

1-3. Соціальна реклама (плакати) після початку повномасштабної збройної агресії Росії проти України.

Підсумовуючи зазначимо, що соціальна реклама під час воєн стає невід'ємною частиною пропаганди та є цінним історичним джерелом. Візуально-комунікативні процеси сучасного інформаційного світу обумовлюють дослідження та представлення в шкільних підручниках історії соціальної реклами за певними історичними періодами.

### Список використаних джерел

Мороз, П., & Мороз, І. (2018). Дослідницька діяльність учнів у процесі навчання всесвітньої історії в основній школі: методичний посібник. Київ: ТОВ «КОНВІ ПРІНТ».

Олтаржевський, Д. О. (2016). Соціальна реклама: навчальний посібник. Київ: Центр вільної преси.

Осаула, В. О. (2019). Патріотична реклама в Україні: відповідь на виклики часу. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, (2), 148–154.

Про рекламу. (2022). Закон України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр#Text>

## РОЗКРИТТЯ РОЛІ КАРИКАТУР В ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙНАХ XX – ПОЧАТКУ XXI СТ. ЗАСОБАМИ ШКІЛЬНОГО ПІДРУЧНИКА ІСТОРІЇ

### Мороз Петро,

кандидат педагогічних наук, старший науковий співробітник  
старший науковий співробітник відділу суспільствознавчої освіти,  
Інститут педагогіки НАПН України,  
М. Київ, Україна



[pmoroz@ukr.net](mailto:pmoroz@ukr.net)

Інформаційні війни супроводжують історію людства з давніх давен. Використання методів інформаційного впливу на військо чи суспільство супротивника було типовим явищем ще в давні часи. Нині інформаційний простір став ареною суперництва і протиборства між провідними державами світу. Перевага в інформаційному просторі дає змогу не лише впливати на морально-психологічний стан в суспільстві та збройних силах ворога, а й певною мірою формувати світову громадську думку. Дослідники слушно зазначають, що інформаційна зброя спочатку перемагає розум супротивника, а згодом і його територію.

Не минули інформаційні війни й Україну. З моменту проголошення незалежності України РФ веде постійну інформаційну війну проти України, на яку витрачає колосальні кошти. Інформаційною зброєю російських пропагандистів стали дезінформаційні

маніпуляції; використання чуток і міфотворчих прийомів, маніпулювання образами, звернення до історичної пам'яті та так званого «славетного минулого», тези про захист російськомовного населення та російської культури тощо.

Методи, які використовує російський агресор в інформаційній війні, спонукають дослідників шукати аналогії в подіях попередніх епох та переконують в актуальності вивчення особливостей інформаційних війн у різні історичні епохи.

Традиційно в шкільних підручниках історії зазначали, що вирішальну роль у війнах відіграло військо та його озброєння. Натомість інформаційній складовій у війнах, військових конфліктах та міжнародних відносинах авторами підручників часто не приділяється належної уваги. Втім історичний досвід переконує, що нині жодна держава неспроможна захистити себе, використовуючи лише військово-технічні засоби. Тож особливої актуальності набуває дослідження методики висвітлення особливостей інформаційних війн у різні історичні періоди на уроках історії.

Одним з найпоширенішим і найефективнішим варіантом інформаційної війни є пропаганда – форма комунікації, яка спрямована на поширення певних ідей, теорій та моделей поведінки серед широких мас населення. Саме слово «пропаганда» латинського походження, і в перекладі означає «те, що має бути поширене». Важливим механізмом інформаційної пропаганди є політичні карикатури.

Політична карикатура була і є давнім способом наочної агітації, відомим ще з античних часів. Про неї говорили, що вона злободенна і здатна говорити «мовою вулиці», водночас для неї не існувало заборонних тем. На думку дослідників, політичній карикатурі притаманний не безпосередній, а опосередкований вплив на світогляд і політичні симпатії та антипатії адресата (Маєвський, 2018).

Розпочинаючи роботу з політичними карикатурами на уроках історії необхідно звернути увагу учнів, що це переважно зображення лідерів та політичних діячів, а також інтерпретації суспільно-політичних подій, напрямків внутрішньої й зовнішньої політики держави чи групи держав. Її часто розглядають як важливий елемент побудови інформаційної моделі навколо тієї чи іншої проблеми, події, особи в ЗМІ. Варто зазначити, що політичні карикатури часто є продуктом політичного замовлення, тому за своєю природою не можуть бути об'єктивними. Її комунікативним призначенням є інтерпретація найактуальніших політичних, міжнародних, економічних та соціокультурних аспектів суспільного життя (Маєвський, 2018).

На думку дослідників, популярність карикатури зумовлена тим, що вона значно економить час читача та дає змогу швидко ознайомлюватися з наведеною інформацією, не докладаючи для цього значних зусиль. Візуальна дія підпису під карикатурою забезпечується мінімумом тексту.

Для того, щоб краще зрозуміти зміст карикатури, необхідно в підручнику розкрити специфічні прийоми, які використовують художники у її створенні. Особливо це стосується карикатур зовнішньополітичного характеру. Так, у XIX – початку XX ст. в карикатурах склалися характерні образи кожної зі світових держав (залежно від контексту): Джон Буль, лев чи англійський бульдог, символізували Велику Британію, ведмідь, козак чи дівчина в кокошнику з довгою косою – російську імпе-

рію, такса (цю породу часто асоціювали з образом німецького шпигуна) – Німеччину, Дядечко Сем – США, півень – Францію, єдинорог – Італію, бик - Іспанію тощо (Мороз & Мороз, 2018).

Значного поширення набула карикатура в роки Першої світової війни. Для карикатур цього періоду характерні сатира, гротеск, коли сторони військових протистоянь висміювали противника, зображали його у викривленому, принизливо-карикатурному світлі. Так в німецьких карикатурах росіян часто зображували здичавілими і вічно п'яними варварами, англійців занадто самовпевними та пихатими. У країнах Антант німецького імператора Вільгельма II, якого вважали головним винуватцем війни, на карикатурах часто зображували божевільною людиною, що уклала угоду з дияволом.

Стереотипні образи ворогів і союзників часто пропагувалися за допомогою сатиричних карт. Працюючи з сатиричними картами різних воюючих країн, доцільно застосувати порівняльний підхід. Зокрема, під час вивчення причин та передумов Першої світової війни учням можна запропонувати для аналізу англійські та німецькі сатиричні карти із завданням: Чи були об'єктивними художники створюючи їх? Які ідеї та політичні погляди сповідували автори цих сатиричних карт? За чим це можна визначити? Свою відповідь аргументуйте фактами.



1.



2.

1. Французька версія британської карикатури *Hark! Hark! The Dogs Do Bark!* 1914 року. На ній ворогуючі сторони зображені собаками, а росію уособлюють ведмідь і цар на паровому катку, як натяк на індустріальну відсталість російської імперії.

2. Німецька сатирична карта початку Першої світової війни. Головним противником зображується Росія, яка намагається «проковтнути» всю Європу.

Розкриваючи в підручнику хід та події Другої світової війни, у якій брали участь понад 60 країн, варто зазначити, що карикатури часто відображали воєнну та політичну ситуації, які повсякчас радикально змінювались. Союз Гітлера і Сталіна 1939 року в багатьох британських та американських карикатурах висміювали як небезпечний шлюб. Утім, після нападу Німеччини на Радянський Союз уже німецькі карикатуристи глузували з нового союзу СРСР, США та Британії. Популярними темами для тогочасних карикатуристів були також напад СРСР на Фінляндію, «приєднання» країн Прибалтики. Досить популярною мішенню для глузувань були лідери провідних держав, а також головний нацистський пропагандист Йозеф Геббельс.



1.



2.

1. Англійська карикатура 1940 року, на якій Гітлер і Сталін марширують разом, взуті в один чобіт і тримаючи руку на кобурі з пістолетом.
2. Американська карикатура про «добровільне» приєднання країн Балтії до СРСР.

Російська агресія проти України відразу отримала відображення в карикатурах, які з'явилися як на шпальтах багатьох світових друкованих та електронних засобів масової інформації так і в соціальних мережах. Карикатура стала ефективним антиросійський засобом пропаганди в інформаційній війні. Головними сюжетами карикатур стали: боротьба народу України проти країни-агресора; гостро-сатиричний (негативний та бридкий) образ російських окупантів та особисто Володимира Путіна, міжнародна реакція на повномасштабне вторгнення російських військ. Основна мета таких зображень – це переконати міжнародну громадськість у злочинності путінського режиму та необхідності перемогти Росію, як основну небезпеку миру в світі; сформувати відповідну громадську думку (Власюк, 2015, с. 9–13).



1.



2.

1. Повернення рашиста додому з кривавими «подарунками» з України. Карикатура Юрія Журавля
2. Французька карикатура Режис Ектора (Régis Hector) на тему російсько-української війни

Отже, політична карикатура є дієвою зброєю в інформаційній війні. Вона створює яскравий образ, коротко і яскраво резюмує суть історичного чи суспільного явища, події. Використання політичних карикатур у шкільних підручниках історії сприятиме формуванню критичного мислення та медіаграмотності здобувачів освіти.

**Список використаних джерел**

- Маєвський, О. (2018). Політичні плакат і карикатура як засоби ідеологічної боротьби в Україні 1939–1945 рр. Ін-т історії України НАН України.
- Власюк, А. (2015). Антросіська політична карикатура в Україні як засіб пропаганди у період військового протистояння на Сході України у 2014–2015 рока. *Масова комунікація: історія, сьогодення, перспективи*, (7-8 (6)), 9–13.
- Мороз, П., & Мороз, І. (2018). Дослідницька діяльність учнів у процесі навчання всесвітньої історії в основній школі: методичний посібник. ТОВ «КОНВІ ПРИНТ».

## ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ДИДАКТИЧНОЇ ФУНКЦІЇ СИСТЕМИ ЗАВДАНЬ ПІДРУЧНИКА ГЕОГРАФІЇ

**Науменко Світлана,**

кандидат педагогічних наук, старший науковий співробітник,  
відділ моніторингу та оцінювання якості загальної середньої освіти,  
Інститут педагогіки Національної академії педагогічних наук України,  
м. Київ, Україна



sveta\_naum@ukr.net

У закладах загальної середньої освіти підручник – невід’ємний компонент освітнього процесу та один із його основних частин. Підручник створюють на основі навчальної програми (модельної навчальної програми) і в ньому реалізуються всі її складові. Тобто, підручник є показником реалізації навчальної програми. Саме в цьому аспекті деякі зарубіжні дослідники (Yasar O., Yang D., Wang Z., Xu D.) аналізували підручники географії для закладів загальної середньої освіти, зокрема запитання і завдання, які в них містилися, та робили висновки щодо інноваційного і практичного вимірів навчальної програми.

Згідно із дослідженням О. Yasar у закладах загальної середньої освіти метою оцінювання є не лише виставлення оцінок учням. Учителю також повинен виявляти «труднощі» у результатах навчання учнів і вживати запобіжних заходів для їх усунення і запобігання, а також надавати учням інформацію про їхній саморозвиток (Yasar, 2009, с. 51). Тобто, використовувати процес оцінювання як інструмент навчання.

Запитання і завдання в підручниках повинні оцінювати знання, вміння і навички учнів («продукт навчання») і сам процес отримання ними знань, вмінь і навичок («навчальний процес учнів») та давати можливість учням здійснювати самооцінювання (Yasar, 2009, с. 47). Саме з цих позицій О. Yasar у своїй статті (Yasar, 2009) висвітлив результати порівняльного аналізу запитань і завдань, які містилися в турецьких підручниках географії, розроблених на основі навчальної програми для закладів загальної