в мистецьку освіту, оскільки саме в процесі творчої діяльності відбувається формування критичного мислення, відповідальності за візуальну комунікацію та здатності протидіяти маніпуляціям. Завдання повинні поєднувати аналітичний компонент із художньо-проєктною реалізацією. Представимо декілька прикладів завдань, які можна створити зі здобувачами.

1. Створення соціального плакату «Розпізнай фейк»

Мета: Сформувати здатність візуалізувати проблему дезінформації та передати чітке соціальне повідомлення засобами графічного дизайну.

Завдання: Проаналізувати приклади фейкових новин або маніпулятивних візуальних повідомлень. Визначити ключові ознаки фейку (емоційна провокація, відсутність джерела, перебільшення тощо). Розробити концепцію плакату з лаконічним меседжем. Обґрунтувати вибір композиції, кольорової гами, типографіки та символів.

Очікувані результати: Чіткий візуальний образ, що спонукає до критичного мислення. Аргументований дизайнерський задум. Етичність подачі матеріалу.

Критерії оцінювання: Змістова глибина. Оригінальність ідеї. Візуальна виразність. Відповідність соціальній меті.

2. Розробка інфографіки про правила перевірки інформації

Мета: Навчити студентів структурувати складну інформацію та подавати її у зрозумілій візуальній формі.

Завдання: Дослідити алгоритм перевірки інформації (перевірка джерела, дата публікації, авторство, альтернативні джерела, фактчекінг). Систематизувати матеріал у логічну структуру. Розробити інфографіку (статичну або інтерактивну).

Методичний акцент: Чіткість ієрархії. Баланс тексту й візуальних елементів. Використання піктограм і візуальних маркерів.

Очікуваний результат: Інформаційний продукт, придатний для використання в освітньому середовищі або соціальних мережах.

3. Аналіз візуальної реклами на предмет маніпуляцій

Мета: Сформувати навички критичного аналізу медіатекстів та розпізнавання прихованих механізмів впливу.

Завдання: Обрати приклад рекламного або інформаційного матеріалу. Проаналізувати композиційні прийоми; психологію кольору; використання образів та метафор; маніпулятивні елементи (перебільшення, стереотипи, емоційний тиск). Підготувати письмовий або візуальний аналітичний звіт. Запропонувати альтернативний варіант без маніпулятивних прийомів.

Очікуваний результат: Усвідомлення відповідальності дизайнера та здатність створювати етичний контент.

4. Авторський арт-проект «Мистецтво проти дезінформації»

Мета: Розвинути концептуальне мислення та здатність художньо інтерпретувати проблему інформаційних викликів сучасності.

Формат реалізації: серія плакатів; живописна або графічна робота; цифрова інсталяція; відеоарт; комбінований мультимедійний проект.

Етапи виконання:

1. Дослідження проблематики (аналіз джерел, прикладів дезінформації).
2. Формування ідеї та концепції.
3. Вибір художніх засобів.
4. Реалізація проекту.
5. Публічний захист із поясненням задуму.

Акценти: символічність образів, глибина змісту, соціальна значущість, авторська позиція.

Педагогічне значення практичних завдань Запропоновані завдання сприяють: формуванню критичного мислення; розвитку візуальної культури; підвищенню рівня професійної етики; інтеграції творчості та соціальної відповідальності; підготовці конкурентоспроможного фахівця, здатного працювати в умовах цифрового інформаційного середовища.

Критерії оцінювання результатів. Оцінювання результатів інтеграції інфомедійної грамотності у мистецькій освіті повинно бути комплексним та враховувати як аналітичні, так і творчі компоненти діяльності студентів. Важливо оцінювати не лише естетичну якість роботи, а й рівень

усвідомлення інформаційного контексту, відповідальність та обґрунтованість авторської позиції.

1. Рівень критичного аналізу інформації. Цей критерій визначає здатність студента аналізувати джерела інформації; виявляти маніпулятивні прийоми; розпізнавати фейки та пропагандистські елементи; здійснювати порівняльний аналіз різних точок зору; формулювати самостійну аргументовану позицію.

Високий рівень: Студент демонструє глибокий аналіз, виявляє приховані механізми впливу, обґрунтовує власні висновки, використовує достовірні джерела.

Середній рівень: Аналіз є правильним, але поверхневим; аргументація частково розкрита.

Низький рівень: Відсутність системного аналізу, некритичне сприйняття інформації.

2. Аргументованість творчої концепції. Оцінюється логічність і цілісність авторської ідеї, її відповідність темі та соціальному контексту. Критерій передбачає чітко сформульовану концепцію; обґрунтований вибір художніх засобів; відповідність візуального рішення поставленій проблемі; здатність пояснити авторський задум під час захисту проєкту.

Високий рівень: Концепція оригінальна, соціально значуща, логічно вибудована та переконливо представлена.

Середній рівень: Ідея зрозуміла, але недостатньо глибоко розкрита.

Низький рівень: Відсутність чіткої концепції або її формальність.

3. Візуальна грамотність. Цей критерій стосується професійної якості виконання роботи та володіння засобами візуальної комунікації. Оцінюється композиційна цілісність; використання кольору та типографіки; баланс елементів; читабельність і зрозумілість повідомлення; відповідність стилістики темі.

Високий рівень: Робота демонструє професійну майстерність, логічну структуру та виразність образу.

Середній рівень: Допущені окремі композиційні або технічні недоліки.

Низький рівень: Порушення композиційних принципів, слабка візуальна комунікація.

4. Етичність використання джерел. У контексті інфомедійної грамотності особливо важливо оцінювати дотримання академічної доброчесності та професійної етики. Передбачає використання перевірених джерел; коректне цитування; відсутність плагіату; свідоме ставлення до використання зображень і матеріалів; відповідальне застосування штучного інтелекту.

Високий рівень: Джерела перевірені, оформлені належним чином, дотримано авторських прав.

Середній рівень: Наявні незначні порушення оформлення або неповна перевірка джерел.

Низький рівень: Порушення принципів академічної доброчесності.

Комплексний підхід до оцінювання. Для об'єктивності доцільно використовувати: рубрикатори з чіткими дескрипторами; самооцінювання студентів; взаємооцінювання в групах; публічний захист проєктів. Такий підхід забезпечує прозорість оцінювання та сприяє розвитку рефлексії. Система критеріїв оцінювання має бути спрямована на формування не лише професійної майстерності, а й відповідальної громадянської позиції майбутнього митця чи дизайнера. Оцінювання стає інструментом розвитку критичного мислення, етичної культури та усвідомленого ставлення до створення візуального контенту в сучасному інформаційному просторі.

У сучасному цифровому суспільстві мистецька освіта не може обмежуватися лише формуванням естетичних навичок та технічної майстерності. Інформаційний простір характеризується надмірністю даних, швидкістю їх поширення, гібридними формами комунікації та активним використанням маніпулятивних технологій. За таких умов інфомедійна грамотність стає базовою складовою професійної підготовки митця й дизайнера. Інтеграція інфомедійної грамотності забезпечує розвиток критичного мислення; усвідомлення механізмів інформаційного впливу; здатність створювати етичний та відповідальний візуальний контент; дотримання принципів академічної доброчесності; безпечну та свідому роботу в цифровому середовищі.

Таким чином, інфомедійна грамотність виступає не додатковим елементом освітнього процесу, а системоутворювальним компонентом сучасної мистецької освіти.

Формування відповідального митця як суб'єкта інформаційного простору. Сучасний митець і дизайнер є активним учасником інформаційних процесів. Створювані ним образи, символи та візуальні наративи здатні впливати на суспільні настрої, формувати громадську думку та відображати соціальні трансформації.

Формування відповідального митця передбачає усвідомлення соціальної ролі мистецтва; здатність критично оцінювати інформаційний контекст; розуміння наслідків поширення недостовірної інформації; дотримання професійної етики; готовність протидіяти маніпуляціям через творчість. В умовах інформаційних війн, цифрової трансформації та активного використання штучного інтелекту особливо важливо формувати митця як суб'єкта, який не лише реагує на інформаційні виклики, а й здатний впливати на якість комунікації в суспільстві.

Інфомедійна грамотність трансформує мистецьку освіту з суто художньо-професійної підготовки у простір формування культурно відповідальної особистості. Вона забезпечує підготовку дизайнера нового

покоління – компетентного, етично свідомого, технологічно обізнаного та здатного критично осмислювати інформаційну реальність.

Питання, тести для самоконтролю.

Питання для самоконтролю:

1. Що таке інфомедійна грамотність і які її основні складові?
2. У чому полягає відмінність між інформаційною, медійною та цифровою грамотністю?
3. Чому інфомедійна грамотність є необхідною складовою професійної компетентності митця та дизайнера?
4. Які механізми візуальної маніпуляції найчастіше використовуються в медіапросторі?
5. Як графічний дизайн може протидіяти поширенню дезінформації?
6. Яку роль відіграє соціальна реклама у формуванні критичного мислення аудиторії?
7. У чому полягають ризики використання deepfake-технологій?
8. Які етичні проблеми виникають при використанні штучного інтелекту в мистецтві?
9. Як монтаж впливає на формування смислів у відеоконтенті?
10. Які педагогічні технології є найбільш ефективними для формування інфомедійної компетентності?
11. У чому полягають особливості STEAM-підходу в мистецькій освіті?
12. Які критерії оцінювання дозволяють визначити рівень сформованості інфомедійної грамотності?
13. Як забезпечити етичність використання джерел у творчій діяльності?
14. Чому формування відповідального митця є важливим в умовах інформаційних війн?
15. Які перспективи розвитку інтеграційних підходів у мистецьких дисциплінах?

Тести для самоконтролю

1. Інфомедійна грамотність – це:
 - а) уміння користуватися графічними редакторами;
 - б) здатність критично сприймати, аналізувати та створювати інформаційний контент;
 - в) знання історії мистецтва;
 - г) навички академічного рисунка.
2. До структури інфомедійної грамотності НЕ належить:
 - а) інформаційна грамотність;
 - б) медійна грамотність;
 - в) цифрова грамотність;
 - г) фізична підготовка.
3. Основною ознакою візуальної маніпуляції є:

- а) нейтральність подачі матеріалу;
 - б) об'єктивність інформації;
 - в) емоційне перебільшення або викривлення фактів;
 - г) використання класичної композиції.
4. Соціальний плакат «Розпізнай фейк» спрямований на:
- а) підвищення продажів;
 - б) формування критичного мислення;
 - в) розвиток декоративних навичок;
 - г) популяризацію бренду.
5. Deepfake-технології пов'язані з:
- а) ручною обробкою фотографій;
 - б) генерацією підроблених відео або зображень за допомогою ШІ;
 - в) друком поліграфічної продукції;
 - г) створенням акварельних ілюстрацій.
6. Етичне використання штучного інтелекту передбачає:
- а) приховування використання алгоритмів;
 - б) ігнорування авторських прав;
 - в) дотримання принципів академічної доброчесності;
 - г) копіювання чужих робіт.
7. Кейс-метод у мистецькій освіті спрямований на:
- а) механічне відтворення зразків;
 - б) аналіз реальних ситуацій і прийняття рішень;
 - в) вивчення лише теоретичних матеріалів;
 - г) технічне копіювання зображень.
8. Візуальний аналіз медіатексту передбачає:
- а) оцінювання вартості роботи;
 - б) дослідження композиції, кольору та прихованих смислів;
 - в) перевірку орфографії тексту;
 - г) технічне налаштування обладнання.
9. STEAM-підхід передбачає:
- а) ізольоване вивчення мистецтва;
 - б) інтеграцію мистецтва з наукою і технологіями;
 - в) відмову від цифрових інструментів;
 - г) спрощення навчального процесу.
10. Високий рівень критичного аналізу інформації характеризується:
- а) беззастережним прийняттям інформації;
 - б) поверхневим переглядом матеріалу;
 - в) здатністю виявляти маніпуляції та аргументувати позицію;
 - г) копіюванням чужих висновків.
11. Монтаж у відеоарті:
- а) не впливає на зміст повідомлення;
 - б) формує нові смисли через поєднання кадрів;

- в) використовується лише для технічної обробки;
 г) не пов'язаний із медіаграмотністю.
 12. Відповідальний дизайнер у цифровому середовищі:
 а) поширює неперевірену інформацію;
 б) ігнорує соціальний контекст;
 в) усвідомлює наслідки створюваного контенту;
 г) орієнтується лише на естетику.

Ключ відповідей

1 – б	7 – б
2 – г	8 – б
3 – в	9 – б
4 – б	10 – в
5 – б	11 – б
6 – в	12 – в

Обов'язкові та додаткові задачі, приклади.

Обов'язкові задачі

Задача 1. Створення соціального плакату «Розпізнай фейк»

Мета: Розвинути здатність візуалізувати проблему дезінформації та формувати критичне мислення аудиторії.

Завдання:

1. Оберіть реальний приклад фейкової новини або маніпулятивного візуального повідомлення.
2. Визначте ключові ознаки фейку (емоційна провокація, перебільшення, відсутність джерела тощо).
3. Розробіть концепцію плакату, що демонструє ці ознаки та закликає перевіряти інформацію.
4. Обґрунтуйте композиційні та кольорові рішення, підібрані символи та типографіку.

Очікуваний результат: Соціальний плакат із чітким меседжем, що спонукає аудиторію до критичного осмислення інформації.

Задача 2. Розробка інфографіки «Правила перевірки інформації»

Мета: Навчити структурувати складну інформацію та передавати її у зрозумілій візуальній формі.

Завдання:

1. Опрацюйте алгоритм перевірки інформації: перевірка джерела, дата публікації, авторство, альтернативні джерела, фактчекінг.
2. Створіть інфографіку (статичну або інтерактивну), що наочно відображає ці правила.
3. Забезпечте баланс тексту та графічних елементів, використання іконок і візуальних маркерів.

Очікуваний результат: Інфографіка, придатна для освітнього середовища або соціальних мереж, що підвищує медіаграмотність.

Задача 3. Аналіз візуальної реклами на предмет маніпуляцій

Мета: Розвинути навички критичного аналізу медіатекстів.

Завдання:

1. Оберіть рекламний або інформаційний візуальний матеріал.
2. Проаналізуйте його: композицію, кольори, образи, метафори, приховані маніпулятивні елементи.
3. Підготуйте письмовий або візуальний аналітичний звіт.
4. Запропонуйте альтернативний варіант без маніпуляцій.

Очікуваний результат: Усвідомлення відповідальності дизайнера та здатність створювати етичний контент.

Задача 4. Авторський арт-проект «Мистецтво проти дезінформації»

Мета: Розвинути концептуальне мислення та художню інтерпретацію проблем інформаційного простору.

Завдання:

1. Дослідіть проблему дезінформації або маніпуляцій у медіа.
2. Розробіть концепцію арт-проекту (плакат, цифрова інсталяція, відеоарт, серія ілюстрацій).
3. Реалізуйте проект, враховуючи композицію, символіку, колір, етичність використання джерел.
4. Проведіть презентацію та захист проекту.

Очікуваний результат: Серія авторських робіт із глибоким змістом та соціальною значущістю, що демонструє вміння поєднувати мистецтво та критичне мислення.

Приклади основних задач.

1. Соціальний плакат «Розпізнай фейк»

Приклад: Тема: «Не вір у все, що бачиш у соцмережах». Візуальні елементи: розірвані або спотворені зображення, знак «STOP», яскравий контраст кольорів для виділення небезпечного контенту. Текст: короткий заклик до перевірки інформації. Завдання студента: створити власний варіант, наприклад, на тему «Фейкові новини про здоров'я» або «Маніпуляції у політичних постах».

2. Інфографіка «Правила перевірки інформації»

Приклад: Структура: п'ять кроків перевірки інформації (джерело → автор → дата → підтвердження іншими джерелами → фактчекінг). Візуальні рішення: іконки книги (джерело), годинник (дата), лупа (перевірка фактів), галочка (підтверджено). Завдання студента: створити інфографіку на тему «Як перевіряти новини про культуру та мистецтво».

3. Аналіз візуальної реклами на предмет маніпуляцій

Приклад: Вибір матеріалу: реклама енергетичного напою, де використовується перебільшення ефекту («після випитого ти станеш супергероєм»). Завдання студента: виявити маніпулятивні прийоми (емоційний вплив, перебільшення), скласти короткий аналіз і

запропонувати етичну альтернативу (наприклад, «енергія від спорту та правильного харчування»).

4. Авторський арт-проект «Мистецтво проти дезінформації»

Приклад: Тема: «Правда та маніпуляція в медіа». Формат: серія плакатів або цифрова інсталяція, де зображення людей розділені на «фейк» і «правду». Завдання студента: вибрати актуальну соціальну проблему (екологія, пандемія, освіта), створити художню інтерпретацію, що демонструє наслідки дезінформації та пропонує критичний погляд.

Додаткові задачі

1. Створення серії мемів або карикатур про медіаграмотність

Мета: Показати творчий підхід до популяризації критичного сприйняття інформації. Приклад: Створити 3–5 мемів на тему «Не все, що читаєш у соцмережах – правда» або «Маніпуляції у рекламі». Очікуваний результат: Короткі візуальні твори з чітким меседжем і гумористичним або сатиричним підтекстом.

2. Аналіз і редизайн реклами з маніпулятивними елементами

Мета: Розвинути аналітичні та дизайнерські навички. Приклад: Обрати рекламний банер або пост із соціальної мережі, проаналізувати маніпуляції (емоційний вплив, перебільшення, стереотипи) і створити власний варіант без маніпуляцій. Очікуваний результат: Візуально привабливий та етичний рекламний матеріал.

3. Інтерактивний цифровий проект «Фактчекінг у мистецтві»

Мета: Освоїти цифрові інструменти для перевірки інформації та її візуалізації. Приклад: Створити веб-сторінку або презентацію з інтерактивними блоками: «правда/фейк» для новин, художніх ілюстрацій чи рекламних зображень. Очікуваний результат: Цифровий продукт, що навчає користувачів розрізняти достовірну та недостовірну інформацію.

4. Відеоролик або анімація «Маніпуляція у медіа»

Мета: Показати вплив монтажу, звуку та кольору на сприйняття інформації.

Приклад: Створити коротке відео 30–60 секунд, де один і той же сюжет подається у «маніпулятивному» та «об’єктивному» варіанті. Очікуваний результат: Демонстрація того, як монтаж і художні прийоми формують сенс і впливають на емоції аудиторії.

5. Художня інтерпретація інформаційної події

Мета: Розвинути художнє мислення та здатність висловлювати критичну позицію через мистецтво. Приклад: Вибрати актуальну соціальну або культурну подію (екологія, війна, освіта) і створити ілюстрацію, живопис або цифрову роботу, що передає правду і протидіє дезінформації. Очікуваний результат: Арт-робота, що поєднує художню виразність і соціальну значущість.

Приклади додаткових задач

1. Серія мемів або карикатур на тему медіаграмотності

Приклад: Тема: «Не все, що читаєш у соцмережах – правда». Завдання студента: створити 3–5 мемів або карикатур, які висвітлюють поширені маніпуляції у медіа. Мета: популяризація критичного мислення у креативній формі.

2. Редизайн реклами з маніпулятивними елементами

Приклад: Вибір матеріалу: банер енергетичного напою з перебільшенням ефекту («стань супергероєм після одного ковтка»). Завдання студента: зробити аналіз маніпуляцій, а потім створити етичний варіант реклами («енергія від спорту та правильного харчування»). Мета: розвиток аналітичного мислення та дизайнерських навичок.

3. Інтерактивна цифрова інфографіка «Фактчекінг у мистецтві»

Приклад: Формат: веб-сторінка або інтерактивна презентація з блоками «правда/фейк» для новин, рекламних зображень чи ілюстрацій. Завдання студента: створити інтерактивний продукт із перевіркою джерел та поясненням критеріїв достовірності. Мета: освоєння цифрових інструментів і критичний підхід до інформації.

4. Відеоролик або анімація «Маніпуляція у медіа»

Приклад: Тема: «Як монтаж змінює сприйняття однієї сцени». Завдання студента: створити коротке відео 30–60 секунд, де один сюжет подається у «маніпулятивному» та «об’єктивному» варіанті. Мета: показати, як монтаж, звук і кольори формують сенс та емоційний вплив.

5. Художня інтерпретація інформаційної події

Приклад: Тема: «Правда і маніпуляція в медіа» або «Екологічна дезінформація». Завдання студента: створити живопис, цифрову ілюстрацію або серію плакатів, що передає правду і критикує дезінформацію. Мета: розвиток художнього мислення і здатності висловлювати критичну позицію через мистецтво.



Контрольні запитання і завдання до розділу 2

2.1. Тема 6. Сучасний інформаційний простір. Захист прав людини в сучасному медіапросторі

Контрольні питання. Що таке сучасний інформаційний простір і які його основні характеристики? Як цифрові технології впливають на доступ до інформації та комунікацію? Які права людини підлягають захисту у медіапросторі? Що таке цензура та саморегуляція медіа? Як митець може сприяти захисту прав людини через медіа?

Тести для контролю (з варіантами відповідей)

1. Сучасний інформаційний простір характеризується:
 - а) обмеженим доступом до інформації
 - б) надмірністю та швидкістю поширення інформації
 - в) відсутністю медіа
 - г) контролем лише держави
2. Основним правом у медіапросторі є:
 - а) право на свободу вираження
 - б) право на необмежене копіювання чужих творів
 - в) право уникати цифрової освіти
 - г) право на поширення дезінформації

Практичне завдання. Аналіз новинного матеріалу на предмет порушення прав людини. Створення постера або інфографіки, що популяризує права людини у медіа. Відеоролик або серія ілюстрацій «Права людини в цифровому середовищі». Створення інтерактивної мапи цифрових загроз правам людини.

2.2. Тема 7. Критичне мислення як основа інфомедійної грамотності: значення для мистецької освіти

Контрольні питання. Що таке критичне мислення і як воно пов'язане з інфомедійною грамотністю? Чому критичне мислення важливе для митців і дизайнерів? Які техніки розвитку критичного мислення можна застосувати в мистецькій освіті?

Тести для контролю (з варіантами відповідей)

1. Критичне мислення передбачає:
 - а) прийняття інформації без перевірки
 - б) аналіз і оцінку достовірності інформації
 - в) копіювання чужих ідей
 - г) ігнорування контексту
2. Одним із методів розвитку критичного мислення є:
 - а) креативне малювання
 - б) аналіз кейсів і дебати
 - в) механічне повторення вправ
 - г) ігнорування медіатекстів

Практичне завдання. Створення таблиці «Переваги та ризики джерел інформації». Розробка соціальної кампанії або плакату з елементами

критичного аналізу. Моделювання дебатів на тему «Маніпуляція у медіа». Серія цифрових ілюстрацій із символами критичного мислення.

2.3. Тема 8. Стійкість до маніпуляцій: основи фактчекінгу в роботі з медіа

Контрольні питання. Що таке фактчекінг і навіщо він потрібен? Які ознаки інформаційної маніпуляції можна виявити у медіа? Як художник чи дизайнер може протидіяти дезінформації у своїй роботі?

Тести для контролю (з варіантами відповідей)

1. Фактчекінг передбачає:
 - а) перевірку джерел і фактів
 - б) створення емоційного контенту
 - в) ігнорування авторства
 - г) копіювання інформації без перевірки
2. Ознакою маніпуляції може бути:
 - а) об'єктивне відображення фактів
 - б) перебільшення і емоційне навантаження
 - в) точне цитування
 - г) використання нейтральних кольорів

Практичне завдання. Аналіз реальних медіаматеріалів і складання звіту про маніпуляції. Створення візуального матеріалу «Маніпуляція vs Правда». Розробка інтерактивної інфографіки із перевірки новин. Відео або анімація про процес фактчекінгу.

2.4. Тема 9. Цифрова безпека та візуальна грамотність у роботі з мистецьким контентом

Контрольні питання. Що таке цифрова безпека та як вона стосується митця? Які правила роботи з авторським контентом в інтернеті? Що таке візуальна грамотність і як вона впливає на сприйняття інформації?

Тести для контролю (з варіантами відповідей)

1. Цифрова безпека включає:
 - а) захист паролів і даних
 - б) копіювання чужих робіт
 - в) створення фейкових акаунтів
 - г) поширення конфіденційної інформації
2. Візуальна грамотність передбачає:
 - а) розуміння композиції, кольору, типографіки
 - б) використання тільки тексту
 - в) ігнорування медіаконтенту
 - г) обмеження лише на живопис

Практичне завдання. Аналіз і захист цифрового арт-проекту. Створення інфографіки про правила безпечного використання контенту. Розробка інтерактивного посібника з цифрової безпеки для художників. Створення серії плакатів «Візуальна грамотність у цифровому середовищі».

2.5. Тема 10. Методика проведення тренінгів з інфомедійної грамотності в мистецькому контексті

Контрольні питання. Які цілі мають тренінги з інфомедійної грамотності? Які педагогічні методики ефективні для навчання студентів-мистецтвознавців? Як оцінювати ефективність тренінгу?

Тести для контролю (з варіантами відповідей)

1. Основна мета тренінгу –
 - а) розвага студентів
 - б) формування критичного мислення і навичок фактчекінгу
 - в) навчити копіювати чужі роботи
 - г) ігнорування цифрових інструментів
2. Методика «кейс-аналіз» передбачає:
 - а) вивчення теорії без практики
 - б) аналіз реальних прикладів і прийняття рішень
 - в) механічне виконання вправ
 - г) створення рекламного контенту

Практичне завдання. Проведення міні-тренінгу з фактчекінгу для групи студентів. Підготовка матеріалів (плакати, презентації) для навчання медіаграмотності. Організація дебатів або арт-дискусії на тему маніпуляцій у медіа. Розробка власної методичної інструкції для тренінгу.

2.6. Тема 11. Практична інтеграція інфомедійної грамотності у мистецтво

Контрольні питання. Як інфомедійна грамотність інтегрується у різні види мистецтва? Які форми навчальної діяльності сприяють розвитку інфомедійної компетентності? Які критерії оцінювання робіт студента у цьому контексті?

Тести для контролю (з варіантами відповідей)

1. Інфомедійна грамотність у мистецтві включає:
 - а) лише технічні навички
 - б) критичне мислення, цифрові та медійні компетенції
 - в) копіювання відомих творів
 - г) ігнорування соціального контексту
2. Обов'язкові форми інтеграції:
 - а) виключно лекції
 - б) проєктна діяльність, міждисциплінарні зв'язки, методи навчання
 - в) перегляд відео
 - г) використання лише живопису

Практичне завдання. Створення соціального плакату «Розпізнай фейк». Розробка інфографіки про правила перевірки інформації. Аналіз візуальної реклами на предмет маніпуляцій. Авторський арт-проєкт «Мистецтво проти дезінформації». Серія мемів або карикатур на тему медіаграмотності. Відеоролики або цифрові інтерактивні проєкти про фактчекінг і маніпуляції. Редизайн маніпулятивної реклами у етичному форматі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Антонова О. П. Нова українська школа: дидактичні основи формування медіаграмотності в учнів початкової школи для педагогічних працівників : навч.-метод. посібник / О. П. Антонова. – Київ : Генеза, 2020. – 96 с. – URL: https://www.geneza.ua/sites/default/files/ebooks/Антонова_Дид_Осн_М-грам_1%28079-20%29_small.pdf
2. Вітвицька С.С., Колесник Н.Є. Професійна підготовка майбутніх здобувачів у закладах вищої освіти засобами комп'ютерної графіки. *Наука і техніка сьогодні*. 2026. № 1(55) 2026. С. 1130-1142. – DOI: [10.52058/2786-6025-2026-1\(55\)-1130-1142](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2026-1(55)-1130-1142). – URL: <https://eprints.zu.edu.ua/46648/>
3. Вітвицька С. С., Колесник Н. Є. Підготовка майбутніх учителів початкової школи до формування предметно-перетворювальної компетентності учнів засобами проєктних технологій. Наукові інновації та передові технології (Серія «Державне управління», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»). 2023. Вип. 10 (24). С. 544-554. – URL: <https://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/37788>
4. Вітвицька С. С., Танська В. В. Проблема формування екологічної компетентності майбутніх учителів початкової школи у процесі професійної підготовки. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Педагогічні науки*. 2025. Вип. 2 (121). С. 195-209. – URL: <https://eprints.zu.edu.ua/45069/>
5. Вітвицька С. С., Танська В. В. Інтеграція інфомедійної грамотності в освітній процес: виклики, можливості та перспективи. *Перспективи та інновації науки*. 2025. № 5 (51). С. 326–336. – URL: <http://eprints.zu.edu.ua/43949/>
6. Вивчай та розрізняй : навчально-методичні матеріали з інфомедійної грамотності [Електронний ресурс]. – 2024. – URL: <https://osvitanova.com.ua/posts/6575-vyvchai-ta-rozrizniai-navchalno-metodychni-materialy-z-infomediinoi-hramotnosti>
7. Грицак Н. Р., Гудз М. С. Шкільний підручник з української літератури для 5 класу НУШ як засіб формування медіаграмотності учнів. *Актуальні питання гуманітарних наук*. – 2023. – Вип. 69, т. 2. – С. 195–201. – DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/69-2-32> – URL: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/69_2023/part_2/32.pdf

8. Грона Н. В., Друшляк М. Г., Пономаренко Н. П., Семеніхіна О. В., Семенов О. М. Типологія інтернет-ресурсів для розвитку інфомедійної грамотності молоді. *Інформаційні технології і засоби навчання*. – 2022. – Т. 88, № 2. – С. 1–22. – DOI: <https://doi.org/10.33407/itlt.v88i2.4786>
9. Гендерні стереотипи і медіа [Електронний ресурс]. – URL: <https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/konstruktor-vprav-irex/genderni-stereotypy-i-media/>
10. Говоримо мовою емодзі (візуальна гра) [Електронний ресурс]. – URL: <https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/konstruktor-vprav-irex/hovorymo-movoyu-emoji/>
11. Завгородній Д. В. Інфомедійна грамотність як педагогічна категорія. *Наукові записки Львівського державного університету безпеки життєдіяльності. Педагогіка і психологія*. 2024. № 2 (4). С. 44–47. – URL: <https://journal.ldubgd.edu.ua/index.php/pp/article/view/2878>
12. Знайдіть першоджерело зображення [Електронний ресурс]. – URL: <https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/konstruktor-vprav-irex/znajdy-dzherelo-zobrazhennia/>
13. Іванов В. Ф., Волошенюк О. В. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / за наук. ред. В. В. Різуна. – Київ : Центр вільної преси, 2012. – 352 с. – URL: https://www.researchgate.net/publication/278537628_Mediaosvita_ta_mediagramotnist_pidrucnik
14. Інфомедійна грамотність – невід’ємна складова навчального процесу закладу вищої освіти : зб. статей / редкол. : В. Ф. Іванов (гол. ред.) [та ін.]. – Київ : Академія української преси ; IREX ; Центр вільної преси, 2021. – 400 с. – URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi78/0057913.pdf>
15. Інфомедійна грамотність на уроках мистецтва для 9 класу: [Електронний ресурс]. – URL: https://lms.e-school.net.ua/meta_user/download/irex/about_materials_art/Intro_Art_2_022_2.pdf
16. Інтеграція медіаграмотності в навчальні предмети основної та старшої школи. Ч. 1 : матеріали творчої групи медіапедагогів Миколаївської області / упоряд. М. В. Запорожченко. – Миколаїв : ОШПО, 2023. – 154 с. – URL:

https://drive.google.com/file/d/1SBC_ethpAa7bJM_WvIUUnscEFUG0G_G_ob/view

17. Колесник Н. Є., Куниця Г. В., Погосьян Д. Р. Підготовка майбутніх фахівців з дизайну до використання візуального контенту мультимедійних технології та анімаційної графіки. *Наука і техніка сьогодні. Серія «Педагогіка»*. 2024. №. 9(37). С. 356-366. – URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2024-9\(37\)-356-366](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2024-9(37)-356-366)
18. Колесник Н. Є., Танська В. В. Екологічний дизайн у проєктній діяльності здобувачів вищої освіти. *Актуальні питання гуманітарних наук*. – 2021. – Вип. 45, т. 1. – С. 76-80. – DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/45-1-12> – URL: <https://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/33824>
19. Колесник Н. Є., Шостачук Т. В., Максимчук А. П. Мультимедійні технології в дизайні: теорія та практика. *Наука і техніка сьогодні*. 2024. Вип. 8(36). С. 641-652. – URL: <https://eprints.zu.edu.ua/40965/>
20. Конструктор вправ [Електронний ресурс]. – URL: <https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/konstruktor-vprav-irex/>
21. Конструктор вправ. Збірник практичних завдань з інфомедійної грамотності, інтегрованої до фахової підготовки студентів-журналістів / відп. ред., упоряд. Г. Будівська, Д. Дуцик, О. Тараненко. – Київ : IREX, 2022. – URL: <https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/konstruktor-vprav-irex/pro-posibnyk/>
22. Медіаосвіта в Швеції: здатність сформулювати власне судження : [Електронний ресурс]. – URL: <https://medialiteracy.org.ua/mediaosvita-v-shvetsiyi-zdatnist-sformuvaty-vlasne-sudzhennya/>
23. Медіаосвіта у Британії: [Електронний ресурс]. – URL: http://library.udpu.org.ua/library_files/zbirnuk_nayk_praz/2014/1/5.pdf
24. Медійний контент: різні види: [Електронний ресурс]. – URL: <https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/konstruktor-vprav-irex/medijnyi-kontent-rizni-vydy/>
25. Методика інтеграції в проєкті «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність» : зб. матеріалів / редкол. : В. Ф. Іванов (голов. ред.) [та ін.]. – Київ : Академія української преси ; IREX ; Центр вільної преси, 2022. – 160 с.
26. Навчальні матеріали «Інфомедійна грамотність на уроках мистецтва» для учнів 9 класу: [Електронний ресурс]. – URL:

<https://mon.gov.ua/osvita-2/zagalna-serednya-osvita/navchalni-materiali-programi-pidruchniki-ta-navchalno-metodichni-posibniki/navchalni-materiali-infomediyna-gramotnist-na-urokakh-mistetstva-dlya-uchniv-9-klasu>

27. Навчально-методичні матеріали для вчителя "Інфомедійна грамотність на уроках української мови" для 8–9 класів: [Електронний ресурс]. – URL: <https://mon.gov.ua/osvita-2/zagalna-serednya-osvita/navchalni-materiali-programi-pidruchniki-ta-navchalno-metodichni-posibniki/navchalno-metodichni-materiali-dlya-vchitelya-infomediyna-gramotnist-na-urokakh-ukrainskoi-movi-dlya-89-klasiv>
28. Передавання інформації – малюнок / історія: [Електронний ресурс]. – URL: <https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/konstruktor-vprav-irex/peredavannya-informatsii-malyunok-istoriya/>
29. Програма «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність» : [Електронний ресурс]. – URL: <https://mon.gov.ua/ministerstvo-2/diyalnist/mizhnarodna-spiivpratsya-2/spiivpratsya-z-mizhnarodnimi-organizatsiyami/rada-mizhnarodnikh-naukovikh-doslidzen-ta-obminiv-irex/programma-vivchay-ta-rozriznyay-infomediyna-gramotnist>
30. Слижук О. А. Інтеграція інфомедійної грамотності у процес навчання української літератури в 5–6 класах Нової української школи // Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки. – 2022. – № 1 (349). – С. 193–202. – URL: <https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/730164/1/Стаття%20вісник%20ЛНУ.pdf>
31. Сорочинська О. А., Танська В. В. Екологічна складова підготовки майбутніх графічних дизайнерів у закладі вищої освіти. Суспільство та національні інтереси. 2025. № 1(9). С. 219-235. – URL: <http://eprints.zu.edu.ua/42262/>
32. Сорочинська О. А., Танська В. В. Гармонія людини і природи через призму напрямів дизайну. Вісник науки та освіти (Серія «Філологія», Серія «Педагогіка», Серія «Соціологія», Серія «Культура і мистецтво», Серія «Історія та археологія»). 2024. № 11(29). С. 1613-1628. – URL: <http://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/41954>
33. Танська В. В., Майданюк І. З., Овчаренко О. А., Денисенко А. О., Стрілецька Н. М. STEM, як інноваційна стратегія інтегрованої освіти: світовий досвід та перспективи. Перспективи та інновації науки. Серія «Педагогіка», Серія «Психологія», Серія «Медицина». 2024. № 10 (44). С. 596-609. – URL: <http://eprints.zu.edu.ua/41604/>

34. Танська В., Губарева Д., Андрощук І., Логай В., Пінчук В. Інноваційні технології в сучасній системі освіти. Вісник науки та освіти. Вип. № 4 (22). С. 1494-1508. – URL: <http://eprints.zu.edu.ua/39620/7/%D0%A1%D1%8...>
35. Що не так зі світлинами? [Електронний ресурс]. – URL: <https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/konstruktor-vprav-irex/scho-ne-tak-zi-svitlynamy/>
36. Що ховається за емоціями? [Електронний ресурс]. – URL: <https://e-courses.jta.com.ua/e-manuals/konstruktor-vprav-irex/scho-khovayetsia-za-emotsiyamy/>
37. Фільтр. Національний проєкт з медіаграмотності [Електронний ресурс]. – URL: <https://filter.mesc.gov.ua>
38. Фінляндія очолила рейтинг стійкості до дезінформації [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-world/2866736-zurnalist-diznavsa-ak-finskih-ditej-navcaut-protistoati-dezinformacii.html>
39. Andryushchenko O., Riaboshapka O., Biletska S., Tanska V., Harachuk T., Bezhenar I. Innovative Technologies as a Means of Forming the Professional Competence of Elementary School Teachers of the New Ukrainian School (NUS). *Revista Romaneasca Pentru Educatie Multidimensionala*. 2023. Vol. 15, Iss. 3. P. 331-346. – URL: <https://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/39223>
40. Vitvytska S. S., Khudaverdova A. O., Hurska V., Artiukhova V. V., & Yandola K. O. Transformation of teaching strategies in higher education in the context of the development of AI. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences*. Т. 13, № 4. P. 849–858. – URL: <https://doi.org/10.21533/pen.v13.i4.1257>.
41. Kolesnyk N. Information and Media Literacy and "Cloud" Technologies in Training of Higher Education Applicants: the Sustainable Development Paradigm / Nataliia Kolesnyk, Snizhana Kubrak, Tetiana Yavorska, Svitlana Vitvytska // *Universal Journal of Educational Research*. – 2020. – Vol. 8. – No. 6. – P. 2668-2677. – URL: <https://www.hrpub.org/download/20200530/UJER51-19515696.pdf>
42. Kolesnyk N. Digitalization of Youth Training for Entrepreneurial Activities in the Creative Industries. *Professional Pedagogics*. 2024. № 2 (29). P. 181–188. – DOI: <https://doi.org/10.32835/2707-3092.2024.29.181-188> – URL: <https://eprints.zu.edu.ua/43764/>

43. Kolesnyk N., Piddubna O., Polishchuk O., Shostachuk T., Breslavska H. Digital art in designing an artistic image. *Ad Alta: Journal of Interdisciplinary Research*, 2022. Vol. 12, № 2. P. 128-133. – URL: https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/120231/papers/A_23.pdf
44. Karakanta, A. Accessibility Literacy: Increasing accessibility awareness among young content creators / A. Karakanta // *arXiv:2508.06512* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://arxiv.org/abs/2508.06512>
45. Matsiola, M. Interactive Videos as Effective Tools for Media Literacy Education in Communication and Media Courses / M. Matsiola // *Electronics*. – 2024. – Vol. 13, No. 23, Art. 4738. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.mdpi.com/2079-9292/13/23/4738>. – DOI: 10.3390/electronics13234738.
46. Rojas-Estrada, E. G., Aguaded, I., García-Ruiz, R. Media and Information Literacy in the Prescribed Curriculum: A Systematic Review on its Integration / E. G. Rojas-Estrada, I. Aguaded, R. García-Ruiz // *Education and Information Technologies*. – 2024. – Vol. 29. – P. 9445–9472. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://doi.org/10.1007/s10639-023-12154-0>

ДОВІДКОВО-ІНФОРМАЦІЙНІ ДАНІ ДЛЯ РОЗВ'ЯЗАННЯ ЗАДАЧ

1. Інформаційний простір та медіаграмотність

- Сучасний інформаційний простір: швидкий доступ до величезної кількості інформації, соціальні мережі, цифрові платформи, онлайн-новини.

- Проблеми інформаційного простору: дезінформація, фейки, пропаганда, клікбейт, маніпулятивні тексти та образи.

- Роль митця та дизайнера: формування критичного ставлення до інформації, створення етичного медіа-контенту, популяризація прав людини.

2. Критичне мислення та фактчекінг

- Критичне мислення включає:

- аналіз джерел інформації;
- перевірку фактів;
- оцінку логічності аргументів;
- розпізнавання маніпуляцій та емоційного впливу.

- Фактчекінг:

1. Перевірка автора та джерела.

2. Аналіз дати публікації.

3. Пошук підтвердження у незалежних джерелах.

4. Використання онлайн-сервісів перевірки фактів (Snopes, StopFake, FactCheck.org).

- Ознаки маніпуляції у візуальному медіа:

- перебільшення або перебудова фактів;
- емоційно забарвлені кольори та шрифти;
- монтаж або вирізання кадрів для створення хибного враження;
- використання стереотипів та упереджень.

3. Візуальна грамотність та цифрове мистецтво

- Візуальна грамотність: здатність читати, аналізувати і створювати візуальні тексти (плакати, ілюстрації, інфографіку, відео).

- Основні принципи композиції: контраст, баланс, ритм, акценти, кольорові гармонії.

- Цифрове мистецтво та інтерактивні проєкти:

- цифрові інфографіки, веб-презентації, відеоролики;
- інтерактивні блоки «правда/фейк», які навчають перевіряти інформацію;

- використання ШІ та генеративних інструментів з етичним контролем.

4. Соціальна реклама та арт-проєкти

- Соціальні плакати та кампанії:

- короткий і чіткий меседж;
- символіка та кольори для швидкого сприйняття;
- використання метафор та образів, що стимулюють критичне мислення.

- Приклади тем для арт-проектів:
 - «Маніпуляція у медіа»;
 - «Права людини у цифровому просторі»;
 - «Правда і фейк у соцмережах»;
 - «Візуальна перевірка фактів».

5. Методи та педагогічні технології

- Кейс-метод: аналіз реальних прикладів медіаманіпуляцій та пошук рішень.
 - Проектне навчання: розробка плакатів, інфографіки, цифрових інтерактивних продуктів.
 - Дебати та арт-дискусії: обговорення етичних та візуальних аспектів інформації.
 - STEAM-підхід: інтеграція мистецтва, технологій, інженерії та критичного мислення.

6. Практичні поради для студентів при виконанні задач

1. Перед початком роботи: визначити джерела інформації, перевірити їх достовірність.
2. Під час створення плакату або інфографіки:
 - чітко визначити головну ідею;
 - обрати кольорову палітру, що підтримує меседж;
 - використовувати символи та ілюстрації для швидкого сприйняття.
3. При роботі з відео чи анімацією: звертати увагу на монтаж, колір, звук і послідовність кадрів.
4. Етичність: завжди вказувати джерела, не використовувати чужі роботи без дозволу, уникати маніпуляцій.
5. Оцінка власної роботи: критично переглянути, чи зрозуміло повідомлення, чи воно виконує навчальні та соціальні цілі.

Таблиця 2.

Довідково-інформаційних даних для розв’язання задач

Задача	Дані для розв’язання	Приклад / Пояснення
Створення соціального плакату «Розпізнай фейк»	Ознаки маніпуляцій: перебільшення фактів, емоційний вплив, стереотипи, клікбейт; Візуальна грамотність (колір, контраст, композиція)	Плакат із двома блоками: «Фейк» та «Правда», використання символів і яскравих кольорів для акценту
Розробка інфографіки про правила перевірки інформації	Критичне мислення: аналіз джерел, перевірка фактів, незалежні перевірки; Інтерактивні формати	Інфографіка у вигляді схеми «Джерело → Перевірка → Висновок», кольорові маркери для наочності
Аналіз візуальної реклами на предмет маніпуляцій	Візуальні ознаки маніпуляцій: монтаж, емоційні кольори, перебільшення; Фактчекінг	Вибрати банер, визначити використані маніпуляції, запропонувати етичний варіант
Авторський арт-проект «Мистецтво проти дезінформації»	Тема дезінформації, сучасні події, цифрові або традиційні медіа; Критичне мислення, візуальна грамотність	Серія ілюстрацій або плакатів на тему «Правда vs. Фейк», використання контрастних кольорів і символів
Створення серії мемів або карикатур	Маніпуляції у медіа, популярні мему, гумор для критичного мислення	3–5 мемів на тему «Не все, що читаєш у соцмережах – правда», гумористичні образи
Редизайн реклами з маніпулятивними елементами	Аналіз джерел і меседжу, виявлення перебільшень, етичні принципи реклами	Оригінальний банер енергетичного напою → етичний варіант «енергія через спорт і здоров’я»
Інтерактивний цифровий проект «Фактчекінг у мистецтві»	Цифрові інструменти: веб-презентації, інтерактивні блоки; Перевірка фактів	Веб-сторінка із кнопками «Правда/Фейк» для новин та ілюстрацій, пояснення критеріїв
Відеоролик або анімація «Маніпуляція у медіа»	Монтаж, звук, кольори, послідовність кадрів; Візуальні прийоми	30–60 секундне відео: один сюжет у маніпулятивному та об’єктивному варіанті, демонстрація впливу монтажу
Проведення міні-тренінгу з фактчекінгу	Кейс-метод, дебати, інтерактивні вправи; Цілі тренінгу – критичне мислення	Організація заняття для групи студентів: аналіз кейсів, дискусії, створення плакатів або інфографіки
Розробка методичних матеріалів для тренінгу	Структура заняття, методи (кейс-аналіз, проєктна діяльність, арт-дискусії)	Презентація, постери, короткі відео-ролики для тренінгу з інфомедійної грамотності
Відео або серія ілюстрацій «Права людини у цифровому просторі»	Інформаційний простір, цифрові загрози правам людини, візуальні символи	Серія ілюстрацій: «Цифровий контроль», «Конфіденційність», «Фейки і свобода слова»
Створення інтерактивної мапи цифрових загроз	Основні види загроз: фейки, пропаганда, шахрайство; Інтерактивні блоки	Мапа з маркерами, що показують тип загрози, приклади реальних випадків

**Добірка онлайн-ресурсів про медіаграмотність
(освітній омбудсмен Сергій Горбачов)**

1. Онлайн-гра з медіаосвіти в Україні – “*Медіазнайко*”. Курс з медіаграмотності для учнів загальноосвітніх шкіл. – URL: <https://www.mediaznaiko.ua> (дата звернення: 05.02.2026)
2. Медіаосвітня гра для підлітків – “*Пригоди Літератуса*”. Перевірка достовірності інформації. – URL: <https://www.literatus.ua> (дата звернення: 05.02.2026)
3. *Медіадрайвер* – навігатор у світі медіа. – URL: <https://www.mediadrivier.ua> (дата звернення: 05.02.2026)
4. Мінікнига про права та правила безпеки дітей у цифровому середовищі та робочий зошит від Міжнародного союзу електрозв’язку “*У мережі з Санго*”. – URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Youth/Pages/Sango.aspx> (дата звернення: 05.02.2026)
5. *Робочий зошит із безпеки в цифровому середовищі. Виконай завдання разом із Санго*. – URL: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Youth/Pages/SangoWorkbook.aspx> (дата звернення: 05.02.2026)
6. Портал із медіаосвіти та медіаграмотності для вчителів (програми уроків, розробки занять, публікації). – URL: <https://www.mediaeducation.ua> (дата звернення: 05.02.2026)
7. Курс “*Медіаграмотність для освітян*” від Prometheus. – URL: <https://prometheus.org.ua/courses/media-literacy-educators> (дата звернення: 05.02.2026)
8. Курс “*Медіаграмотність для громадян*”. – URL: <https://prometheus.org.ua/courses/media-literacy-citizens> (дата звернення: 05.02.2026)
9. Курс із медіаграмотності для батьків. – URL: <https://prometheus.org.ua/courses/media-literacy-parents> (дата звернення: 05.02.2026)
10. Національна онлайн-платформа з цифрової грамотності. – URL: <https://osvita.online> (дата звернення: 05.02.2026)
11. Посібник “*Довір’яй, але перевіряй*”. – URL: <https://www.trustbutverify.ua> (дата звернення: 05.02.2026)

Онлайн курси з медіаграмотності (неформальна освіта)

1. Курси з медіаграмотності та цифрових навичок – <https://ed-era.com/course/media-literacy/>
2. Захист персональних даних – <https://study.ed-era.com/uk/courses/course/371>
3. Very Verified: онлайн-курс з медіаграмотності – <https://osvita.dii.gov.ua/courses/very-verified>
4. Школа медіаграмотності – <https://osvitoria.university/courses/mediagramotnist/>
5. Фактчек: Довіряй-перевіряй – <https://study.ed-era.com/uk/courses/course/5129>
6. Ключові уміння 21-го століття – <https://study.ed-era.com/uk/courses/course/5135>
7. Години медіаграмотності: Онлайн-курс для вчителів про роботу медіа, фейки та перевірку інформації – <https://study.ed-era.com/uk/courses/course/824>

ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК

А

Аналіз зображення
Аналіз медіатексту
Аналіз медіатекстів
Анімація про маніпуляції
Арт-практики
Авторський арт-проект
Аудиторія медіа

Б

Базові принципи фактчекінгу
Безпека цифрового контенту

В

Верифікація інформації
Відеоарт
Візуалізація фактчекінгу
Візуальна грамотність
Візуальна комунікація
Візуальна культура
Візуальний контент
Вплив медіа

Г

Графічний дизайн
Громадянська компетентність
Гумористичні меми

Д

Дебати та арт-дискусії
Дезінформація
Джерело інформації
Дидактичні методи
Дидактичні основи
Дискусія
Додаткові задачі

Е

Етична реклама
Етичне використання джерел

I

Інтернет-ресурси
Інтерактивні методи
Інтерактивні цифрові проекти
Інтеграція медіаграмотності
Інтерпретація медіатексту
Інфографіка про перевірку інформації
Інфомедійна грамотність
Інформаційна безпека
Інформаційна культура
Інформаційний простір

K

Кейс-метод
Клікбейт
Комунікація
Компетентнісний підхід
Компетентності митця
Контент
Креативне мислення
Критичне мислення
Культура споживання інформації

M

Маніпуляція
Медіа
Медіаграмотність
Медіа-маніпуляції
Медіаосвіта
Медіаосвітні технології
Медіатекст
Методика проведення тренінгів
Мистецькі дисципліни
Монтаж відео
Мультимедійні засоби

N

Навчальні кейси
Новинні джерела

O

Обов'язкові задачі
Ознаки маніпуляцій

П

Перевірка фактів
Плакати соціальної спрямованості
Правила перевірки інформації
Практичні завдання
Презентація результатів
Пропаганда
Проектна діяльність

Р

Редизайн реклами
Робота з візуальними джерелами
Робота з соціальною рекламою
Розробка соціальних кампаній

С

Семіотика зображення
Серія плакатів або ілюстрацій
Соціальні кампанії
Соціальні мережі
Сприйняття інформації
Стереотипи
Стійкість до маніпуляцій
Сучасний інформаційний простір

Т

Творчі завдання
Творчі проекти
Тренінги з інфомедійної грамотності

Ф

Фактчекінг
Фейк
Формування компетентностей
Формування критичного мислення

Ц

Цифрова безпека
Цифрова грамотність
Цифрове мистецтво
Цифрові інструменти
Цифрові інтерактивні інструменти

Ш

Штучний інтелект у мистецтві

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

КОЛЕСНИК Наталія Євгенівна

кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри образотворчого мистецтва та дизайну Житомирського державного університету імені Івана Франка, Відмінник освіти України, член Спілки дизайнерів України

ТАНСЬКА Валентина Володимирівна

кандидат педагогічних наук, доцент, директор навчально-наукового інституту педагогіки Житомирського державного університету імені Івана Франка, Відмінник освіти України

ІНТЕГРАЦІЯ ІНФОМЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ В МИСТЕЦТВІ

Навчальний посібник

Формат 60x84/16. Папір офсетний Гарнітура Times New Roman Cyr. Друк різнографічний.
Ум. друк. арк. 9,2. Обл.-вид. арк. 42,5. Наклад пр. 300.

Видавництво Житомирського державного університету імені Івана Франка
10008, м. Житомир, вул. Велика Бердичівська, 40
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ЖТ № 10 від 07.12.2004 р.
електронна пошта (E-mail): zu@zu.edu.ua