



ЗБІРНИК СТАТЕЙ
Сьомої міжнародної науково-методичної конференції:
Сучасний простір медіаграмотності
та перспективи його розвитку



Kiїв, 2019

УДК 316.774:351.751(477:100)(082)

Збірник статей Сьомої міжнародної науково-методичної конференції: Сучасний П68 простір медіаграмотності та перспективи його розвитку. – Київ. : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2019. – 435 с.

ISBN 978-966-2123-92-0

Упорядники:

Валерій Іванов, президент Академії української преси, доктор філологічних наук, професор;

Оксана Волошенюк, науковий співробітник Інституту мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Рильського НАН України, менеджер медіаосвітніх програм Академії української преси.

Збірник об'єднав виступи учасників Сьомої міжнародної науково-методичної конференції з медіаосвіти та медіаграмотності, де йдеться про теоретичні й світоглядні засади медіаосвіти, медіаосвіту та медіаграмотність у дошкільних навчальних закладах та початковій школі, в середніх загальноосвітніх закладах; про організаційні та управлінські моделі упровадження медіаосвіти; про медіаграмотність як педагогічну компетенцію. Видання уможливує вивчення методів викладання медіаосвіти та медіаграмотності у вищій педагогічній освіті та в післядипломній педагогічній освіті. Одна з чільних тем в Україні – це медіаграмотність як педагогічна компетенція також представлена в збірнику.

Відповідальність за підбір і виклад фактів та ілюстрацій у статтях несуть самі автори.

Статті у збірнику представлені в авторській редакції.



Made for minds.



**співпраця з
НІМЕЧЧИНОЮ**
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Академія Deutsche Welle є провідною організацією Німеччини для розвитку міжнародних засобів масової інформації. Консультанти і тренери підтримують вільні і незалежні медіа з 1965 року. Організація пропонує міжкультурні та професійні навчальні семінари, програми і стажування для майбутніх журналістів. DW Академія також розробила магістерську програму «Міжнародні Медіа Студії», яка поєднує у собі навчання з розвитку ЗМІ, управління медіа, журналістики та комунікації.

© Академія української преси, 2019

© Центр Вільної Преси, 2019

ЗМІСТ

Передмова 7

ТЕОРЕТИЧНІ Й СВІТОГЛЯДНІ ЗАСАДИ МЕДІАОСВІТИ

Lilia Țurcan-Balțat. PRIORITĂȚILE EDUCAȚIEI MASS-MEDIA ÎN DEZVOLTAREA COMPLEXĂ A PERSOALITĂȚII ELEVILOR	9
Ксенія Бондаревська. СУЧАСНІ АСПЕКТИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ У СФЕРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ	13
Олена Зіненко. ДЕКОДУВАННЯ ПОВІДОМЛЕННЯ ПУБЛІЧНОЇ ПОДІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ МЕДІАГРАМОТНОСТІ.....	18
Вікторія Ковпак. МЕДІАОСВІТНІЙ ТА НАЦІОНАЛЬНО-ЦИВІЛІЗАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНСЬКОГО ДІАСПОРНОГО ІНТЕЛЕКТУАЛІЗМУ	26
Ксенія Кудрявцева. МІФОЛОГІЧНА СВІДОМІСТЬ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА ЕФЕКТИВНОСТІ ФЕЙКІВ В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ.....	32
Тамара Мацкевич. ДОСВІД ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ БІЛОРУСЬКИХ ВЧИТЕЛІВ	39
Олександр Мокрогуз. ДО ПИТАННЯ МЕТОДОЛОГІЇ МЕДІАОСВІТИ ТА КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ В КОНТЕКСТІ ПРОЕКТУ «Вивчай та розрізняй» (Learn to Discern (L2D))	48
Ганна Онкович, Артем Онкович. ПЕДАГОГІЧНА БЛОГОДИДАКТИКА ТА ЇЇ СКЛАДНИКИ	59
Світлана Петренко. «НАУКА ПРАВДИ» В МЕДІАОСВІТІ: АКСІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ	67
Оксана Попкова. МОВНА ЕКОНОМІЯ ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОЇ МЕДІАГРАМОТНОСТІ.....	76

МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ДОШКІЛЬНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Оксана Євстрат'єва. ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ З ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ БАТЬКІВ ДОШКІЛЬНИКІВ У ТРІАДІ ПАРТНЕРСТВА “ПЕДАГОГИ – ДІТИ – БАТЬКИ”	83
Олена Іржавська. ДОСВІД ІНТЕГРАЦІЇ МЕДІАЗАСОБІВ В ОСВІТНІЙ ПРОСТІР СУЧАСНОГО ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ. ТУЛКІТ З ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ.....	93
Тетяна Чашка. ФОРМУВАННЯ МЕДІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ДІТЕЙ 4-6 РОКІВ В ПРОЦЕСІ ВПРОВАДЖЕННЯ ПАРЦІАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ «КАЗКИ І ФАРБИ».....	111

МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ

Юлія Волкова, Тетяна Нич. ІНТЕГРАЦІЯ МЕДІАОСВІТИ В ПРЕДМЕТІ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ	122
Тетяна Гонгало, Олена Шкрбець. НОВА УКРАЇНСЬКА ШКОЛА: МЕДІАКОНТЕНТИ В РЕФЛЕКСИВНІЙ ОСВІТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ УЧНІВ	174
Олександра Савченко. ПОТЕНЦІАЛ НОВОГО ЗМІСТУ ПОЧАТКОВОЇ ОСВІТИ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ У МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ МЕДІАГРАМОТНОСТІ.....	186

МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У ЗАГАЛЬНІЙ СЕРЕДНІЙ ОСВІТІ

Антоніна Воробйова. СУТНІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ СТАРШОКЛАСНИКІВ В УМОВАХ МЕДІАОСВІТИ.....	193
Олександра Донець. МЕДІАОСВІТА У СІЛЬСЬКІЙ ШКОЛІ: BEFORE – AFTER.....	197
Інна Заворотнюк, Ірина Земелько. ІНФОРМАЦІЙНА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ КЗ «ПОЛТАВСЬКА ЗАГАЛЬНООСВІТНЯ ШКОЛА І-ІІІ СТУПЕНІВ № 28	201
Світлана Захаркіна, Лілія Шамрай. МЕДІАОСВІТА В СИСТЕМІ НАВЧАЛЬНО- ВИХОВНОЇ РОБОТИ ОСВІТНЬОГО ОКРУГУ ЗМІЇВСЬКИЙ ЛІЦЕЙ №1 ІМЕНІ ДВІЧІ ГЕРОЯ РАДЯНСЬКОГО СОЮЗУ З. К. СЛЮСАРЕНКА ЗМІЇВСЬКОЇ РАЙОННОЇ РАДИ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	206
Юлія Рибіна. НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКА РОБОТА УЧНІВ У КОНТЕКСТІ МЕДІАОСВІТИ	216
Тетяна Челомбїтько. МЕДІАОСВІТНЯ ФУНКЦІЯ НАРИСУ У ВИХОВАННІ ПАТРІОТИЗМУ УЧНІВ НА УРОКАХ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ.....	225
Ірина Шепенюк. МЕДІАОСВІТА ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ОСВІТНЬОЇ ГАЛУЗІ «ПРИРОДОЗНАВСТВО».....	230

НАСКРІЗНА МЕДІАОСВІТА В ОСВІТНЬОМУ ЗАКЛАДІ

Галина Безкоровайна. УПРАВЛІНСЬКИЙ КОНЦЕПТ УПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС.....	237
Віра Гуменюк НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ СУПРОВІД ДІЯЛЬНОСТІ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ З ПИТАНЬ ІНТЕГРАЦІЇ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС	248
Галина Дегтярьова. УПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ В СИСТЕМУ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ЗДОБУТКИ, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИМЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ПЕДАГОГІЧНА КОМПЕТЕНЦІЯ.....	255

Валерій Коваленко. ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ЦИФРОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ У КОНТЕКСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ДОСЛІДНО-ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЇ РОБОТИ НА БАЗІ ЗАКЛАДУ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ.....	262
Тетяна Устименко. ЯК ВИМІРЯТИ ЕФЕКТИВНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ: КРИТЕРІЇ ТА ІНДИКАТОРИ ОЦІНКИ МЕДІАСЕРЕДОВИЩА ОСВІТНЬОГО ЗАКЛАДУ	269

МЕДІАСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У ВИЩІЙ ОСВІТІ

Ірина Іванова. ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМ МЕДІАОСВІТИ У ВИЩІЙ ШКОЛІ	277
Тетяна Євтухова. КУРС «МЕДІАОСВІТА» ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ.....	282
Оксана Залюбівська. ІНСТРУМЕНТИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ, ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА СИСТЕМИ ЦІННОСТЕЙ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ ВИЩОЇ ШКОЛИ	289
Ізбаш Світлана. МЕДІАКОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА АНДРАГОГІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ МАГІСТРІВ ОСВІТИ.....	297
Віра Казимир. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ОДИН ІЗ ЗАСОБІВ ПРОТИДІЇ ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНІ	310
Тетяна Локойда, Наталія Шелехова. РОЗРОБКА ДИСТАНЦІЙНИХ КУРСІВ З УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ В КОНТЕКСТІ НОВОЇ ПАРАДИГМИ ОСВІТИ.....	316
Людмила Остапенко, Ольга Соловійова. НОВИННА ГРАМОТНІСТЬ В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ ДО МЕДІА ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	326
Андрій Шидловський. РОЗВИТОК МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНОГО ПРОФІЛЮ.....	332
Тетяна Шроль. МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ МАТЕМАТИКИ ДО ЗДІЙСНЕННЯ МЕДІАОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	339

МЕДІАОСВІТА І МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У ЗАКЛАДАХ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ПЕДАГОГІЧНОЇ ОСВІТИ і В САМОСВІТІ ВЧИТЕЛЯ

Наталія Волкова. ВИКОРИСТАННЯ МЕДІАПРОСТОРУ З МЕТОЮ ПРОФОРІЄНТАЦІЇ	350
Олег Власюк. ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ У ПРОЦЕС ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ВЧИТЕЛІВ (ДОСВІД РІВНЕНЩИНИ).....	356
Лариса Мельник. МЕТОДОЛОГІЧНА ОСНОВА МЕДІАОСВІТИ ПЕДАГОГІВ В УМОВАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ	361

Ольга Сирцова. ІНФОРМАЦІЙНО-МЕДІЙНА ГРАМОТНІСТЬ
ЯК СКЛАДОВАПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ВЧИТЕЛЯ.....367

*МЕДІАОСВІТА В БІБЛІОТЕКАХ, В ПОЗАКЛАСНІЙ ТА ПОЗАШКІЛЬНІЙ
ОСВІТІ ДІТЕЙ*

- Артем Бондаренко, Тетяна Бондаренко. WORKSHOP «МАНІПУЛЯТИВНІ
МОЖЛИВОСТІ МАС-МЕДІА ТА РЕКЛАМИ» ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ
МЕДІАГРАМОТНОСТІ СТАРШОКЛАСНИКІВ.....376
- Ірина Єщенко. ІНФОРМАЦІЙНО-ОСВІТНІЙ ПРОСТІР ЯК ПРОДУКТ
ПЕДАГОГІЧНОЇ ТВОРЧОСТІ381
- Ірина Ковач. МУЛЬТ-ЛАБОРАТОРІЯ, АБО МЕДІАОСВІТА
ДЛЯ НАЙМОЛОДШИХ.....385
- Ольга Краснопеєва. ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПЕДАГОГІЧНИЙ СУПРОВІД
УПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В ЗАКЛАДІ ЗАГАЛЬНОЇ
СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ.....390
- Інна Плотнікова. ФОРМУВАННЯ МЕДІАПРОСТОРУ СУЧАСНОГО ЗАКЛАДУ
ПОЗАШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ.....396

*МЕДІАГРАМОТНІСТЬ І КОРИСТУВАЧ. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ
В ПОЖИТТЄВІЙ ОСВІТІ*

- Юлія Кияшко. ВИКОРИСТАННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
У ПОЛІТИЧНИХ СЛОГАНАХ ПЕРЕДВИБОРЧИХ БІЛБОРДІВ401
- Лариса Лисенко. РОЛЬ БІБЛІОТЕК У ОРГАНІЗАЦІЇ МЕДІАОСВІТИ
ВПРОДОВЖ ЖИТТЯ.....409
- Людмила Михальчук. ЦИФРОВА КРЕАТИВНІСТЬ АБО ТВОРЧО
МИСЛЯЧИЙ БІБЛІОТЕКАР415
- Олена Тараненко. ТРЕНІНГОВІ ВПРАВИ З МЕДІАГРАМОТНОСТІ
ЯК ВІДПОВІДЬ НА СУЧАСНІ ВИКЛИКИ МЕДІАТРАВМУВАННЯ.....420
- Мирослава Чернодон. ОСОБЛИВОСТІ МЕДІАГРАМОТНОСТІ
В РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ.....428
- Олена Чумаченко. МОБІЛЬНІ ДОДАТКИ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ
ФОРМУВАННЯ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ З СОЦІАЛЬНО-
ГУМАНІТАРНИХ ДИСЦИПЛІН»432

ПЕРЕДМОВА

Стенфордський економіст і засновник RetinkX Тоні Себа в своїй книзі «Чистий прорив» передрікає, що до 2030 року 95% людей не матимуть приватного авто, а електромобілі поховають нафтоіндустрію [<https://ecotechnica.com.ua/transport/2410-toni-seba-k-2030-godu-95-lyudej-ne-budut-imet-lichnoe-avto-a-elektromobili-pokhoronyat-nefteindustriyu.html>].

Дослідник аргументує це тим, що сучасна людина, володіючи новими інформаційними технологіями вже здатна зробити даний технологічний прорив. І хоча «врата великих можливостей», як свого часу сформулювали Ільф і Петров, у сучасної людини, дійсно, широкі, тут її підстерігає нова проблема.

А чи зможе вона вижити в умовах глобального технологічного та інформаційного буму? Чи не виявиться вона «гвинтиком» або «людиною однієї кнопки» в руках тих, хто здатний маніпулятивно-грамотно продукувати контент і впроваджувати в свідомість потрібні смисли?

Ці проблеми взаємодії медіасередовища і людини активно обговорювалися учасниками Сьомої міжнародної науково-методичної конференції «Сучасний простір медіаграмотності та перспективи його розвитку», яка відбулася у Києві 21-22 березня 2019 року.

Сама логіка програми конференції і тематика виступів спікерів, були сфокусовані не тільки на тому, щоб обговорити поточні проблеми, а й на розробку певних прогнозів і рекомендацій, як розвивати особистісні медіа-компетентності.

Це відображено і в збірнику матеріалів конференції.

Особливий інтерес серед учасників викликала презентація авторами: доктором педагогічних наук, професором, керуючим партнером Академії української преси Тетяною Івановою, медіатренером, завідувачем кафедри журналістики Донецького національного університету імені Василя Стуса Оленою Тараненко, медіатренером, викладачем Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка Андрієм Юричко, журналістом, засновником фактчекінгового проекту «Без брехні» Олександром Гороховським нового практичного посібника з медіаграмотності для мультиплікаторів, який випустила Академія української за підтримки DW Akademie.

Головна проблема щодо впровадження медіаграмотності, на думку міністра освіти і науки України Л. Гриневич, полягає в методології. «Не можна вчителя, який сам не вміє критично мислити, відправити цьому вчити дітей. Йому треба дати інструментарій. Цього не було в нашій культурі радянської та пострадянської школи – навчання критично мислити, ставити запитання, брати під сумнів», – зазначала вона. Саме обговорення цих питань, а також варіантів різних методологій навчання медіаграмотності була присвячена конференція.

*Валерій Іванов, Тетяна Іванова,
Академія української преси*

ТЕОРЕТИЧНІ Й СВІТОГЛЯДНІ ЗАСАДИ МЕДІАОСВІТИ

*Țurcan-Balțat Lilia, doctor în științe pedagogice
Universitatea de Educație Fizică și Sport,
Republica Moldova*

PRIORITĂȚILE EDUCAȚIEI MASS-MEDIA ÎN DEZVOLTAREA COMPLEXĂ A PERSONALITĂȚII ELEVILOR

***Annotation:** The article evokes the importance of mass media education in the complex development of pupils' personality. Media has penetrated our society at the local level. However, this penetration has left traces in the work and development of the media, which have an unpredictable impact by creating new means of communication, for society and, in particular, for the younger generation.*

***Keywords:** media, student personality, complex development.*

Astăzi în societate sesizăm probleme majore în diverse domenii, probleme ce condiționează apariția unor situații complicate, agitate, ce necesită soluționare în timp apropiat. Acest fenomen a existat în toate timpurile. Problematika lumii contemporane nu are un caracter național sau unul particular, ci are un caracter universal și global, o cauzalitate complexă, ramificată, pe care numai demersurile sistemico-holistice și sistematice o pot elucida și soluționa adecvat. Devine tot mai perceptibil faptul că educația propune strategii și demersuri cu caracter prospectiv, permanent, de lungă durată, abordate inter – și pluridisciplinar pentru a răspunde eficient exigențelor care parvin din problematica lumii contemporane, astfel configurând valorificarea conținuturilor noilor educații.

Strategia „Educația 2020”, elaborată de Ministerul Educației al Republicii Moldova are ca obiective generale, asigurarea dezvoltării durabile a sistemului educațional în vederea formării unei personalități integre, active, sociale și creative, inclusiv prin valorificarea direcțiilor strategice și a acțiunilor prioritare de facilitare a creării rețelelor de comunicare, de schimb de bune practici, de dezvoltare a competențelor digitale în procesul educațional, asigurarea educației parentale eficiente și promovarea parteneriatelor pentru educație [9, p. 43].

Conținuturile și dezideratele educației ce influențează formarea personalității se diversifică, se îmbogățesc și se modifică în raport cu valorile general-umane și cele noi, prioritare societății contemporane: pace și cooperare, toleranță, participare și democrație, schimbare și dezvoltare, sănătate, familie și viață privată, comunicare și capacitatea utilizării adecvate a mass-media.

Rețelele media a intrat în societatea cotermporană până la nucleu, dar această pătrudere a lăsat urme în activitatea și mijloacele de comunicare între tânăra generație, și are un impact

neprevăzut, creând noi mijloace de comunicare cu societatea. Mass –media are un impact mare asupra formării personalității, aceasta fiind considerată a putere în stat.

Noile realități educaționale în care se înscrie și educația pentru mass-media solicită colaborarea școlii cu familia și a comunității pentru a forma la elevi competențe cu privire la selectarea, receptarea, înțelegerea și prelucrarea logică a informațiilor percepute. Contribuția școlii este foarte valoroasă, însă ponderea cea mai mare a dirijării și echilibrării influențelor îi revine, în primul rând, familiei în întregime. Indiferent de vârstă, este foarte important ca părinții să-i ofere copilului modele pozitive, demne de urmat. E necesar ca ei să cunoască și să direcționeze domeniul de interese ale copilului lor, să supravegheze lecturile lui, să-i propună opere literare și vizionarea filmelor, spectacolelor cu personaje și exemple morale de comportament. Modelele de conduită oferite de părinți, calitatea afectivă a căminului familial, selectarea și interiorizarea mesajelor mass-media cu caracter moral, creează condiții favorabile pentru afirmarea și formarea unei personalități apte de a se integra eficient în societate.

Mijloacele mass-media sunt cu atât mai eficiente cu cât fac ca elevul să treacă de la statutul de utilizator pasiv la cel de creator și producător de idei, de sensuri, de trăiri și variate proiecte. Oricât de performantă nu ar fi noua tehnologie, aceasta se cere a fi abordată prin îmbinarea strategiilor moderne și clasice de formare a personalității umane, de formare a competențelor, dezvoltare eficientă a sferei atitudinal-comportamentală, emoțional echilibrat. Este bine ca adolescenții să comunice prin intermediul rețelilor media, dar este nu mai puțin important este să întrețină relații și cu semenii din preajmă într-un spațiu real social.

Cea mai mare provocare a societății contemporane constituie consumul de mesaje media, acestea având rol de informare, culturalizare, dar și, în foarte multe cazuri, modele de comportament și comunicare în societatea actuală. Mesajele media afectează tânăra generație, deoarece ele constituind o prezență permanentă în viața elevilor. Mass-media are un mare efect asupra audienței, deoarece analiza efectelor mass-media are ca țintă publicul, înțeles ca totalitatea indivizilor care sunt expuși mesajelor media și care suportă o presiune ce ușor poate conduce la o majoră schimbare a valorilor și a reprezentărilor despre societate.

Tinerii de azi se rezumă de multe ori la consumul de informații doar din surse media, nefiind pregătiți să facă diferențe între situația reală și cea virtuală, ei trăind mai mult on-line și uitând să trăiască viața lor reală. Civilizația umană parcurge una dintre perioadele cele mai complicate și agitate, ce comportă schimbări structurale profunde în toate domeniile vieții. Era cunoașterii, era tehnologiilor informaționale, era modificărilor genetice și sociale – toate acestea concurează și produc un mediu nou de viață, inclusiv o nouă conștiință existențială.

Școala este locul potrivit unde se învață cum trebuie receptate mesajele media, dar și cum identificăm o sursă corectă de informare, dar și cum să evităm maipularea. În raport cu gradul de dezvoltare individuală, educația intervine, dirijează și organizează acțiunile factorilor de mediu creând condiții favorabile dezvoltării, urmărind constituirea și sporirea experienței de cunoaștere care devine o condiție internă a dezvoltării personalității elevilor.

Într-o societate informatizată, educația nu trebuie să rămână în urmă deoarece mijloacele media ne invadează prin mesajele sale, ne oferă un amalgam de informații pentru a fi la curent mereu cu ultimele descoperiri. Chiar dacă informația vine prin diferite canale, oricum trebuie filtrată, deoarece ajută la delimitarea originalului de fals. Anumite comportamente expresive pot fi înțelese ca acțiuni al căror scop este de a modifica relațiile subiectului și ale mediului în care trăiește acționând asupra comportamentului altor indivizi. Din aceste rațiuni nevoia de comunicare determină apariția în conduita comunicativă.

Potențialul educativ pe care ar putea să-l ofere mass-media este conceput, organizat, utilizat de către adolescenți în funcție de propriile nevoi, așteptări și beneficii, fără a ține

seama de nevoile de dezvoltare sănătoasă. Abandonarea copiilor în fața televizorului și, mai recent, în fața computerului, substituirea funcțiilor de comunicare și a raporturilor directe cu adulții din familie, cu cadrele didactice de la școală sau cu colegii de aceeași vârstă reprezintă consecințe pe care societatea, școala, dar în special familia, trebuie să le conștientizeze și să le contracareze [8, p. 79].

Astfel, educația mass-media, a permis să identificăm prioritățile ei și să conștientizăm că acestea, fără exagerare, sunt numeroase și importante pentru viața copilului și integrarea socială a lui:

- elevul valorifică mass-media pentru a se informa, a se convinge în ceva, a se impresiona, a realiza o acțiune, a se amuza, a se face înțeles și, desigur, pentru a studia puncte de vedere, în final, pentru a obține o schimbare de comportament sau de atitudine;
- mass-media a adăugat un element nou transformărilor care au survenit în ansamblul condițiilor în care se desfășoară acțiunea pedagogică;
- profesorul simte nevoia de a cunoaște posibilitățile reale ale mass-media, dar și consecințele negative care pot parveni dacă nu se valorifică rațional și competent posibilitățile acesteia;
- mass-media, noua școală, prezintă lucrurile într-o formă plăcută, vie, departe de caracterul instrucțional, deseori sec al lecției clasice [4].

Întrucât natura și sensul influențelor exercitate de noile comunicații asupra personalității ființei umane în dezvoltare nu au un caracter izolat, ci depind, în mare măsură, de natura relațiilor care se stabilesc între ele și alți factori educativi (școală, familie, organizații de copii și tineret), una din principalele probleme ce se conturează tot mai mult constă în necesitatea definirii posibilităților reale de corelare a acțiunilor de proveniență mediatică, școlară și familială.

Mai mult sau mai puțin conștienți de aceste modificări, familia, școala, elevul, cadrul didactic ar trebui să cunoască punctele tari și consecințele influenței mijloacelor mediatice; ar trebui să fie toți cultivați pentru a fi competenți în valorificarea adecvată și rezonabilă a timpului liber și a mass-media.

Condițiile optime de utilizare a mass-media în educația elevilor se impun a fi asigurate în toate instituțiile educative: familie, școală, biserică, centre de creație, sport, cluburi pe interese, care ar oferi o instruire și educație demnă de urmat, și anume:

- familia trebuie să acorde mai multă atenție selectării programelor televizate, celor de radio, audiate de copii, fără a impune o emisiune sau alta, ci explicând argumentat părțile bune sau rele ale unei emisiuni sau ale unui film;
- este necesar un dialog permanent între părinți și copii în vederea stabilirii unor valori morale și a unei viziuni cât mai reale asupra lumii, cu valorificarea condiției obligatorii;
- părinții, la rândul lor, trebuie și ei cultivați în ceea ce privește educația copiilor pentru mass-media;
- școala trebuie să promoveze o instruire analitică și sistematică, centrată pe valorile existenței autentice, să se ocupe nu numai de informare, ci și de formarea viitorilor cetățeni, capabili de auto-educație, o comunicare reală și comuniune socială [2, p.24].

Mass-media se dezvoltă într-un mediu cultural, selectează, produce și transmite valori, informații, opinii, modele de comportament. În același timp publicul receptează ceea ce mass-media transmite, se educă în raport cu anumite tendințe și motivații proprii.

În același timp adolescenții receptează mesajele transmise de mass-media, se educă în raport cu anumite tendințe și motivații proprii. Cei mai sesibili la influențele mass-media sunt adolescenții, care au și nevoia de a se alimenta din mai multe surse culturale, din mai multe

experiențe sociale pentru a-și forma propria identitate a personalității, dar au și nevoia de a se adapta, de a se integra social, cultural [4, p.8].

În acest context educația are un rol decisiv în modelarea elevilor deoarece organizează activitatea lor pentru autocunoaștere, autoeducație, autoperfecționare. Prin metode, cunoștințe, priceperi, abilități, deprinderi, obișnuințe oferite de educație, individul învață cum să învețe, să decidă și cum să se formeze.

În concluzie, impactul mass-media asupra dezvoltării adolescenților depinde de cunoașterea și valorificarea eficientă a resurselor de către aceștia, realizată sub conducerea și ghidarea pedagogilor și părinților. Mass-media reprezintă astfel, chiar din perspectiva construirii sinelui, un mediu la care copiii se raportează constant, fără ca ei să fie pregătiți pentru a face și a utiliza diferențele dintre realitate, reprezentarea acesteia și virtualitate.

Noua generație folosește media pentru informare și divertisment, dar și pentru a fi la curent cu mesajele sociale actuale, dar nu trebuie de uitat că înainte de toate trebuie să evalueze impactul pe care îl are media asupra vieții lor. Pe de altă parte, societatea nu e omogenă și fiecare își construiește propriile înțelesuri din media. Fiind codificate de creatorii de media, mesajele trebuie decodate de cei ce le recepționează. Un mesaj poate fi decodat și evaluat printr-o diversitate de metode, în funcție de valorile, vârsta, experiențele, cunoștințele și interesele specifice ale cosumatorului media. Diversitatea factorilor puși la contribuție atunci când decodăm un mesaj mediatic implică faptul că unul și același mesaj va fi interpretat diferit de oameni diferiți.

Astfel, mass-media este un factor de stimulare, modelare și de dezvoltare a orizontului de trăiri emoționale a adolescenților. Puterea sistemului mass-media constă în controlul asupra resurselor de informații de care depind indivizii, grupurile, organizațiile, sistemele sociale și societățile pentru a-și atinge scopurile.

Bibliografie

1. Albu G. Educația, profesorul și vremurile. Eseuri de pedagogie socială. Pitești: Paralela, 2009. 286 p.
2. Albu I. Educația și mass-media. Comunicare și învățare în societatea informațională. Cluj-Napoca: Dacia, 2003.
3. Cemortan R. Comunicarea și mass-media. Chișinău 2006. 142 p.
4. Chirvasiu N. Relația dintre școală și mass-media. În: Didactica 2012, nr.23, p. 11
5. Coman M. Introducere în sistemul mass-media. Iași: Polirom, 2007. 96 p.
6. Danciu M. Mass-media. Modernitate, postmodernitate, globalizare. Cluj-Napoca: Tribuna, 2005.
7. Dumbrăveanu A. Mediul și mass-media. Chișinău: CEP USM, 2007.
8. Impactul TV asupra conduitei și afectivității elevului. În: Revista de Psihologie 2009. p. 78.
9. Strategia sectorială de dezvoltare pentru anii 2014-2020. ME, 2013. 47 p
10. Țurcan L. Formarea cadrelor didactice prin valorile toleranței. Chișinău, 2015. 321 p.
11. Țurcan L. Perspective ale comunicării orientate spre dezvoltarea toleranței. În: Revista de științe socioumane. 2012, nr.2(21), p. 132
12. <http://mediacritica.md/ro/>

*Ксенія Бондаревська, к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки та управління
національним господарством
Дніпровський національний університет імені
Олеся Гончара*

СУЧАСНІ АСПЕКТИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ У СФЕРІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У статті розглянуто сутність та характеристику поняття «медіаграмотність» у сфері вищої освіти з урахуванням сучасного етапу розвитку суспільних відносин; визначено рівні медіаграмотності та фактори її формування; обґрунтовано перспективи застосування медіа освітнього потенціалу з метою забезпечення медіаграмотності серед студентів та викладачів ВНЗ. Зокрема, визначено доцільність застосування соціальної мережі Facebook з метою формування освітньої он-лайн платформи з питань медіаграмотності для студентської молоді.

Ключові слова: *медіаграмотність, медіаосвіта, інформаційна безпека, медіаінформаційна грамотність, соціальні мережі.*

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Сучасний етап розвитку суспільних відносин характеризується підвищенням ролі медіа простору у формуванні інформаційної структури суспільства, а також необхідністю посилення інформаційної безпеки в усіх сферах соціально-економічних відносин. Враховуючи гнучкість та швидку змінюваність інформаційного середовища, слід відзначити необхідність чіткого розмежування потрібної, корисної та правдивої інформації, та відокремлення її від тих інформаційних потоків, які надходять від недобросовісних ЗМІ. Саме формуванню ефективної взаємодії людини з інформаційним простором і сприятиме забезпечення медіаграмотності, зокрема у сфері вищої освіти, оскільки саме молодь є рушійною силою будь-якого суспільства. Поняття медіаграмотності тісно пов'язане з медіаосвітою, оскільки є її результатом. Лише за наявності медіа освітньої роботи стає можливим формування медіа грамотної особистості, яка характеризується здатністю критичного мислення, об'єктивного сприйняття, перетворення, аналізу та оцінки інформації. В кінцевому підсумку це надасть можливість формування сприятливого медіа клімату в суспільстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спирається автор; виділення нерозв'язаних частин загальної проблеми, які розкриває ця стаття. Проблема медіаосвіти та медіаграмотності наразі набуває

все більшої актуальності. Так, вивченням медіаосвіти та її значення займалися у своїх наукових працях вітчизняні дослідники В. Бакіров, О. Бесяк, М. Ватковська, Н. Габор, С. Гончаренко, Р. Гришкова, В. Іванов, Т. Іванова, А. Литвин, Г. Онкович, Ю. Ярославцева та інші. Нові інструменти медіаосвіти вивчали Н. Приходькіна, Г. Почепцов, В. Синьов. Напрями забезпечення медіаграмотності вивчали не лише вітчизняні, а й зарубіжні дослідники Б. Щорб, У. Вагнер, Дж. Поттер та інші. Незважаючи на численні напрацювання вітчизняних та зарубіжних дослідників, їх значний внесок у розвиток даного питання, проблема медіаграмотності потребує подальшого аналізу, що пов'язане із недостатнім практичним використанням медіапотенціалу у сфері вищої освіти з урахуванням стрімких змін інформаційного середовища та появи нових медіаінструментів. Саме це і обумовило необхідність більш детального вивчення проблемних аспектів медіаграмотності в сучасних умовах.

Постановка завдань дослідження. Метою статті є визначення особливостей забезпечення медіаграмотності у сфері вищої освіти в умовах трансформаційних змін інформаційного середовища. Серед завдань дослідження доцільно виділити:

- визначення поняття «медіаграмотність» у ВНЗ;
- характеристику особливостей формування медіаграмотності у вищій школі;
- обґрунтування перспектив застосування медіа освітнього потенціалу з метою забезпечення медіаграмотності серед студентів та викладачів ВНЗ.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Теоретичні основи медіаосвіти та медіаграмотності були закріплені в «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні», яка була розроблена ще у 2010 році Інститутом соціальної та політичної психології НАПН України. Дана концепція була оновлена у 2016 році, з урахуванням певних змін. Зокрема, основними завданнями медіаосвіти мають стати: інформаційна безпека держави, розвиток громадянського суспільства, протидія зовнішній інформаційній агресії, всебічна підготовка дітей і молоді до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формування у громадян медіаінформаційної грамотності і медіакультури відповідно до їхніх вікових, індивідуальних та інших властивостей [5].

Досить широке теоретичне визначення медіаграмотності надає «Концепція впровадження медіаосвіти в Україні». Так, медіаграмотність – складова медіа культури, яка стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативної технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, успішно здобувати необхідну інформацію, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, отриману з різних медіа, відділяти реальність ідеї віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують [5].

Отже, термін «медіаграмотність» в Україні визначається, як сукупність знань, навичок та умінь, які дозволяють людям аналізувати, критично оцінювати і створювати повідомлення різних жанрів і форм для різних типів медіа, розуміти й аналізувати процеси функціонування медіа в суспільстві, та їхній вплив [6]. Звертаючись до зарубіжного досвіду, варто зазначити характеристику медіаграмотності німецького дослідника Б. Щорба, що визначає її як вміння використовувати медіа та їх вміст у спосіб, який відповідає власним цілям та потребам [7].

Узагальнюючи вищезазначене, доцільно визначити медіаграмотність у вищій школі як результат медіаосвіти, що формує здатність до ефективного сприйняття, інтерпретації та аналізу сучасної медіаінформації. Медіаграмотність знаходить своє практичне

вираження у трьох напрямках: в умінні знаходити необхідну інформацію та здійснювати відбір; мати власне бачення та власну думку щодо різних медіаджерел та відрізнити правдиву, об'єктивну інформацію від суб'єктивної думки, а також здатність нейтралізувати деструктивний вплив неякісної інформації; проявляти інформаційну активність, що може мати вираження у веденні власної сторінки в соціальних мережах або блогу, організації масових або інформаційних заходів тощо.

За думкою німецьких дослідників Б. Щорба та У. Вагнера, медіаграмотність включає три складових: знання, оцінку та дії. Це виражається у знанні особливостей структури, функцій та інструментів медіа, здатності аналізувати та оцінювати явища, а також брати активну участь у соціальному, культурному та політичному житті [1].

Дослідник Дж. Поттер виділяє ключові рівні медіаграмотності, серед яких [2]:

- осягнення основних положень (розуміння, що це відбувається не з ним/нею);
- усвідомлювання мови (розпізнавання мовного звучання та ототожнювання значень слів);
- усвідомлювання викладеної інформації (відрізнити вигадку від того, що може бути в реальності, вирізнити реклами тощо);
- розвиток скептицизму (оцінювання можливої брехні в рекламі, чітке розуміння, що подобається, а що ні, вміння побачити смішне в некомічних героях);
- інтенсивний розвиток (потужна мотивація до пошуку конкретної інформації, вироблення чітких наборів інформації, якій надається перевага, високий рівень розуміння корисності отриманої інформації);
- емпіричне вивчення (пошук різних форм подання контенту та переказів, пошук сюрпризів і нових емоційних, моральних реакцій та почуттів);
- критичне оцінювання (сприймання повідомлень такими, якими вони є, й подальше оцінювання у відповідному середовищі, глибоке й детальне розуміння історичного, економічного та художнього контекстів систем, представлених у повідомленні, здатність уловлювати нюанси в поданні інформації та відмінність від форми подання інших повідомлень на цю тему, здатність зробити висновки про сильні та слабкі сторони повідомлення);
- соціальна відповідальність (розуміння, що певні повідомлення позитивніше впливають, ніж інші; усвідомлення, що чиясь власна думка впливає на суспільство, й не важливо, як сильно; визнання, що існують певні способи, завдяки яким особистість може конструктивно вплинути на суспільство).

Розглядаючи медіаграмотність у вищій школі, слід відзначити важливу її роль саме для найбільш активної та прогресивної частини суспільства – молоді. Тому постає необхідність не лише в об'єктивному сприйнятті інформації, що надходить від медіа, а й у ефективному використанні наявних медіа-інструментів з метою розвитку особистості та самореалізації, зокрема це стосується найбільш популярного на даний час інструменту обміну та розповсюдження інформації – соціальних мереж. Саме соціальні мережі активно використовуються молодими людьми не лише у розважальних цілях, а й з метою публікації новин, пошуку потрібної інформації для спілкування та проведення практичної он-лайн діяльності. Найбільшою з кількістю користувачів та лідером за популярністю у світі є соціальна мережа Facebook. Переважною більшістю користувачів є студенти. Саме тому дана мережа може стати потужним інструментом навчання та саморозвитку. Зокрема, за допомогою Facebook стає можливим формування інформаційної платформи з основ медіаграмотності, що характеризуватиметься наступними особливостями:

- формування навчальної он-лайн спільноти студентів ВНЗ із доступом навчального контенту у будь-який зручний для користувачів час;
- забезпечення індивідуального підходу до кожного студента за рахунок можливості особистого он-лайн спілкування та самостійності опрацювання деяких питань;
- зміна ролі викладача, який стає наставником та помічником в опануванні нових знань;
- можливості міжнародної співпраці та обміну досвідом;
- постійна взаємодія викладача зі студентами та покращення комунікативних навичок;
- можливість проведення практичних занять, опитувань, дискусії в режимі он-лайн, що дозволяє залучити більшу частину студентів, без залежності від їх фактичного місцезнаходження.

Позитивним аспектом використання соціальної мережі Facebook є можливість користування навчальними додатками, зокрема це: книги WeRead (обмін думками та коментарями про книги); Docs (створення та обмін документами); BookTag (обмін книгами та створення навчальних тестів); SlideShare (створення та обмін презентаціями); StudyGroups (створення групового навчального проекту) тощо [3].

Незважаючи на позитивні риси навчання за допомогою соціальних мереж, проблемою залишається необхідність раціонального використання часу та наявність психологічної залежності від певних інформаційних ресурсів.

Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Враховуючи реалії сьогодення, слід зазначити важливість формування медіаграмотності населення, зокрема це стосується студентської молоді, як однієї з найбільш активної та свідомої його частин. Однак слід зазначити, що не лише грамотне сприйняття інформації з мас-медіа та інтернет-джерел формує поняття медіаграмотності. За думкою Нідерландської організації Mediawijzer (Mediawijzer.net), існує 10 компетентностей медіаграмотності, які можна поділити на 4 частини [4]:

I. Розуміння (пасивне розуміння роботи медіа):

1. Розуміння зростання впливу ЗМІ на суспільство.
2. Розуміння того, як побудовані ЗМІ.
3. Розуміння того, як ЗМІ забарвлюють реальність.

II. Використання (активне використання медіа):

4. Використання обладнання, програмного забезпечення, додатків.
5. Орієнтування в медіасередовищі.

III. Комунікація (взаємодія з іншими через медіа):

6. Пошук і обробка інформації.
7. Створення контенту.
8. Участь у соціальних мережах.

IV. Стратегія (ефективне використання медіа):

9. Рефлексія щодо власного використання ЗМІ.
10. Досягнення цілей за допомогою ЗМІ.

З метою формування необхідних компетентностей, а також забезпечення практичного застосування набутих знань, умінь та навичок з медіаграмотності доцільним є використання соціальних мереж, розповсюджених серед молоді. Однак, слід зазначити необхідність всебічного застосування позитивних аспектів їх впровадження та нейтралізації недоліків. В той же час питання виховання медіаграмотності серед студентів ВНЗ в Україні в контексті використання інтернет-джерел та соціальних мереж потребує подальшого дослідження, з урахуванням вітчизняних реалій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Broschure – Medienkompetenz forder und fur Kinder und Jugendliche 10.07.2013 – www.bmfsfj.de
2. Беляк О. Особливості розвитку медіаосвіти в Україні / О. // Гірська школа Українських Карпат. – 2013. – № 8-9. – С. 31-33. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gasuk_2013_8-9_13
3. Блог викладача інформатики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://viklad.blogspot.com/2012/02/Facebook.html>
4. Бути медіаграмотним: десять необхідних компетентностей [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/buti_mediagramotnim_desyat_neobkhidnih_kompetentnostey/
5. Коцепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/
6. Медіаосвіта і медіаграмотність: підручник. – ред.-упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волощенко; за наук.ред. В.В. Різуна. – К.: Центр вільної преси. – 2012. – 352 с.
7. Schorb, Bernd (2005): Medienkompetenz. In.: Huther, Jurgen; Schorb, Bernd (Hg): Grundbegriffe Medienpadagogik. 4, neu konzipierte Aufl.Munchen: kopaed, s.262 www.tandfonline.com/

В статье рассмотрено сущность и характеристику понятия «медиаграмотность» в сфере высшего образования с учетом современного этапа развития общественных отношений; определены уровни медиаграмотности и факторы ее формирования; обоснованы перспективы применения медиаобразовательного потенциала с целью обеспечения медиаграмотности среди студентов и преподавателей вузов. В частности, определена целесообразность применения социальной сети Facebook с целью формирования образовательной он-лайн платформы по вопросам медиаграмотности для студенческой молодежи.

Ключевые слова: медиаграмотность, медиаобразование, информационная безопасность, медиаинформационная грамотность, социальные сети.

In the article the essence and characteristic of the concept of «medialiteracy» in the field of higher education taking into account the current stage of development of social relations is reviewed; the levels of medialiteracy and its formation factors are determined; the prospects of using the mediaeducational potential are grounded in order to provide medialiteracy among students and university instructors. In particular, the expediency of using the social network of Facebook to determine the educational online media literacy platform for student youth has been identified.

Key words: medialiteracy, media education, information security, media information literacy, social networks.

*О. Д. Зіненко, старший викладач,
аспірант кафедри медіакомунікацій
соціологічного факультету
ХНУ імені В. Н. Каразіна.*

ДЕКОДУВАННЯ ПОВІДОМЛЕННЯ ПУБЛІЧНОЇ ПОДІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ МЕДІАГРАМОТНОСТІ

Публічні події, в основі яких лежать організовані культурні заходи, що мали резонанс в медіа, є зручним об'єктом для навчання медіаграмотності. Доступні для публіки культурні заходи хоча і не потребують спеціальних зусиль та додаткових ресурсів, проте відвідування їх не завжди корисне та обумовлене особистим вибором. Для запобігання маніпуляційних впливів з боку популістів, медіа або інших агентів влади, необхідно розвивати вміння декодування публічної події як явища масової комунікації. В якості інструменту навчання медіаграмотності авторка пропонує модель аналізу дискурсу публічної події, в основу якої покладено концепцію чотирьох істинних процедур Алена Бадью та теорію колективної пам'яті Моріса Хальбвакса, з метою виявлення тенденцій взаємодії галузей мас-медіа та освіти.

Ключові слова: *медіаграмотність, публічні події, мас-медіа, дискурс медіа.*

В умовах політичних змін та соціальних трансформацій спостерігається урізноманітнення медіадіяльності, в тому числі з організації публічних культурних проєктів як на національному, так і на регіональному рівні, які здійснюються за підтримки міжнародних фондів, держорганів та місцевих громад. В Україні працюють відомі на увесь світ митці та культурні діячі, створюються якісні культурні проєкти, культурні інституції (бібліотеки, музеї, галереї) мають потужний потенціал репрезентації культурної спадщини. Висвітлення культурних подій в медіа є важливою складовою для формування медіакультури, яка є ключовою засадою в концепції медіаосвіти. Проте регіональні мас-медіа пишуть про культуру тільки тоді, коли про подію вже написали національні, або на замовлення державних або комерційних агентів.

Українські культурологи хоча і зазначають необхідність міждисциплінарних підходів у вивченні феноменів культури, більш зосереджені на дослідженні форм та видів культурних практик як технології створення контенту для публічної репрезентації. Дослідники здебільшого акцентують увагу на історіографії або методології естетики конструювання культурного об'єкту, тобто вивчаються жанри, форми та відповідні ним технології втілення образів [7]. Відповідно, основним критерієм оцінки культурного

продукту, з огляду на естетичні критерії, є релевантність заходу задуму творця. Соціологи вивчають впливи, які має публічна подія як інструмент комунікації на аудиторії. До культурних та просвітницьких публічних подій ставляться як до розважальних, інтеграційних або навпаки, вивчають їх як рухи спільнот [2]. В цій галузі ефективність публічної взаємодії оцінюється з точки зору ініціаторів або організаторів здебільшого в кількісних показниках. В економічних дослідженнях з 2002 року вчені звертають увагу не тільки на кількісний ефект, а й на wow-ефект, який мають розважальні заходи, в число яких можна включати культурні або просвітницькі публічні події в залежності від тематики [16, с. 144-147]. Зокрема, дослідники-економісти акцентують увагу на тому, що публічна подія має потужний емоційний вплив. Але що саме стає тригером цього емоційного впливу? Як зазначає німецький дослідник івент-менеджменту Ульріх Хальцбаур, аналізуючи івенти (синоним до словосполучення «культурний захід», який все частіше використовується в креативних індустріях), саме подієвість є важливою для визначення його ефективності [13, с. 10-12]. Будь-який івент є штучно створеною ситуацією, всі дії якої структуровані за сценарієм таким чином, щоб про нього говорили не тільки до але й після його проведення. Звернення до подієвості надсилає нас до ідеї Алена Бадью, що «відпочатку в ситуації, якщо її не доповнює якась подія, немає ніякої істини». [1]. Між тим безліч культурних заходів, для реалізації яких витрачається потужні ресурси, як матеріальні так і нематеріальні, не мають ніякого сенсу, окрім відтворення ритуальних дій в контексті якоїсь традиційної звички. На жаль, велика частка подібних заходів є невід'ємною частиною життя шкіл та інших освітніх закладів. Тож найбільша проблема є в тому, що публічні події культурної тематики і споживачі, і медіа, і навіть дослідники медіа здебільшого сприймають як нормативні культурні практики, які не варті глибинного аналізу.

В цілому, в суспільстві існує відношення до культурних заходів як до розважальних. Це обмежує розуміння потенціалу впливу культурних заходів на суспільство, як на локальному, так і на національному рівні. І саме культурно-масові заходи часто використовують популісти та інші агенти влади, щоб маніпулювати аудиторіями. Тому підхід до аналізу публічної події як об'єкту критичного аналізу в контексті навчання медіаграмотності є актуальним.

Український дослідник медіа Володимир Кулик зазначає, що «судити про те, якою мірою медіа відбивають чинні уявлення, а якою – формують, можна лише на підставі аналізу цих уявлень, умовно кажучи, до й опісля отримання медійних продуктів. Утім, такий аналіз дуже ускладнюють практична непереєрвність процесу сприймання, множинність медійних продуктів і різноманітність утілюваних у них уявлень та неоднорідність аудиторії, її зразків споживання, «вхідних» уявлень та сили й навіть напрямку зазначеного впливу» [9, с. 258-260]. Тож, ми бачимо, що публічні події в полі мас-медіа слід розглядати в контексті міждисциплінарних досліджень, оскільки вони є середовищем комунікації, репрезентації та каталізації комунікативної дії [3, с. 151-155].

В Україні з її радянською спадщиною традиційно операторами організації культурних та просвітницьких заходів є агенти влади: державні інституції та політики, оскільки тільки ці агенти соціальної діяльності мали та мають достатній ресурс, як організаційний для виробництва публічного заходу так і медійний – для його інформаційної підтримки. Зміна політичної парадигми у зв'язку із розвалом СРСР та зміною економічного курсу на розвиток ринкови відносин, до операторів медіагалузі та організації масових заходів долучились власники великого бізнесу. Інформаційна революція 2000-их сприяла динамічному розвитку індивідуальних медіатехнологій та індустрії

розваг. З доступом до Інтернет і соцмереж організація та промоція публічного заходу в медіа стає доступнішою і для пересічного громадян. Після 2013 року в Україні активізується діяльність громадських організацій та окремих громадських лідерів як нових агентів організації публічних подій – культурних, просвітницьких та політичних. Всі ці трансформації є мотивацією до розширення меж дослідження масової комунікації в українських реаліях, як з точки зору функціонування технологій, так і з точки зору специфіки роботи об'єктів виробництва медіаконтенту. Проте, якщо публічні події політичної тематики потрапляють у фокус журналістських та політологічних досліджень, то публічні події культурної та просвітницької тематики є об'єктом специфічно соціологічних, культурологічних або економічних досліджень.

Публічні події, в основі яких лежать організовані культурні заходи, що мали резонанс в медіа, є зручним об'єктом для розвитку критичного мислення. Треба зазначити, що доступні для публіки культурні заходи хоча і не потребують спеціальних зусиль та додаткових ресурсів, проте відвідування їх не завжди обумовлене особистим вибором.

Комунікаційний підхід до дозволяє розглянути публічні події, в основі яких є культурний захід, який має за мету привернути увагу не тільки відвідувачів, а й мас-медіа, як спеціально сконструйоване повідомлення.

Об'єкт дослідження: відкриті для широкої аудиторії заходи культурного дозвілля.

Предмет дослідження: медіатексти про відкриті заходи культурного дозвілля.

Зважаючи на специфіку творення публічної події, її повідомлення можна розглядати як конвергентне, тобто таке, що ретранслюється за допомогою різних кодів з використанням декількох каналів в єдиному часопросторі (лінк на книжку про конвергенцію). Творення публічної події як комунікаційного повідомлення пов'язане із раціональними аспектами актуального знання про цільову групу та її проблему та з ірраціональними знанням, яке визначається колективною пам'яттю в тому розумінні, в якому категорію «колективної пам'яті» розглядає Моріс Хальбвакс. [14]. Колективна (соціальна) пам'ять, за визначенням Хальбвакса, має розмиті рамки, і не має остаточно визначеного денотату, проте основний аргументом, який приводить Хальбвакс, обґрунтовуючі це поняття, є те, що деякі спогади приходять до людини не індивідуально, а в спілкуванні із другими людьми, тобто ці спогади виникають як ефект комунікації. Подання раціональної проблеми як нової інформації через фрейм ірраціонального знання, яким є історія, спогади, традиція, ритуал має потенціал впливу на аудиторію.

Через культурні фрейми проявляється колективна пам'ять, яка в динамічному середовищі суспільних трансформацій підлягає переформатуванню, а прийняття чи неприйняття аудиторіями нових форматів її репрезентації в публічному є маркером можливості взаємодії спільнот в контексті запропонованого ініціаторами повідомлення публічної події.

Одним з традиційних культурних фреймів, на які спираються ЗМК, незалежно від форматів видань – є святкова адженда. Питанню декодування святкових фреймів присвячено також статтю «Decoding Cultural Frames: How Ukrainian Mass Media Report about Cultural Public Events.» [17, с. 225-227], де зазначається, що усталені фрейми культурного заходу, свята, ярмарку або фестивалю як ритуалізовані конструкти колективної пам'яті (або здорового глузду як загально визнаного знання та досвіду спільноти) стають зручною платформою для репрезентації висловлювання для нових агентів в полі визначеної тематики. Через влаштування культурних заходів в публічних просторах суспільство рефлексує щодо досвіду трансформацій, обумовлених соціальними, економічними або політичними змінами. Тому стереотипне подання інформації в ЗМК про

будь-яку культурну подію виключно як свякової події є викривленою репрезентацію соціальної дійсності, що відіграє погану службу сприйняттю культури в соціумі.

Якщо зі святковими фреймами журналісти працюють в контексті розважального інформування, то з просвітницькими справа дещо складніша. В українській святковій адженді дуже кріпкою залишається лінія просвітницьких свят, таких як 8 березня, День захисту дітей, День знань. Ця традиція є частиною колективної радянської свідомості, в якій просвітництво було складовою державної пропаганди з нав'язуванням політики диктатури пролетаріату замінила релігію.

Декодування змісту культурного або просвітницького заходу як явища масової комунікації є ефективним інструментом медіаграмотності. В основу аналітичного підходу покладено концепцію чотирьох істиносних процедур Алена Бадью із визначенням таких структурних елементів явища буття як «поема», «матема», «політика» та «любов» [1]. Культурний захід в цьому випадку ми розглядаємо як складне повідомлення публічної події, яке конструюється організаторами заходу з метою привернення уваги публіки та медіа.

1. Поле «поеми» повідомлення публічної події створюють ініціатори через вибір теми, формулювання ідеї та розробку сценарію.
2. Поле «математи» визначає функціональний набір виразних засобів (вербальних, візуальних, дієвих) та механізмів трансляції (коування, каналів та форматів репрезентації), який обирають ініціатори публічного заходу для донесення повідомлення публічної події до одержувача.
3. Поле «політики» окреслюється контекстом (політичним, історичним, соціальним, медійним) та знанням про колективну пам'ять спільноти.
4. «Любов» – це реакції, які народжує публічна подія у публіки. Спостерігаючи за реакціями публіки в ситуації публічної події, аналізуючи умови присутності людей на заході, можна з'ясувати, чи це є дійсно публічна подія висловленням думки певної спільноти, вираженням єдності колективу, або це є декорацією, побудованою в інтересах якоїсь влади (політичної, економічної, соціальної, медійної).

Візьмо за приклад традиційний шкільний культурний захід «День знань», дискурс обговорення якого не вщухає усі роки Незалежності України, що відображає трансформації та проявляє культурні протиріччя в суспільстві. Це свято є характерним прикладом репрезентації сталих фреймів колективної пам'яті, які дуже повільно піддаються змінам. Кожного року в усіх регіональних та національних ЗМІ з'являються повідомлення про те, що відбулося свято «День знань» – і ці повідомлення мають здебільшого позитивне емоційне забарвлення та стосуються графіку початку занять. [11; 8].

У першOVERесневому матеріалі порталу «Корреспондент.net» бачимо, поєднання заголовку «Коли в школу і які зміни чекати» та фото, на якому дівчинка позіхає під час лінійки дозволяє інтерпретувати матеріал як попередження, що в школі нічого веселого чекати не можна. Звісно, що це ніяк не сприяє реалізації просвітницької функції цього комунікаційного заходу [4].

Приведемо одне з показових повідомлень про свято із шкільного сайту, яке починається так: «Промайнуло веселе літо настала осінь – пора навчання». На одному з фото: дівчинка та хлопчик у весільному вбранні. [12]. Поєднання цього вербального посилу з фото дає можливість інтерпретувати цю публічну подію таким чином: «хлопчики та дівчатка прощаються із веселою літньою порою і, в останнє вдягнувши красивий одяг, готуються до нудної пори шкільного «добування знань».

Для більш глибокого аналізу цього дискурсу потрібно окреслити контекст, визначити агентів у полі творення повідомлення та агентів у полі перцепції. Контекст визначається часопростором: школа як простір першої зустрічі не просто дитини зі знаннями, а особистості з владою, репрезентація формату надання владою доступу до права дитини на освіту. І це виражається в символічній перформативній дії свята «День знань», яке відзначається 1 вересня.

Творенням культурного заходу як повідомлення публічної події займаються вчителі та батьки, з огляду на існуючі традиції та актуальні тенденції, про які розповідають мас-медіа. Організаційна підготовка до Дня знань починається не менше ніж за півмісяці до початку навчального року, і здебільшого має не добровільний, а вимушений характер, про що можна дізнатися з обговорень цього заходу в соцмережах.

Ми не будемо зупинятися на розслідуванні корупційних схем та на аналізі сценарних розробок культурно-масового заходу «День знань», які є досить типовими для більшої кількості шкіл України. Зосередимось й далі на реалізації свята та символічних діях, які висвітлюються в мас-медіа.

Треба сказати, що саме медіа все більше звертають увагу на необхідність замислитися над змістом цього свята і значенням його символів. На початку минулого 2017-2018 навчального року ТСН підготували аналітичний репортаж, в якому звернулись до історії свята, маркуючи його як ритуал, сформований за радянські часи. Красномовними є заголовки та підзаголовки сюжету «Обряд «лінійка». Загалом проведення лінійок – це піонерська традиція, мета воєнізувати дітей» ТСН. Тиждень. 3 вересня 2017 [15].

Автори сюжету звертають увагу на одяг дітей та викладачів, присутність або відсутність депутатів, але, більше за все акцентують на форматі, а саме – «вишикування школярів в будь-яку погоду в лінійку», що впадає в протиріччя з основними ідеями сучасної концепції Нової української школи, зокрема освіти як способу виховання особистості. Зображення школярів на лінійці та обрядове дійство ініціації першачків, які мають пройти повз лінійку усіх, хто старший за них, все одно в цьому році було розповсюдженим сюжетом при висвітленні Дня знань в мас-медіа та на сайтах шкіл [5]. На фото бачимо, що все відповідає старій традиції: лінійка школярів, промова депутата, навіть коровай присутній, який, напевно, символізує новий рік або новосілля, хлопчик з дівчинкою на плечі, ініціація першачків. Зважаючи на повторюваність цього сценарію в багатьох школах не тільки України, а й пострадянського простору, його доречно інтерпретувати як символічне обрядове дійство, в якому старший (= вже навчений, а значить, розумний) сильний хлопець несе на руках молодшу (= ще не навчену) дівчинку. Хлопець символізує силу та розум, а дівчинка в красивому платтячку та з бантиками – красу та слабкість. Таким чином, цей символічний дует транслює та закріплює стереотипи гендерної нерівності, які закарбовуються у підсвідомості школярів. Тим більше, що лінійка повторюється більш ніж десять років поспіль. Не менш цікавим може бути аналіз дискурсу підготовки до шкільних випускних в контексті гендерних студій, але це тема окремого дослідження.

Виникає резонне питання, чи відповідають такі старотрадиційні сценарії свята «День знань» своїй просвітницькій функції? Ні. Про альтернативні сценарні рішення, як святкувати День знань в Україні також повідомляє ТСН в ранковому сюжеті, акцентуючі на різниці реакцій та суджень, якими щиро діляться учасники (батьки, школярі, вчителі). В школах, де лінійки замінили на пікнік, флешмоб або навіть спортивну зарядку, діти, вчителі та батьки мають піднесений настрій і говорять, що такий формат значно кращий та мотивує до подальшого навчання і сприяє виникненню довіри в

шкільній спільноті. [15, 10]. Тож можна зробити висновок, що вишикування на лінійці, яке, по суті, має символічне значення згоди на контролювання дій тих, хто вступає до школи, не є релевантним до вимог сучасності.

Школа для батьків та дитини символізує державну владу. Такий захід як «День знань» має виконувати функцію позитивної пропаганди школи як осередку спілкування та набуття знань. Через організацію цього заходу школа має можливість створення комунікаційного майданчика, але не завжди цим користується.

Застосування інструментів декодування змісту публічної події в навчанні медіаграмотності дозволяє розширити розуміння ролі культурних практик та їх висвітлення мас-медіа для суспільства, що є важливим для розвитку громади в цілому, а школи зокрема.

Для розуміння значення культурного заходу необхідно враховувати два рівні, на яких відбувається переформатування фреймів колективної пам'яті у повідомленні публічної події:

- рівень творення (виробництва) повідомлення, в якому творець є суб'єктом та обирає фрейм, спираючись на знання про об'єкт впливу – цільові аудиторії,
- рівень сприйняття (споживання) повідомлення, в якому об'єкт впливу реагує, що дає підґрунтя для спостережень, аналізу та формулювання вердиктів щодо відповідності наміру суб'єкта творення повідомлення потребам учасників.

Підводячі підсумки, перше, що маємо визначити як специфічну рису в Україні, це те, що просвітницькі заходи за традицією включаються в святкову парадигму, тобто вони сприймаються соціумом як ритуальні. Друге, це те, що, за тією ж традицією, цей стереотип транслюється в ЗМІ. Між тим, гарною тенденцією є те, що через розголос або резонанс в мас-медіа набувають популярності випадки, які репрезентують позитивні зміни в контексті критичного підходу. Вплив медіа в цьому переоцінити важко, але журналісти не є ініціаторами, аналітиками, вони є спостерігачами, які підхоплюють політичну адженду або йдуть за свідками подій, громадськими активістами та лідерами думок. Тож необхідно розвивати комунікацію медійників та освітян, що є можливим в контексті проведення заходів навчання медіаграмотності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бадью А. Манифест філософії // Ален Бадью ; пер. с фр. – СПб. : Machina, 2003. – 184 с.
2. Бергер П. Соціальне конструювання реальності. Трактат по соціології знання // П. Бергер, Т. Лукман ; пер. с фр. Е. Руткевич. – М. : Медиум, 1995. – 323 с.
3. Габермас Ю., Структурні перетворення у сфері відкритості. / Юрген Габермас ; переклад з нім. А. Онишко. – Львів, 2000. перекл. А. Онишко. – 318 с.
4. День знань. Коли в школу і які зміни чекати // Корреспондент.net – 2018. – 30 серпня. – Режим доступу : <https://ua.korrespondent.net/ukraine/events/4005552-den-znan-koly-v-shkolu-i-yaki-zminy-chekaty>
5. День знань: у луцьких школах відзначають 1 вересня // Волинські новини. – 2018. – 1 вересня. – Режим доступу : <https://www.volynnews.com/news/all/u-lutskykh-shkolakh-vidznachaiut-1-veresnia/>

6. Зіненко О. Д. Медіапотенціал публічної події як об'єкт журналістської рефлексії. // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна – Сер. «Соціальні комунікації». – 2017. – № 10. – стор . 65-70.
7. Кравченко О. В. Культурологія у вимірах традицій академічної культури / О. В. Кравченко // Культура України. – 2013. – Вип. 42(1). – С. 59-70. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ku_2013_42%281%29__12
8. Коли в українських школах буде перший дзвоник: дата // РБК Україна— 2018. – 15 серпня. – Режим доступу : <https://www.rbc.ua/ukr/styler/ukrainskih-shkolah-budet-pervyy-zvonok-data-1534320125.html>
9. Кулик В. Медійний дискурс між відбиванням і творенням / В. Кулик // Кулик В. Дискурс українських медій : ідентичності, ідеології, владні стосунки. – К. : Критика, 2010. – 657 с.[Кулик 4, с. 258-260].
10. Обряд «лінійка». // ТСН. Тиждень. – 2017. – 3 вересня. – Режим доступу : https://tsn.ua/video/video-novini/radyanska-minuvshina-ukrayinski-shkoli-vsechastishe-vidmovlyayutsya-vid-provedennya-liniyok.html?utm_source=page&utm_medium=relevantvideo
11. Перший дзвінок 2018: у Міносвіти відповіли, коли дітям іти до школи // УНІАН. – 2018. – 14 серпня. – Режим доступу : <https://www.unian.ua/society/10224258-pershyy-dzvinok-2018-u-minosviti-vidpovili-koli-dityam-iti-do-shkoli.html>
12. Свято Першого дзвоника. // Сайт Літинська СЗШ І-ІІІ ст.№ 1. – 2018. : http://sch1.ltedu.vn.ua/lnyka_novin/sv1dzvon.html
13. Хальцбаур У. Event-менеджмент // У. Хальцбаур, Э. Йетингер, Б. Кнаузе, Р. Мозер, М. Целлер; пер. С нем. Т. Фоминой. – Москва, Эксмо, 2007. – 384 с. – с. 10-12.
14. Хальбвакс М. Коллективная и историческая память [Электронный ресурс] // Морис Хальбвакс //Неприкосновенный запас. – 2003. – 16 грудня. – № 2-3 (40-41). – Режим доступу : <http://magazines.russ.ru/nz/2005/2/ha2.html>
15. Школярі столичної гімназії влаштували святковий флешмоб під час лінійки [Електронний ресурс] / ТСН. – 2018. – 4 вересня. – Режим доступу : <https://tsn.ua/video/video-novini/shkolyari-stolichnoyi-gimnaziyi-vlashtovali-svyatkoviy-fleshmob-pidchas-liniyki.html>
16. Smith K., Hanover D. *Experiential Marketing: Secrets, Strategies, and Success Stories from the World's Greatest Brands* ISBN: 978-1-119-14587-5 Wiley. Apr 2016. – 224 pages.
17. Zinenko, O. (2019). Decoding Cultural Frames: How Ukrainian Mass Media Report about Cultural Public Events. *Intercultural Communication*, 1(6), 215-227. <https://doi.org/10.13166/inco/103411>
18. Школярі столичної гімназії влаштували святковий флешмоб під час лінійки [Електронний ресурс] / ТСН. – 2018. – 4 вересня. – Режим доступу : <https://tsn.ua/video/video-novini/shkolyari-stolichnoyi-gimnaziyi-vlashtovali-svyatkoviy-fleshmob-pidchas-liniyki.html>
19. Smith K., Hanover D. *Experiential Marketing: Secrets, Strategies, and Success Stories from the World's Greatest Brands* ISBN: 978-1-119-14587-5 Wiley. Apr 2016 224 pages 144-147.
20. Zinenko, O. (2019). Decoding Cultural Frames: How Ukrainian Mass Media Report about Cultural Public Events. *Intercultural Communication*, 1(6), 215-227. <https://doi.org/10.13166/inco/103411>

Публичные события, в основе которых лежат организованные культурные мероприятия, имевшие резонанс в СМИ, являются удобным объектом для обучения медиаграмотности. Доступные для публики культурные мероприятия не требуют специальных усилий и дополнительных ресурсов, но посещение их не всегда обусловлено личным выбором и пользой. Для предотвращения манипуляционных воздействий со стороны популистов, медиа и других агентов власти, необходимо развивать умение декодирования публичного события как явления массовой коммуникации. Автор в качестве инструмента обучения медиаграмотности предлагает модель анализа дискурса публичного события, в основу которого положена концепция четырех истинных процедур Алена Бадью и теория коллективной памяти Мориса Хальбвакса, с целью выявления тенденций взаимодействия отраслей масс-медиа и образования.

Ключевые слова: *медиаграмотность, публичные события, масс-медиа, дискурс СМИ.*

Public events based on organized cultural events that have been resonated in the media are a convenient object for teaching media literacy. Cultural activities accessible to the public do not require special effort and additional resources, but participation in its activities is not always useful and not always based on personal choices. In order to prevent manipulative influences by populists, media or other agents of power, it is necessary to develop the ability to decode a public event as a phenomenon of mass communication. As a tool for teaching media literacy, the author proposes a model for analyzing the discourse of a public event, based on the concept of four true procedures by Alain Badiou and the theory of collective memory of Maurice Halbvaks, in order to identify trends in the interaction between the media and education sectors.

Keywords: *media literacy, public events, mass media, media discourse.*

Вікторія Ковпак

*Запорізький національний університет,
факультет журналістики, професор кафедри
теорії комунікації, реклами та зв'язків
із громадськістю*

МЕДІАОСВІТНІЙ ТА НАЦІОНАЛЬНО-ЦИВІЛІЗАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНСЬКОГО ДІАСПОРНОГО ІНТЕЛЕКТУАЛІЗМУ

У статті проаналізовано національно-цивілізаційний потенціал українського діаспорного інтелектуалізму, що є невід'ємним сегментом медіакультури українського громадянського суспільства. Популяризація засобами масової комунікації «українськості в дії», засвідченої світовим українством, в умовах зовнішньої збройної агресії та інформаційної війни має сприяти розвитку соціальної рефлексивності.

Ключові слова: *український діаспорний інтелектуалізм, соціальна рефлексивність, медіакультура, медіаосвіта, національно-цивілізаційна ідея*

Національно-цивілізаційний потенціал українського діаспорного інтелектуалізму, особливо повоєнного періоду, демонструє нам, сучасникам, на материковій Україні, що таке «українськість у дії», це доводять різноманітні інтернет-платформи української діаспори у світі, де топовими темами є організація діаспорянами акцій протесту проти незаконно затриманих у полон сусідом-агресором українців, відкриття меморіалів Голодомору, об'єднання волонтерів для допомоги постраждалим від збройного конфлікту на території України тощо.

На думку Н. Ханенко-Фрізен, термін «українськість» увібрав у себе аспекти трьох концепцій – етнічності, ідентичності («репрезентації та пропам'ятні практики... українськість як етнічна ідентичність, яка свідомо пропагується, прославляється та відзначається носіями-агентами культури» [8, с. 26–27]) та культури («є комплексом дій (practice), ініційованих носіями або агентами етнічної культури, та створених ними репрезентацій... "етнічні практики"» [8, с. 26–27]).

Тож, учена розглядає українськість як «транснаціональний феномен, що перебуває у постійному процесі трансформації і конкретний зміст якого у певному часопр-

сторі визначається складною конфігурацією різноманітних чинників – як локальних / регіональних, так і транснаціональних / глобальних» [8, с. 11].

Це поняття має бути абсолютно категоріальною рисою для українців на материковій Україні особливо в умовах зовнішньої збройної агресії та інформаційної війни, проте для реалізації комплексу «українськості в дії» на сучасному етапі вкрай важливою є розвинута соціальна рефлексивність (це поняття, введене британським соціологом і філософом Ентоні Гідденсом, підкреслює залежить рівня суспільних рефлексій від високого рівня екстерналізації спеціалізованих знань і пізнішого їх поширення на сферу повсякденного життя [8, с. 32]) та високий рівень медіакультури. Велика кількість розроблених сесій тренінгів, майстер-класів, воркшопів, освітніх інтернет-платформ пропонують суспільству спеціалізовані знання з будь-якої ділянки науки, економіки, бізнесу, ораторського мистецтва, менеджменту, медіаграмотності тощо у формі загальнодоступних наративів для широкого загалу людей.

Н. Ханенко-Фрізен переконана, «коли спеціалізовані знання стають поширеними, вони набувають статусу базових знань – на них покликаються, їх цитують, на них орієнтуються при прийнятті рішень. Зростаюча екстерналізація спеціалізованих знань якісно змінює людське суспільство» [8, с. 32–33].

Так, наприклад, справжнім «суспільним університетом» із розвінчання міфів, створених пропагандою сусідньої держави, в умовах гострих дискусій, пов'язаних з історією України, її подіями, особами, поглядами, що розділяють українське суспільство, стала авторська програма відомих журналістів А. Охрیمовича та О. Криштопи «Машина часу», що виходить на «5 каналі» з 2010 року, та об'єднані унікальні факти за матеріалами програми у книгу «Україна загартована болем. Тисяча років самотності», серед них – розвідки про українську емігрантську інтелектуальну еліту – А. Шептицького, Й. Сліпого та ін.

Отже, мета публікації – проаналізувати медіаосвітній та національно-цивілізаційний потенціал українського діаспорного інтелектуалізму на прикладі ініційованих проєктів, що відкривають та популяризують соціетальний капітал української діаспори задля актуалізації «почуття спадкоємства» (за О. Забужко [3, с. 293]) в українському громадянському суспільстві, що є необхідною умовою для «постання “своїх” еліт», досягнення високого рівня соціальної рефлексивності [3, с. 293].

Для реалізації поставленої мети необхідно розв'язати такі завдання: 1) висвітлити різновекторні ідеї інклюзивності інтелектуального досвіду нації в її цивілізаційну перспективу; 2) проаналізувати інформаційно-комунікаційні платформи популяризації українського діаспорного інтелектуалізму у контексті розвитку медіакультури.

Цей теоретично-базисний дискурс має у філософській, культурологічній, а значить державотворчо-стратегічній площині абсолютних опонентів в особах тих філософів, інтелектуалів, які пропагують для розвитку і єдності України не національну ідею, а цивілізаційну, як от наприклад С. Дацюк, який наголошує, що «не мають позитивного сенсу та перспективи: національний інтелект, національні інновації, національне інакше, національна мережа...ці установки можливі як глобальні (геліосні), загальнолюдські» [2, с. 121]; «постнаціональні студії – наративний архів деконструктивістських форм розмежовуючих ідентичностей та їх соціальних практик» [2, с. 120]; «нація захищає мову та культуру, тоді як цивілізація захищає мотивації (наукові та релігійні)» [2, с. 118]. І єдина теза С. Дацюка, з якою погоджуємося: «Культивування інтелектуалізму – це найперша цивілізаційна ідея України» [2, с. 118].

У розвідці «Консцієнтальна війна в медіасфері українського інформаційно-когнітивного суспільства: пошук смислового наповнення та перспектив» ми вже наголошували, що «така нівеляція національного змісту як впливового дискурсу... суперечить ідеї інклюзивності інтелектуального досвіду нації в її цивілізаційну перспективу, культивуванню інтелектуалізму як цивілізаційної ідеї України, що висувається цим же дослідником. Адже формування інтелектуальної еліти, імена якої і сьогодні не тільки маркують суспільство за націоідентифікаційним принципом, рівнем національної свідомості громадянського суспільства, а й своїми фундаментальними працями осмислення стратегічних візій майбутнього України, зародилося саме в колі самоорганізованої на основі національної культури, ідеї нації, мови діаспорної спільноти, особливо пововоєнної доби» [9, с. 124].

І думка про те, що державотворча ідея нації немає інтелектуального потенціалу, є наслідком тієї ж таки інформаційної війни, а поширення такої думки, переконані, є її інструментом, адже свідчить тільки про інформаційну безграмотність, що стала наслідком «системно провадженої Кремлем...політики меморициду», яка у другій половині ХХ ст. позначається хронікально 1964 р. – підпалом українських фондів Державної публічної бібліотеки АН УРСР [3, с. 293]. Наслідком такої політики є критично мала обізнаність молоді – студентської, шкільної, із інтелектуальним капіталом української еміграційної громади, патріотично налаштованої інтелігенції – науковців, митців, освітян, письменників, поетів, журналістів та ін., які становили «третю хвилю» українських емігрантів, були генераторами та амбасадорами національно-патріотичного громадсько-політичного руху української діаспори в Європі та США, потужної інформаційно-комунікаційної діяльності (функціонування української еміграційної преси, українських годин зарубіжного радіомовлення, архівів, бібліотек, конференцій, симпозіумів, кіно, театру, наукових товариств, книжково-видавничої діяльності тощо). Проте саме вони мали змогу та волю до творення української державності в умовах абсолютної самоорганізації за кордоном.

А історія нам демонструє, що у період гострих суспільно-політичних трансформацій, сформований саме «за океаном» соцієтальний капітал (символи, цінності тощо), піднімався «на хоругви» громадянським суспільством: так сталося з гаслом «Слава Україні! Героям слава!», поняттям «бандерівці» та ін. При цьому відсутність інформаційної культури заважає і сьогодні певному сегменту українців істинно трактувати походження та значення цих позицій. Репрезентативним у цьому контексті є приклад інтенсифікації згадки в інтернет-просторі під час соціально-політичних трансформацій в Україні прецедентного феномена доби – символа революційного розвою держави – Степана Бандери. Так, за даними Google-вибірки, у 2012–2013 рр. за запитом «Бандера» маємо 49 тис. посилань (за запитом «Степан Бандера» – 36 тис. посилань), а у 2014–2015 рр. кількість посилань зросла до 153 тисяч» [4, с. 16–17].

Наприклад, запитам щодо Ю. Шереха-Шевельова передував ефір «Шустер Live» на каналі «Інтер» (від 27.09.2013), де харківський міський голова Г. Кернес та Г. Добкін доводили громадянам «фашизм» та «колабораціонізм» видатного лінгвіста, а їм протистояли наукові експерти.

У цьому контексті дуже доречним виявилось включення до посібника для освітян «Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства» прикладів розтлумачення фейкових коментарів стосовно С. Бандери (рис. 1)

Уважно розгляньте фотографії.



Фото 1. Степан Бандера



Фото 2. Ілюстрація до допису «Странности истории: как из предателей и убийц пытаются сделать национальных героев»



ЗАПИТАННЯ

1. Чи погоджуєтеся ви з твердженням, що на фотографії № 2 людина, зображена в центрі, – це Степан Бандера?



Рис. 1 Приклад завдання з критичного аналізу фото з посібника з медіаграмотності [7, с. 10–11].

Для залучення студентської та шкільної молоді до занурення у «заокеанський» український досвід у рамках роботи ГО «СМИСЛ» у Запорізькому регіоні кіноклуб «АРТіФАКТ» неодноразово демонстрував фільми, виробництва української діаспори, зокрема «Трагедія Карпато-України» (фрагменти фільму В. Авраменка), документальний фільм, створений українською діаспорою в 1984 р., що вперше продемонстрував світовій громадськості трагедію голодомору українського народу, виявляючи «фейки» радянського журналізму. Унікальні кадри, свідчення очевидців, історичні хроніки не залишили байдужими, всі присутні схилили голови у хвилині мовчання на знак вшанування всіх убитих голодом [1].

У 2017 р. колектив Міжнародного інституту освіти, культури та зв'язків з діаспорою НУ «Львівська політехніка» в особах Андрія Яціва, Оксани П'ятковської та Юрія Марусика презентував мандрівну виставку «Світовий Конгрес Українців: вчора, сьогодні, завтра» у Запорізькій обласній універсальній науковій бібліотеці у знаковий для всіх українців рік – рік соборності, солідаризму, рік відзначення 50-ти років з дати народження спільної інтелектуальної, культурної, політичної, мистецької, просвітницької, інформаційно-комунікаційної платформи – Світового Конгресу Українців, який в умовах абсолютної самоорганізації утвердив національний пріоритет, усупереч тоталітарному режиму на материковій Україні сформував матрицю смислів ідеї нації. Концепція та структура виставки дала змогу презентувати спільні проекти Інституту та СКУ, що інтенсифікують зацікавлення історією та сучасною діяльністю української діаспори (наприклад, "Відкриймо для України українську діаспору", "Назустріч новій хвилі", "Культура єднає", "Молодь про Світовий Конгрес Українців") [6].

Концептуально-змістовними є 15 лекцій – філософських роздумів від видатного українця, представника української еміграційної інтелектуальної еліти, Богдана Гаврилишина, науковця, економіста й державного діяча, засновника Світового економічного форуму, які містять поради та відповіді на актуальні питання сьогодення на курсі «Prometheus» – громадському проекті масових відкритих онлайн-курсів (МВОК), записаних за ініціативою активних учасників Асоціації «Молодь змінить Україну», які допомогли скласти перелік тем, що найбільше хвилюють сучасну прогресивну молодь. «Цей курс буде корисний усім, хто цікавиться історією, політичною й економічною ситуацією в країні та світі, а також прагне бути успішним та ефективним в усіх сферах свого життя» [5].

Перспективним є проект «Імен неопалима купина. Серія. Світочі української діаспори», який розпочинає ГО «СМИСЛ» за підтримки факультету журналістики Запорізького національного університету, аби залучити школярів, студентів до пошуку інформації про невідомі широкому загалу визначні імена української еміграційної спільноти, розвінчення міфів про їхні життєписи та оформлення такого наративу у відеоролики. Попередня зацікавленість школярів у проекті була виявлена в рамках Запорізького обласного медіафоруму «Про Батьківщину свою дбаю, бо право гідно жити маю» (2018), ініційованому Запорізьким обласним інститутом післядипломної педагогічної освіти, у спецномнації: «Повернення імен української діаспори на Батьківщину».

Отже, ми переконані, що медіаосвітній та національно-цивілізаційний потенціал українського діаспорного інтелектуалізму має сприяти розвитку соціальної рефлексивності громадянського суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. «Жнива розпачу» у кіноклубі «АРТіФАКТ» кафедри журналістики, реклами і соціальних комунікацій: ми пам'ятаємо про масове і штучне народодивство 1932–1933... [Електронний ресурс]. URL: http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/en/node/5033
2. Дацюк С. Ідея перспективи України Національна ідея модерної України. Мистецько-культурологічний проект / Автор і куратор проекту Антін Мухарський. К.: Український культурний фронт, 2017. С. 109–121.
3. Забужко О. «І знов я влізаю в танк...». Вибрані тексти 2012–2016: статті, есе, інтерв'ю, спогади. К. : ВД «Комора», 2016. 413 с.
4. Ковпак В. Інформаційно-комунікаційна діяльність післявоєнної української еміграції: смислова матриця ідеї нації [Текст] : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунікацій : 27.00.01; Класич. приват. ун-т. Запоріжжя, 2017. 40 с.
5. Курс відеолекцій Богдана Гаврилишина [Електронний ресурс]. URL: https://edx.prometheus.org.ua/courses/course-v1:BNFoundation+HAWRYLYSHYN+2017_T1/about
6. Мандрівна виставка «Світовий Конгрес Українців: вчора, сьогодні, завтра»: інформаційно-просвітницький місток МІОК та ДЖМК [Електронний ресурс]. URL: http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/en/node/5016
7. Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства: посібник для вчителя / Т. Бакка, О. Бурім, О. Волошенюк, Р. Євтушенко, Т. Мелещенко, О. Мокрогуз; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. К. : ЦВП, АУП, 2016. 243 с.

8. Ханенко-Фрізен Н. Інший світ або Етнічність у дії: канадська українськість кінця двадцятого століття. Київ: Смолоскип, 2011. 389 с.
9. Kovrak V. The consciental war in the media of the ukrainian information and cognitive society: the search for semantic content and perspectives. Media4u Magazine. Sborník recenzovaných příspěvků mezinárodní vědecké konference Reviewed Papers of the International Scientific Conference / Jan Chromý. Praha. 2018. P. 124–128.

В статье проанализированы национально-цивилизационный потенциал украинского диаспорного интеллектуализма, что является неотъемлемым сегментом медиакультуры украинского гражданского общества. Популяризация средствами массовой коммуникации «украинства в действии», заверенной мировым украинством, в условиях внешней вооруженной агрессии и информационной войны должно способствовать развитию социальной рефлексивности.

Ключевые слова: украинский диаспорный интеллектуализм, социальная рефлексивность, медиакультура, медиаобразование, национально-цивилизационная идея

The article analyzes the national-civilization potential of Ukrainian diaspora intellectualism, which is an integral part of the media culture of Ukrainian civil society. The popularization of the means of mass communication «Ukrainian in Action», certified by the world's Ukrainians, in conditions of external armed aggression and information warfare, should promote the development of social reflectivity.

Key words: Ukrainian diaspora intellectualism, social reflectivity, media culture, media education, national civilization idea

*Кудрявцева Ксенія Олександрівна,
викладач-стажер, аспірантка кафедри
Міжкультурної комунікації та
іноземної мови, НТУ «ХПІ»*

МІФОЛОГІЧНА СВІДОМІСТЬ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА ЕФЕКТИВНОСТІ ФЕЙКІВ В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

В статті досліджується поняття фейку та його характерні особливості, ефективність фейкових новин в українському суспільстві через компоненти міфологічної свідомості. Розглянуто види фейків за метою, поняття та значення фактчекінгу в умовах інформаційної війни.

***Ключові слова:** фейки, фейкові новини, інформаційна війна, маніпулювання, міфологічна свідомість, фактчекінг, верифікація, соціальні мережі*

Фейки існували з давніх часів, дослідники знаходять перші фейкові повідомлення ще за часів фараонів [16] та Гомера [1], Г. Почепцов аналізує фейки ще у біблейських текстах [8]. Але, в умовах інформаційної війни та широким розповсюдженням соціальних мереж, проблема фейків набула особливого значення. Неправдиві історії можуть розповсюджуватися настільки швидко, що навіть спростування з авторитетного джерела не в змозі зупинити інформаційну хвилю, що «накриває» суспільство. Що й актуалізує питання фейків та ефективності їхнього впливу на різні соціальні групи.

Метою роботи є дослідити схильність населення до маніпульованості через фейкові повідомлення та запропонувати методи боротьби з ними в українських медіа.

Дослідженням маніпулятивного впливу на свідомість через засоби масової інформації займалось багато закордонних та вітчизняних науковців, зокрема Г. Почепцов [7], С. Кара-Мурза [3], О. Рябоконт [12], Є. Доценко [2], О. Пригорницька [9,10]. Сутності маніпулювання шляхом інформаційних війн присвячені праці таких російських науковців, як І. Панарін [6], С. Расторгуєв [11] та інших.

Сьогодні терміни «фейк», «фейкові новини» займають важливе місце у свідомості громадян. Термін «фейк» багатозначний, з англійської фейк – це підробка. Фейк – це будь-яка інформація (текстова, фото або відео), що не відповідає дійсності; повідомлення про щось, що ніколи не відбулося. Але є важливі особливості, що відокремлюють фейки від інших видів маніпуляцій:

1. фейки створюються навмисно;
2. вірусно розповсюджуються;

3. системно підтримуються.

Зазвичай фейки складаються з частково правдивих фактів або замасковані під реальну новину і носять негативний характер, спрямовані на дезінформацію, введення в оману аудиторії. О. Пригорницька пропонує наступне визначення фейку: «Фейк – це спеціально спотворена новина, подія чи журналістський матеріал, який містить неправдиву або перекручену інформацію, що дискримінує певну людину чи групу осіб в очах аудиторії» [10, с. 313].

За метою створення фейків у соціальних медіа М. О. Кіца поділяє на декілька типів:

- фейки, що сіють паніку серед людей;
- фейки, які розпалюють міжнаціональну (расову, релігійну тощо) ворожнечу;
- фейки, які поширюють хибні думки для того, щоб заплутати, відволікти від правди;
- фейки, які маніпулюють свідомістю (наприклад, підривають довіру до державних інститутів);
- фейки, які рекламують когось або щось;
- фейки, які приносять прибуток ЗМІ, що їх поширює («жовта преса»);
- фейки, які плямують чийсь репутацію (найчастіше це фото, добре опрацьовані у Photoshop або обрізані від контексту);
- фейки, що «забивають ефір», засмічують стрічки новин;
- фейки, які мають розважальний характер [4, с.284].

Якщо звести це в систему, то отримаємо модель пропаганди «4D», що запропонував Бен Німмо [15]:

Dismiss – Заперечувати,
Distract – Відволікати, збивати з пантелику,
Distort – Спотворювати, перекручувати,
Dismay – жахати, залякувати

На його думку, й ми не бачимо протиріччя, саме за цими шаблонами працює російська пропаганда.

Ще нещодавно сучасний світ не розумів, яку загрозу несуть фейки та дезінформація для демократичних суспільств. Але тепер ця небезпека є очевидно практично для всіх і потребує застосування контрзаходів. Швидкий аналіз західних джерел свідчить, що найбільше проблемі фейкових новин приділяють увагу ЗМІ Сполучених штатів Америки та Великобританії. Цей аспект потребує подальших досліджень.

Фейкові новини та повідомлення заповнили весь простір українського медіа-простору, що в значній мірі відобразилося на користувачів соціальних мереж.

Постає питання, чому деякі люди більш чутливі до впливу фейків, ніж інші? Можливо, відповідь треба шукати у різних типах свідомості. Порівняємо, наприклад, міфологічний та науковий (або філософський) типи.

- *Основні характеристики міфологічного типу свідомості:*
 - емоційне, фантастичне ставлення до світу;
 - страх людини перед невідомим і незрозумілими явищами;
 - емоційний компонент світогляду переважає над розумними поясненнями;
 - образне сприйняття світу;
 - пояснювання через фантастичні припущення;
 - людина відчуває свою спорідненість з природою;
 - ґрунтується на вірі;

значною мірою обернений у минуле;

велике значення має символ;

людина не відчуває відповідальність за своє життя.

- *Основні характеристики наукового (філософського) типу свідомості:*
людині властива абстрактно-понятійна форма освоєння дійсності;
світ розглядається об'єктивно, яким він є незалежно від людини та її думок про нього;

в осмисленні світу спирається на наукові знання;

це форма теоретичного систематизованого мислення;

людина розглядається в ньому тільки як частина світу – природи чи суспільства;

критичне ставлення до інформації;

у судженнях спирається на причинно-наслідкові зв'язки, закони логіки, аналіз.

Тобто, некритичне ставлення, емоційне сприйняття, віра джерелу, відсутність аналізу та нерозуміння причинно-наслідкових зв'язків дає можливість фейкам швидко розповсюджуватися серед населення, якому притаманні риси міфологічної свідомості. Що з цим можна робити?

В Україні вже понад п'ять років триває боротьба з фейками. Проект StopFake народився в березні 2014 року як відповідь на посилення російської пропаганди. Спочатку як простий сайт, котрий підтримували переважно випускники Києво-Могилянської академії. До справи долучилися студенти, випускники та професура. Далі рух почав упорядковуватися, набирати потужності. До нього поступово приєднувалися волонтери, навіть з-за кордону[5]. Команда StopFake займається пошуком фальшивих новин і їх спростуванням, багато таких новин присилають самі читачі. Окрім StopFake фактчекінгом також займаються такі організації як «Без Брехні», «Deutsche Welle», «Слово і діло», «Чесно» та інші.

Велику роль у боротьбі з фейками в Україні й підвищенні медіа-грамотності населення відіграють міжнародні та українські громадські організації. Започатковано багато тренінгів та програми медіа-грамотності для громадян. За допомогою цих програм громадяни набувають навичок критичного мислення, вчать відрізняти правду від брехні та маніпулювань. Тільки у проекті «Програма медіаграмотності для громадян» за підтримки Міністерства закордонних справ та міжнародної торгівлі Канади (DFATD Canada), у партнерстві трьох організацій: Академія Української Преси, IREX та StopFake було підготовлено чотири сотні тренерів з медіа-грамотності, які в свою чергу навчили більше 14 тисяч осіб розрізняти правдиву інформацію від пропаганди [13].

Будь-яка інформація має певний ступень вірогідності. Верифікація повідомлення – це не фактчекінг у повному його розумінні. Верифікація (пізньюлат. *verificatio* — підтвердження; лат. *verus* — істинний, *facio* — роблю) — доказ того, що вірогідний факт або твердження є істинним. Верифікація – це проста перевірка факту, відповідає на: «що, де, коли?», у той час як фактчекінг повинен дати відповіді ще й на питання: «чому та до яких наслідків це призводить?». Фактчекінг відкриває причинно-наслідкові зв'язки.

Для того щоб запобігти поширенню фейкових новин у соцмережах, видання The Huffington Post для своїх читачів склало перелік простих правил, за якими можна розпізнати фейки:

1. Читати більше, ніж заголовок.

Багато читачів роблять висновки виходячи з назви статті або цитати з неї. Творці фейкових новин про це знають і часто використовують це, даючи своїм новинам гідний початок, але решту новини заповнюють неправдивою інформацією.

2. Перевірте, яке видання опублікувало новину.

Незнайомі сайти, заповнені оголошеннями та заголовками, написаними капслоком, повинні викликати скепсис та питання. Перевіряйте через Google сайт та тексти, це дасть уявлення про те, чи є джерело надійним.

3. Перевірте дату публікації й час.

Часто старі матеріали (особливо емоційного характеру) виставляють як нові, й під впливом емоції читачі не звертають увагу на дату.

4. Хто автор?

Корисно ознайомитися з попередніми статтями автора, подивитися, чи не звинувачували його раніше в упередженості. Також поширеною є ситуація, коли авторство взагалі не вказується – це також повинно привернути увагу.

5. Дивіться на які джерела посилається новина.

Достовірна інформація завжди має посилання на джерело, яке можна перевірити. Заяви посадовців, факти – повинні бути підкріплені офіційними джерелами.

6. Звертайте увагу на сумнівні цитати і фотографії.

Всі цитати та фотографії повинні мати джерело, якщо новина емоційна – це зайвий привід перевірити ці джерела, чи дійсно там є ці цитати та фото.

7. Бережіться упередженості.

Якщо ви бачите новину, що підтверджує ваші думки – не поспішайте робити репост, уважно прочитайте та перевірте інформацію.

8. Подивіться, чи інші видання пишуть про це.

Якщо ви бачите цікаву новину на непопулярному сайті – це привід перевірити, що пишуть про це надійні інформаційні агентства. Краще завжди робити репости з останніх, бо вони краще перевіряють свої публікації.

9. Треба завжди гарно подумати та зробити всі кроки вище, перш ніж робити репост [14].

Також досить дієвими є наступні поради:

10. Не робити швидких репостів через емоції, нехай новина підтвердиться надійними джерелами.

11. Якщо це пост у соціальній мережі, варто подивитися коментарі, там часто спростовують фейкову інформацію.

При проведенні тематичного тижня з медіаграмотності у приватному ліцеї «Мир» ми з учнями середньої школи розробили таку пам'ятку:

Як відрізнити правду від фейку?

- Перевіряйте відповідність назви та змісту тексту
- Перевіряйте інформацію в інших джерелах, ще можна уточнити у фахівця в цій темі
- Граматичні помилки, невірна будова речень, яскраве емоційне забарвлення, швидше за все говорить про фейковість публікації
- Якісні статті публікуються в авторитетних виданнях / сайтах і завжди підписані, фейки найчастіше без авторства
- Потрібно перевіряти текст на логіку

- Перевіряти посилання, картинки, відео (чи зустрічалися вони в інших публікаціях, дивитися на дати)
Та змалювали портрет людини, що критично мислить.

Критичний мислитель



Враховуючи вищезазначене, бачимо два шляхи інформаційного захисту нашого суспільства. По-перше, треба підвищати як обізнаність та фаховий рівень блогерів, аналітиків, журналістів так і відповідальність за розповсюдження фейків, маніпуляцій. Журналіст або аналітик повинен володіти навичками медіаграмотності: пошуку інформації, аналізу джерел, робити фактчекінг. По-друге, ці якості повинен розвивати у собі і пересічний громадянин, який вже є не тільки споживачем медіа, а й ретранслятором інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Громов А. Исторический контекст: обманы, аферы, подделки и мистификации [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://etika.nplus1.ru/fake/totumfactum>
2. Доценко Е. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Доценко. – Москва: ЧеРо. – 1997.

3. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием / Сергей Кара-Мурза. – Москва: Медиа Книга, 2005. – 500 с.
4. Кіца М. О. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види, вплив на аудиторію / М. О. Кіца // Наукові записки [Української академії друкарства]. – 2016. – № 1. – С. 281–287. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/36.pdf>
5. Контргра. Як зупинити російські фейки // Тиждень. – 2017. – 7.02. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Society/184903>
6. Панарин И. Н. СМИ, пропаганда и информационные войны / И. Н. Панарин. – Москва: Поколение, 2012. – 336 с.
7. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни / Георгій Почепцов. – Київ: Києво-Могилянська акад., 2015. – 498 с.
8. Почепцов Г. Фейков много, теорий фейков еще больше. [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://ms.detector.media/trends/1411978127/feikov_mnogo_teoriy_feikov_esche_bolshe/
9. Пригорницька О. Регіональні ЗМІ як інструмент для маніпуляції громадською думкою / О. Пригорницька // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2015. – Вип. 41. – С. 588–600.
10. Пригорницька О. Фейкова інформація в соціальних медіа: виявлення, оцінка, протидія / О. Пригорницька // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського: зб. наук. пр. / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2017. – Вип. 48. – С. 311–321. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=3493:fejкова-informatsiya-v-sotsialnikh-media-viyavlennya-otsinka-protidiya&catid=81&Itemid=415
11. Расторгуев С. П. Информационная война / С. П. Расторгуев. – Москва: Радио и связь, 1999. – 416 с.
12. Рябоконт О. Маніпуляції масовою свідомістю в політичному сегменті соціальних мереж / О. Рябоконт // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського / НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського, Асоц. б-к України. – Київ, 2012. – Вип. 33. – С. 543–553.
13. У Києві підбили підсумки проекту «Програма медіа-грамотності для громадян» // Media Sapiens. – 2016. – 11.03. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/u_kievi_pidbili_pidsumki_proektu_programa_mediagramotnosti_dlya_gromadyan
14. Як розпізнати фейкову новину в соцмережах – рекомендації The Huffington Post] // Media Sapiens. – 2016. – 23.11. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/yak_rozpiznati_feikovu_novinu_v_sotsmerezkhakh_rekomendatsii_the_huffington_post
15. Ben Nimmo Anatomy of an Info-War: How Russia's Propaganda Machine Works, and How to Counter It. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.stopfake.org/en/anatomy-of-an-info-war-how-russia-s-propaganda-machine-works-and-how-to-counter-it/>
16. Fake News haben eine lange Tradition // ZDF, Politico, 31.03.2017 – NPO. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.scinexx.de/news/geowissen/fake-news-haben-eine-lange-tradition>

В статье исследуется понятие фейка и его характерные особенности, эффективность фейковых новостей в украинском обществе через компоненты мифологического мировоззрения. Рассмотрены виды фейков по цели, понятие и значение фактчекинга в условиях информационной войны. Делаются предположения относительно причин успешности фейков в украинском обществе, даются рекомендации по минимизации фейкотворчества.

Ключевые слова: *фейки, фейковые новости, информационная война, манипулирование, мифологическое сознание, фактчекинг, верификация, социальные сети*

The article explores the concept of fake and its characteristic features, the effectiveness of fake news in Ukrainian society through the components of the mythological worldview. We consider the types of fakes on the purpose, the concept and meaning of fact-checking in the conditions of information warfare.

Key words: *fakes, fake news, information war, manipulation, mythological worldview, fact-checking, verification, social networks*

*Тамара Мацкевич,
заступниця голови Республіканського
громадського об'єднання
“Товариство білоруської школи”,
Республіка Білорусь*

ДОСВІД ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ БІЛОРУСЬКИХ ВЧИТЕЛІВ

Анотація. У статті порівнюються умови і проблеми розвитку медіаосвіти в Білорусі і в Україні. Показані ефективні методи і механізми інтеграції медіаосвіти з навчальним процесом у школі за допомогою онлайн і офлайн підтримки вчителів.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаграмотність, медіа-інформаційні компетенції, школа, освіта для вчителів, інформаційні операції, онлайн-навчання, громадянське суспільство, grass-root ініціативи, Білорусь, Україна.

Медіа-інформаційна компетентність розглядається європейськими документами як базова потреба сучасної людини. [1] Але як її сформувати, якщо спеціального предмета «Медіаграмотність» в розкладі не існує, шкільна програма перенасичена, а вчителі часто не мають ні відповідних умінь, ні додаткового часу на медіаосвіту, навіть якщо усвідомлюють її важливість?

Медіаосвіта в Білорусі стикається як з глобальними, так і з специфічними для авторитарної держави викликами.

Як і в усьому світі, білоруські діти ростуть в умовах інформаційного суспільства, коли все навколо сяє, миготить, звучить і обертається, щоб заволодіти увагою. Традиційна школа з її традиційною грамотністю учневі здається занадто нудним. Але важливо те, що знань-умінь-навичок, яких вимагає шкільна програма, сьогодні учневі недостатньо, щоб орієнтуватися в подіях, бути конкурентоспроможними на ринку праці і успішним в особистому житті.

Раніше інформацію потрібно було добути – цьому допомогала школа. Сьогодні інформації занадто багато. Завдання школи змінилося – вона повинна навчити учня бути відповідальним користувачем і творцем інформаційного простору: вміти відбирати потрібне, критично оцінювати інформацію, уникати небезпеки обману і маніпулювання. Проблема невідповідності школи до нових завдань і низької медійної грамотності самих вчителів стоїть дуже гостро.

Для Білорусі більше характерні інші аспекти медіаосвіти, які пов'язані з історичними особливостями і політичними умовами існування авторитарного держави.

Білоруси, як і українці, живуть в контексті інформаційної війни. Інформаційні операції ведуться з боку східного сусіда, який прагне перетворити свою сферу впливу в відновлену імперію. Росія намагається зруйнувати національну ідентичність білорусів, закласти в голови людей потрібну їй картину світу і використовує для цього не тільки медіа-простір, церкву, а й школу. Несамостійна і недемократична білоруська держава не може і не хоче захищати власне суспільство від інформаційного впливу та пропаганди, стримує розвиток освіти, медіа, громадських і культурних ініціатив, але містить армію пропагандистів, виключно щоб зберегти свою владу. У цьому є основна відмінність білоруських умов розвитку медіаосвіти від українських.

У Білорусі не відбулося роздержавлення ефірних і більшості друкованих інформаційних медіа. Медіа досі фінансуються з державного бюджету і є частиною ідеологічних органів влади. Незалежні медіа за наступних 20 років були витіснені з ринку за допомогою репресій [2]. Позбавлені конкуренції і свободи, білоруські державні ЗМІ давно деградували, продукують неякісний контент – як пропагандистський, так і розважальний. Частка російського контенту на білоруському державному телебаченні доходить до 65% [3], кабельні мережі транслюють в абсолютній більшості російські канали. Єдиний український канал UATV, який отримав дозвіл на трансляцію в січні 2019 року, до цього часу відсутній в мережах найбільших операторів.

У школі ситуація не краща: пострадянської реформи освіти не відбулося, діти до сих пір вивчають російську літературу замість світової, підручники індоктринують російськоцентричний погляд на історію, білоруськомовної освіти майже не залишилося (менше 13% дітей навчаються по-білоруськи, вузів з викладанням білоруською мовою в Білорусі немає). Це при тому, що 53,2% жителів називали білоруську мову рідною (перепис 2009 р.). Зате школам нав'язують плани прийому в піонери і БРСМ (лукашенківський комсомол), примусову підписку на російськомовні газети, відвідування офіційних заходів ностальгічно-радянського змісту.

В таких умовах завдання медіаосвіти вирішує громадянське суспільство. Як вже було сказано вище, сподіватися на сприяння і ресурси держави білорусам неможливо, тому громадським організаціям, журналістам, вчителям доводиться вибирати найбільш ефективні шляхи медіаосвіти в школі. Нижче про деякі з них.

МЕДІАОСВІТА ДЛЯ ОСВІТЯН

Перше, що почали робити білоруські організації, – це розширювати знання серед тих, хто вміє вчити інших, – серед вчителів. Саме вони здатні створити ефект снігової кулі – передати свої знання учням, колегам, батькам. Кожен учитель має навчальні відносини приблизно з 100 особами. Семінари для вчителів почали влаштовувати громадські організації, потім навчені медіапедагогі стали проводити навчання для колег в Національному інституті освіти, Академії післядипломної освіти та інших закладах додаткової освіти. Темі медіаосвіти були присвячені методичні табори. Деякі методичні інструменти білоруси позичили у шведів, українців, поляків, чехів і словаків, проте основою для розуміння ролі і місця медіаосвіти в школі стала книга-посібник американських педагогів Сінді Шейбе і Фейт Рогоу «Медіаграмотність: критичне мислення в мультимедійному світі», яка перекладена українськими колегами. [4]. Ідеї інтеграцій-

ного підходу до медіаосвіти, запропоновані там, стали фундаментом білоруського моделі медіаосвіти.

ДИСТАНЦІЙНИЙ КУРС-ПІДТРИМКА: ВЧИМО ТОМУ, ЗА ДОПОМОГОЮ ЧОГО ВЧИМО

Часто семінари і тренінги не мають очікуваного довгострокового ефекту. Після навчання вчителі потрапляють в звичне шкільне оточення з його бюрократією і торованим освітнім процесом і до практичного втілення медіаосвітніх методів справи не доходять.

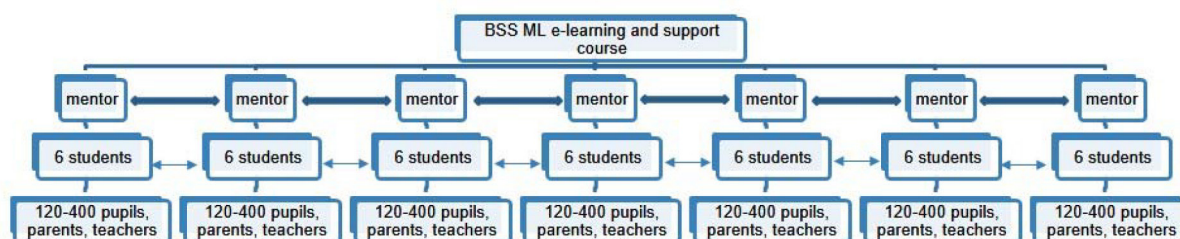
Виходом може бути курс дистанційної підтримки вчителів-практиків, який можливо вважати білоруським know-how.

Метою курсу-підтримки було допомогти вчителю використовувати «бонуси» медійного простору для навчання: розширення та актуалізації змісту, підвищення мотивації учнів і формування їх медійної грамотності.

Перший дистанційний курс для тих, хто тільки починає робити перші кроки в навчанні медіаграмотності, був проведений Товариством білоруської школи в 2015 році. Зміст його склали вчителі, які пройшли навчання і самі спробували на практиці інтегрувати в свої предмети завдання медіаосвіти. Курс організований на безкоштовній платформі moodle і дозволяє одночасно працювати з великою кількістю шкіл.



Схема дыстанцыйнага курса-практыкума «Медыяадукацыя ў школе»



10 ментараў – настаўнікі, выбраныя з лепшых студэнтаў пілотнага курса

60 студэнтаў курса – настаўнікі, кожны з якіх навучае медыяпісьменнасці ад 20 да 100 чалавек

Больш за 1200 чал. – вучні, бацькі, калегі-настаўнікі, якія атрымліваюць навыкі медыяпісьменнасці

Мал. 1. Схема курсу

Щоб вчителі не залишали навчання, курс повинен бути добровільним, практично-орієнтованим і не вимагати від вчителя багато часу.

Він організований так, щоб кожен учасник раз в 2-3 тижні отримував невеликий теоретичний матеріал і завдання, яке він повинен виконати в класі з учнями під час уроків, інформаційних або класних годин або інших виховних заходів. Учасники повинні слідувати інтеграційного підходу до медіаосвіти. Такий підхід вимагає від учителя тільки бажання і творчості в підборі і використанні актуальних медіаповідомлень, але не вимагає виділення окремого часу на позапредметні знання і додаткові заняття.

При цьому кожен студент курсу має свого ментора – колегу з великим досвідом роботи, який консультує, допомагає порадами. Курс має 6 модулів і триває 4 місяці. Таким чином, за 4 місяці кожен студент курсу не тільки знайомиться з теоретичними основами медіаграмотності, а й починає відчувати «смак» практичного використання медіа в освітньому і виховному процесі.

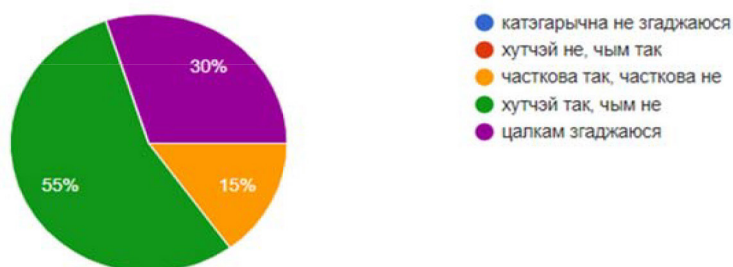
ЗМІСТ ДИСТАНЦІЙНОГО КУРСУ

«Медіаосвіта у школі» – www.nastaunik.info/moodle

Номер модуля	Тематика модуля	тривалість модуля
0 модуль – вступ	Платформа електронного навчання. Реєстрація, знайомство з платформою навчання, вступ до курсу.	1 тиждень
I модуль теоретичний	«Я і медіаосвіта» Терміни і ключові поняття медіаосвіти, актуальність, документи, медіа-інформаційні компетенції.	2 тижні
II модуль – практичний	«Я – Медіакористувач». Я і моя медіакомпетентність. Вчимося, щоб учити.	3 тижні
III модуль – методичний	«Я – Медіавчитель». Інтеграція медіаосвіти у освітній процес. Формуємо медіакомпетенції на уроках.	3 тижні
IV модуль -методичний	«Я – Медіавихователь». Формуємо медіакомпетенції на виховних заняттях, у позакласній роботі.	3 тижні
V модуль -практичний	«Я – Медіаторець». Створюємо медіапродукт самі.	3 тижні
VI модуль – підсумковий	Підведення підсумків, заповнення анкети. Покращуємо курс разом.	1 тиждень

7.4. Мой удзел у курсе паспрыяў развіццю крытычнага мыслення вучняў, яны больш асэнсавана сталі ставіцца да інфармацыі.

20 ответов



Мал. 2. Змест і графік курсу

При розробці окремих модулів були використані наступні ресурси:

- досвід шведських, українських і білоруських педагогів-практиків;
- американський підручник для вчителів «Медіаграмотність. Критичне мислення в мультимедійному світі» [4];
- статті білоруських педагогів, опубліковані в білоруській педагогічній пресі;
- ресурси сайтів <http://nastaunik.info>, <http://aup.com.ua/books/mbm/>, monda.eu ;
- власний досвід проведення занять по медіаграмотності;
- досвід організації курсів дистанційного навчання «Активна оцінка».

Під час виконання другого-п'ятого модулів учасники курсу працюють відповідно до наступних рекомендацій.

На першому тижні модуля:

- знайомляться з дидактичним матеріалом модуля, розміщеним на платформі курсу,
- виконують тест для самоперевірки, який закріпить придбані знання при вивченні дидактичного матеріалу,
- планують виконання запропонованих завдань.

На другому тижні:

- виконують запропоновані завдання,
- заповнюють формуляр звіту,
- розміщують звіт на сайті курсу.

На третьому тижні:

- знайомляться з коментарем ментора до звіту,
- знайомляться зі звітами інших учасників курсу,
- приймають участь в дискусіях на форумі курсу.

Досить тривалий термін курсу дозволяє побачити і оцінити зміни, що відбуваються в свідомості учнів, простежити процес розвитку навичок аналізу інформації, критичного ставлення до повідомлень ЗМІ, спроб самостійного і відповідального використання медійного простору.

ОЦІНКА І УМОВИ ЗАКІНЧЕННЯ КУРСУ

У дистанційному курсі немає іспитів. Він відрізняється від інших курсів тим, що його учасники набувають знання, перш за все, через досвід роботи.

Робота на курсі оцінюється за допомогою засобів активної (формативної) оцінки. Це означає, що під час дистанційного навчання кожен учасник має додаткову можливість познайомитися з принципами та елементами формативної оцінки і на собі відчути переваги і недоліки цієї технології. Оцінки в балах не виставляються, тому що формативна оцінка не розглядає оцінювання як контроль, вона використовує зворотний зв'язок (коментування) для рекомендацій щодо поліпшення ефективності навчання, стимулювання мотивації учнів, змушує їх брати на себе відповідальність за своє навчання. Кожен учасник має свого ментора, який після ознайомлення зі звітом пише до неї коментар.

Формативна оцінка спонукає учасників до самооцінки і взаємної оцінки, взаємонавчання. Для цього в кожному модулі передбачені відкриті форуми для обговорення звітів.

Наш досвід дистанційного навчання свідчить: його ефективність безпосередньо залежить від активності студентів. Учасники обмінюються думками і дискутують на інтернет-форумі курсу.

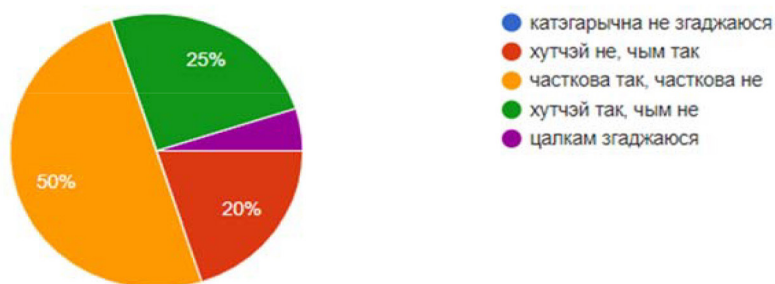
Умовами успішного закінчення курсу є:

- ознайомлення з дидактичним матеріалом кожного модуля,
- виконання практичних завдань кожного модуля,
- активність на форумах,
- розташування всіх звітів, затверджених ментором,
- написання підсумкової роботи, затвердженої ментором,
- заповнення анкети оцінки курсу.

Деякі результати курсу видно з наступних графіків.

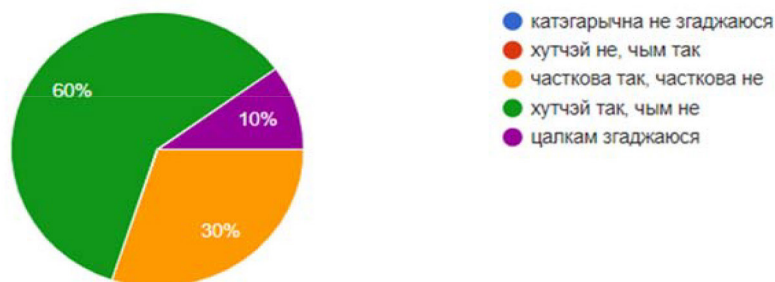
7.5. Працесам медыяадукацыі зацікавіліся бацькі.

20 ответов



7.3. Выкарыстанне медыя паспрыяла таму, што мае вучні сталі больш матывавана вучыцца.

20 ответов



Мал. 3. Деякі результати анонімнага опитування учасніків курсу 2019 р.

Вчителі, які закінчили курс «Медіаосвіта в школі», отримують свідоцтво про закінчення 60-годинного курсу.

СУЧАСНІ МЕТОДИЧНІ ПОСІБНИКИ: ПИШЕМО САМІ

Результатом проведення декількох дистанційних курсів стало написання їх учасниками методичного посібника для вчителів «Медіаосвіта в школі: формування медіаграмотності учнів» [5]. Це сучасний підручник- навігатор, тобто його форма передбачає додаткові гіперпосилання на інтернет-ресурси. Кожен учитель може стати його автором

навіть після виходу посібника. Наприклад, сторінка «Медіаосвіта на уроках фізики» буде постійно поповнюватися новими ідеями і матеріалами, які кожен може надіслати на спеціальну інтернет-сторінку. Таким чином, зміст посібника змінюється, поповнюється і вдосконалюється.

Вчителі-медіаосвітники використовують будь-яке вікно можливостей для виховання вільно мислячої особи навіть в умовах адміністративно-авторитарного управління освітою. Ідеї медіаосвіти почали крапково проникати і в офіційну систему освіти: в освітні стандарти, програми, методичні рекомендації. У 2018 році Національним Інститутом освіти було підготовлено посібник для вчителів установ загальної середньої освіти «Медіатекст в навчанні історії та суспільствознавства» [6].

КОНЦЕПЦІЇ СТВОРЮЄМО У РУСІ

Інформаційні технології розвиваються швидко, і медіаринок підкидає освітянам нові і нові ризики і можливості. Тому не тільки в Білорусі, але і у всьому світі немає непорушних концепцій розвитку медіаосвіти, остаточного списку медіа-інформаційних компетенцій.

Під егідою UNESCO були зроблені спроби узагальнити різні підходи до медіаосвіти та виробити спільну програму [7]. Однак, як і всі міжнародні документи, вона вимагає деталізації відповідно до специфіки кожної країни. Так, в Білорусі потрібно звертати увагу, що штучно уповільнений процес формування білоруської нації позбавляє багатьох білорусів імунітету проти політичної пропаганди та маніпулювання масовою свідомістю.

Після низки круглих столів про проблеми медіаосвіти виникла аналітична записка «Медіаосвіта. Європейські практики і білоруська дійсність» [8]. Зокрема, в ній вказується, що при відносній свободі інтернету в Білорусі обмежені мовні компетенції більшості білорусів не дозволяють їм отримувати альтернативну інформацію з авторитетних міжнародних джерел, тому мовна компетенція (володіння іноземними мовами) повинна бути включена до списку медіа-інформаційних компетенцій.

САМООСВІТА ТА ІНІЦІАТИВИ ЗНИЗУ

У концепції освіти протягом усього життя передбачається, що сучасній людині доведеться вчитися весь час. Кожен учитель може почати з себе: прочитати матеріали розділу «Медьякомпас» на сайті nastaunik.info, приєднатися до групи «Медьяадука-тар» в соціальних мережах на Фейсбуці або записатися на дистанційний курс навчання «Медіаосвіта в школі», самостійно зробити добірку матеріалів, щоб навчитися декодувати медіатекст, визначати і помічати маркери пропаганди і маніпуляцій ЗМІ. Це не тільки корисно, але і цікаво. Американські педагоги розглядають освіту як процес для задоволення, а не як важку роботу. Вони дають дітям установку, що вчитися потрібно, щоб насолоджуватися інформованістю, бути впевненим, що тебе не обманюють. Тому там діти люблять ходити до школи.

Білоруські вчителі-лідери намагаються перейняти такий підхід. Принаймні, є багато прикладів білоруських педагогів, що інноваційну діяльність розглядають не як примус, а як шлях до саморозвитку і самоповаги. Саме тому як ініціативи «знизу» виникли 27 інноваційних майданчиків Міністерства освіти медіаосвітної тематики в різних школах. Вчителі власними руками створили МООС «Школа медіаосвітян» для колег,

майданчик «Mediatoolkit», де збирають цікаві вправи та ідеї для уроків, зараз працюють над курсом для підлітків. Це волонтерські ініціативи, до яких стало престижно приєднатися. І хоча вся медіаосвіта в Білорусі тримається на ентузіастах, серед вчителів стало модним самостійно використовувати інструменти медіаосвіти на уроці і поза ним: вводити в викладання предмета актуальні новини та на цьому матеріалі формувати критичне мислення, вчить орієнтуватися в потоці інформації.

Таким чином, систематичне і послідовне включення медіаосвіти в усі рівні системи освіти – це вимога часу. Саме громадські організації та педагоги як особистості найближчим часом будуть відігравати основну роль у формуванні та підтримці медіа-інформаційної грамотності нового покоління білорусів. Існують ефективні шляхи і механізми впровадження принципів медіаосвіти в навчальний процес, що вимагають ініціативи та самоорганізації всіх суб'єктів громадянського суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Рэкамендацыі Еурапарламента і Рады Еўропы аб ключавых кампетэнцыях навучання на працягу жыцця (2006/962/EC) Recommendation on key competences for lifelong learning, (2006/962/EC), 18.12.2006 : Електронний ресурс : режим доступу : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32006H0962>
2. Юлія Слуцкая: Государство до сих пор боится независимых СМИ : Електронний ресурс : режим доступу : <https://ru.euronews.com/2018/04/11/juliya-slutskaya-the-state-is-still-afraid-of-independent-media>
3. Павлюк Быковский «Российский контент на белорусском ТВ. Резать бояться, а замещать нечем: Електронний ресурс : режим доступу : <https://naviny.by/article/20161207/1481090841-rossiyskiy-kontent-na-beloruskom-tv-rezat-boyatsya-zameshchat-nechem>
4. Шейбе, Сінді, Рогоу, Фейз. Медіаграмотність: Підручник для вчителів». Переклад з англійської С. Дьома; за заг. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. — К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2017. — 319 с.
5. Медыяадукацыя ў школе: фарміраванне медыяграмацнасці вучняў: дапаможнік для настаўнікаў / М.І. Запрудскі, А.А.Палейка, А.У. Радзевіч, Т.П. Мацкевіч і інш.; пад рэд. М.І. Запрудскага. – Мінск, 2016. – 336 с.
6. Медыятэксты ў навучанні гісторыі і грамадазнаўству: дапаможнік для настаўнікаў устаноў агульнай сярэд. адукацыі з беларус. і рус. мов. навучання / А. А. Палейка. — Мінск : Выд. Цэнтр БДУ, 2018. — 96 с.
7. «Медийная и информационная грамотность: программа обучения педагогов»: Електронний ресурс : режим доступу : <https://iite.unesco.org/ru/publications/3214706-ru/>
8. Медыяадукацыя. Еўрапейскія практыкі і беларуская рэчаіснасць. Аналітычная записка 30 лістапада 2015 г. «: Електронний ресурс : режим доступу : <http://www.nastaunik.info/node/14752>

Summary. *The article compares the conditions and challenges for the of media education in Belarus and Ukraine. The effective methods and approaches for the integration of media education with school curricula with the help of online and offline support of schoolteachers are proposed.*

Key words: *media education, media literacy, information war, media information competences, school, education for teachers, e-learning, civil society, grass-root initiatives, Belarus, Ukraine.*

Аннотация. *В статье сравниваются условия и проблемы для развития медиаобразования в Беларуси и в Украине. Показаны эффективные методы и механизмы интеграции медиаобразования в учебный процесс в школе с помощью онлайн и офлайн поддержки учителей.*

Ключевые слова: *медиаобразование, медиаграмотность, информационные операции, медиа-информационные компетенции, школа, образование для учителей, онлайн-обучение, гражданское общество, grass-root инициативы, Беларусь, Украина.*

Мокрогуз Олександр

завкафедри суспільних дисциплін та методики їх викладання,

Чернігівський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти імені К. Д. Ушинського, кандидат педагогічних наук, доцент

ДО ПИТАННЯ МЕТОДОЛОГІЇ МЕДІАОСВІТИ
ТА КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ
В КОНТЕКСТІ ПРОЕКТУ «ВИВЧАЙ ТА РОЗРІЗНЯЙ:
ІНФО-МЕДІЙНА ГРАМОТНІСТЬ»
(LEARN TO DISCERN IN SCHOOLS (L2D-S))

У статті висвітлено методологічний аспект медіаосвіти в контексті формування когнітивних умінь критичного мислення учнів задіяних у проекті «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». Подано коротка характеристика цих умінь та наведений приклад їх формування на прикладі одного завдання зі шкільного курсу всесвітньої історії 8 класу.

Ключові слова: *критичне мислення, медіаосвіта, когнітивні вміння критичного мислення, проект «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» (Learn to Discern in Schools (L2D-S)), дидактичні матеріали до уроку всесвітньої історії у 8 класі.*

Кінець 20 століття в освіті був періодом появи і утвердження ідей, що висували прихильники «широкої» освіти і стосувались висунення на перше місце в школі процесів дослідження, мислення, а не накопичення несистематизованих теоретичних знань і застарілої інформації. До кінця десятиліття процес впровадження критичного мислення в навчальні плани закладів середньої, вищої і додаткової професійної освіти вже набрав помітну динаміку в багатьох країнах. Водночас, цей успіх породив кілька дискусійних питань: «У чому конкретно полягають вміння, установки і властивості особистості, що характеризують критичне мислення (КМ)? Які ефективні методики навчання КМ існують?»

Під критичним мисленням часто розуміють цілеспрямовані судження, які мають інтерпретувати, аналізувати, оцінювати і робити висновки, а також вміти пояснювати критерії міркувань, на яких ці судження засновані. Критичне мислення виступає як ін-

струмент дослідження. Разом з тим це «наукове мислення, суть якого полягає в ухваленні ретельно обміркованих та незалежних рішень» (Вікіпедія).

Якщо уявити ідеальну людину, що володіє навичками критичного мислення, то це – допитлива, добре інформована, з широкими і відкритими поглядами, гнучка, не упереджена в оцінках, яка чесно визнає власні упередження, розважлива при прийнятті рішень і складанні суджень, готова переглянути свою точку зору, ясно (викладає) суть справи, організована в складних справах, завзята у пошуках альтернативної інформації, раціональна у виборі критеріїв, націлена на дослідження.

Американські дослідники систематизували основні когнітивні уміння критичного мислення [1].

1. Інтерпретація

В першу чергу це глибоке розуміння сенсів, смислів, значень, значимості різноманітних даних та інформації, подій, суджень, правил, процедур або критеріїв тощо. Це передбачає вміння формулювати відповідним чином категорії, структури для осмислення, опису або характеристики інформації, описувати набутий досвід, певні ситуації, власні відчуття, події тощо, таким чином, щоб вони набували зрозумілі характеристики в термінах відповідних категорій та структур. Наприклад: встановити проблему, прагнути неупереджено визначити її характер; визначити потрібний спосіб упорядкування і класифікації інформації; доступно пояснити; класифікувати дані, результати або думки, використовуючи дану схему класифікації.

Також це і декодування значень: вміння переказати, деталізовано описати, навести аналогії, пояснити значення слів, ідей, концептів, тверджень, дій, малюнків, чисел, знаків, схем, діаграм, символів, правил, подій тощо. Наприклад: розпізнати і описати цілі людини в поданій проблемі; оцінити значення індивідуального виразу обличчя або жесту, який використовується в даній ситуації; розпізнати використання риторичних запитань в дебатах; інтерпретувати дані, подані з використанням специфічної форми.

Як ми зазначали інтерпретація це і з'ясування смислів. Наприклад: переформулювати те, що сказано, використовуючи інші слова і вирази, зберігаючи при цьому передбачувані смисли цього повідомлення; знайти приклад, що допоможе пояснити певну тезу; знайти відмінну рису, яка дає ясно демонструє концептуальну різницю або дає зрозуміти в чому двозначність двозначність.

2. Аналіз.

Ця теза характеризує вміння розпізнавати логічні зв'язки між твердженнями, концептами, описами або іншими формами репрезентації. Це означає дослідження певних ідей: визначати значення формулювань, їх логічно пояснювати, давати визначення термінів та понять, порівнювати або зіставляти ідеї, концепти або затвердження, ідентифікувати проблеми і виявляти їх складові частини та відносини цих частин один до одного і до (ідеї) в цілому. Наприклад: розпізнати фразу, призначену викликати доброзичливі емоції, які могли би спонукати аудиторію погодитися з даною думкою; досліджувати пропозиції щодо даної проблематики і визначати їх схожість та відмінність; вміти розкласти складне завдання на елементи, що сприятиме вирішенню завдання; пояснити абстрактний вислів.

Аналіз передбачає і виявлення в певному наборі тверджень, описів, питань або графічних представлень (інфографіки) таких, що підтримують або заперечують ваші висновки, доводи, результати. Наприклад: визначити щодо певного уривка з газетної

редакторської колонки, чи автор цього уривка висловлюється за або проти певного твердження або думки; з'ясувати, як в рекламному оголошенні продемонстрована підтримка відповідних ідей реклами.

Критичне мислення щодо аналізу аргументів формує вміння надавати структуровані за важливістю аргументи щодо висновків, демонструючи послідовність міркувань.

Наприклад: визначити головне твердження автора, доводи і посилання, висунуті цим автором на користь цього твердження, допоміжну інформацію, яка використовується для підтримки цих висновків; при наявності декількох доказів, що підтримують певне твердження, створити графічну представлення (презентацію), яке зручно відображає логічний порядок міркування.

3. Оцінка.

Оцінювати правдоподібність тверджень, логіку зав'язків у твердженні. Насамперед, визначати рівень та ступінь достовірності джерела інформації або думки, оцінювати міру відповідності (релевантність) інформації, принципів, правил або процедур.

Наприклад: розпізнавати фактори, що заслуговують на довіру до фахівця (авторитетом) з даної проблематики, фактори, які роблять людину свідком, що заслуговує на довіру; встановлювати, чи буде дана теза істинною або хибною, спираючись на те, що нам відомо або можна достовірно з'ясувати, перевірити. Важливо також з допомогою запитань вирішити, чи існують слабкі місця доводів, чи ґрунтується аргумент на помилкових або сумнівних припущеннях і потім зрозуміти, наскільки сильно це впливає на силу аргументу; розділяти підтверджені і помилкові висновки; встановлювати вагомність доказів аргументу. Наприклад: враховувати заперечення на аргумент, оцінювати логічну силу того заперечення; визначати логічну силу доказів, заснованих на гіпотезах або логічному міркуванні; вирішувати, чи стосується цей аргумент до справи; визначати, яким чином нові дані могли б привести до подальшого підтвердження або спростування цього аргументу.

4. Висновки (умовиводи).

Сформоване вміння виявляти і поєднувати елементи, необхідні для отримання обґрунтованих висновків; вміти сформулювати припущення і гіпотези; вивчити відповідну інформацію і виявити наслідки, що впливають з даних, тверджень, принципів, фактичного матеріалу, суджень, вірувань, думок, концептів, описів, питань або інших форм викладу, представлення (презентації).

Це виявляється в уточненні фактичних даних, визначенні стратегій для пошуку і збору інформації, яка могла б скласти підтримку суджень. Наприклад: намагаючись використати аргумент, що підтримує думку, вирішити, яку початкову інформацію було б корисно мати.

Вміння робити висновки включає і вміння спроектувати альтернативні гіпотези щодо проблеми, припустити можливі наслідки рішень, положень, стратегій і теорій.

Наприклад: розглянути варіанти рішень проблем з допомогою різних підходів; передбачити труднощі і вигоди, які здійсняться, якщо ці підходи будуть прийняті.

Критично мисляча людина має застосовувати відповідну точку зору для прийняття рішення в даному питанні або проблемі, визначити, які з кількох можливих висновків найбільш очевидні, а інші повинні бути відхилені або розцінені як менш ймовірні. Наприклад: виконати експеримент і застосувати відповідні статистичні дані, щоб підтвердити або спростувати гіпотезу; при розгляді спірного питання, розглянути різні погляди

і їх доказовість, зібрати відповідну інформацію, і сформулювати власну думку щодо тієї проблеми; зробити умовиводи використовуючи запропоновані правила висновків.

5. Пояснення.

Ця теза стосується вміння формулювати результати міркувань; пояснити це міркування в термінах, на яких базуються результати. Наприклад: повідомити підстави того, чому потрібно дотримуватися саме цього погляду; повідомити результати дослідження; здійснити аналіз щодо даної роботи.

Обґрунтування і роз'яснення процедур і методів дуже важливо в тому плані, що формує вміння точно зафіксувати (записати), оцінити, описати або обґрунтувати своє дослідження, аналіз, оцінку.

Наприклад: вести запис свого дослідження; пояснити свій вибір статистикою для аналізу даних; сформулювати етапи, що використовуються вами при оцінці інформації; пояснити, як ви розумієте ключове питання проблеми; описати стратегію, яка використовується під час прийняття рішення; створити графічне відображення, яке показує кількісну або просторову інформацію, що ви використовували.

Також передбачається, що в даній характеристиці формується вміння наводити докази на користь певного твердження, спростовувати фактичні дані, критерії аналітичних або оціночних суджень. Наприклад: написати статтю, в якій ви заперечуєте певну позицію; відповідаєте на аргументовану і логічну критику своїх поглядів; формуєте доводи і контр-аргументи.

6. Саморегулювання.

Це передбачає вміння контролювати свої когнітивні операції та елементи, та отримувати результати.

Самоперевірка включає в себе вміння рефлексувати і перевіряти як отримані результати, так і правильне застосування і виконання задіяних когнітивних умінь, проводити самооцінку своїх поглядів і аргументів на їх користь, оцінити, якою мірою впливають на власне мислення недолік знань або стереотипи, упередження, емоції або будь-які інші фактори, які обмежують об'єктивність або раціональність самого себе, визначати свої мотивації, цінності, інтереси, щоб бути неупередженим, об'єктивним і раціональним в тому, що стосується своїх аналітичних інтерпретацій, оцінок, умовиводів, формулювань. Наприклад: піддавати перевірці свої погляди щодо спірного питання, приділяючи увагу можливим впливам свого особистого упередження або особистої зацікавленості; критично проаналізувати свою методологію з метою виявлення неправильного застосування або ненавмисних помилок; перечитати джерела, щоб переконатися, що не пропущена важлива інформація; виявити і критично проаналізувати прийнятність фактів, своїх думок або припущень, на які ви спиралися при виробленні даної точки зору; виявити і критично проаналізувати свої обґрунтування і процеси своїх логічних міркувань при виробленні даного висновку.

Там, де самоперевірка розкриває помилки або неточності, спланувати і виконати відповідні процедури для ліквідації або виправлення цих помилок і їх причин. Наприклад: при наявності методичної/методологічної помилки або фактологічної неточності, переглянути цю роботу таким чином, щоб виправити виявлену проблему.

Дані критерії співзвучні методологічним засадам проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» (Learn to Discern in Schools (L2D-S)), що здійснюється IREX (International Research and Exchanges Board) з 2018 року.

Так компоненти навичок інфо-медійної грамотності визначені проектом наступні: вміння аналізувати і задавати запитання; вміння розрізняти факти від суджень; вміння аналізувати контекст, передумови та причини подій; вміння використовувати сучасний контент та інструменти для перевірки і вивчення інформації; вміння інтерпретувати нерозкриті частини історії; вміння проводити паралелі з теперішнім часом; вміння працювати з джерелами перевірки інформації; вміння висловлювати думку і аргументувати її на основі фактів; вміння робити пошук та перевірку різних джерел; вміння відрізняти упередженість, перекручування, дезінформацію і брехню; вміння роботи із текстами (визначення цільової аудиторії, мети повідомлення, пошук слів-маркерів, ідентифікація точок зору, тощо).

Метою проекту є розробка і впровадження ефективної моделі розвитку навичок критичного сприйняття інформації в освітній системі України.

Діяльність проекту розпочалась із пілотної роботи в чотирьох містах та із 50-ма загальноосвітніми школами. Навички критичного сприйняття інформації (інфо-медійна грамотність) запроваджувались у наступних предметах у 8 класі: історія України та Всесвітня історія, українська мова та література, а також у 9 класі в предметі «Художня культура» (мистецтво). Вчителі, які викладають зазначені предмети у 8 та 9 класах пройшли спеціалізоване дворівневе навчання та отримали методологічні матеріали (плани уроків, презентації та відео, де це передбачалось уроком, та роздатковий матеріал для учнів).

Навчальні матеріали розроблялися групою експертів за редакцією команди IREX. Об'єднання зусиль вчителів, викладачів, медіа експертів та тренерів, фактчекерів, методистів, а також багаторічний досвід команди АУП та міжнародний досвід команди IREX допомогли розробити матеріали, які допомагають інтегрувати навички інфо-медійної грамотності у вищезазначені предмети 8 і 9 класів. В результаті роботи, було розроблено методiku та підхід до розробки матеріалів, методи інтеграції інфо-медійних навичок.

Навчальні матеріали L2D-S допомагають розвинути такі знання та компетентності:

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ						
Знання того, як працюють медіа: власники, журналістські стандарти, ред. політика (gatekeeping, agenda setting)	Розуміння питання цільової аудиторії	Знання того що, що таке «цензура» та «самоцензура»	Розуміння теми джинси та реклами (соціальна, комерційна, PR)	Знання видів медіа (тв, радіо, друковані, онлайн)	Розуміння стилів та жанрів журналістських повідомлень	
ФАКТИ ТА СУДЖЕННЯ			ВІЗУАЛЬНА ГРАМОТНІСТЬ			
Вміння відрізняти факти від думок та суджень			Вміння аналізувати фото, лого, символи, постери, інфографіку, інші візуальні ряд			
ІНФОРМАЦІЙНА ГРАМОТНІСТЬ						
Навички ефективного пошуку інформації		Вміння шукати та працювати з джерелами та першоджерелами		Обізнаність в питаннях авторських прав та плагіату	Навички факт-чекінгу (перевірка тексту, фото, відео)	
КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ						
Вміння оцінювати та інтерпретувати події	Вміння проводити паралелі з теперішнім часом	Вміння аналізувати передумови та причини подій	Вміння аналізувати контекст (хто що, коли, як, навіщо, де)	Вміння систематизувати інформацію, висувати гіпотези та оцінювати альтернативи	Вміння обґрунтовувати власну позицію та приймати свідоме рішення	Вміння ставити запитання

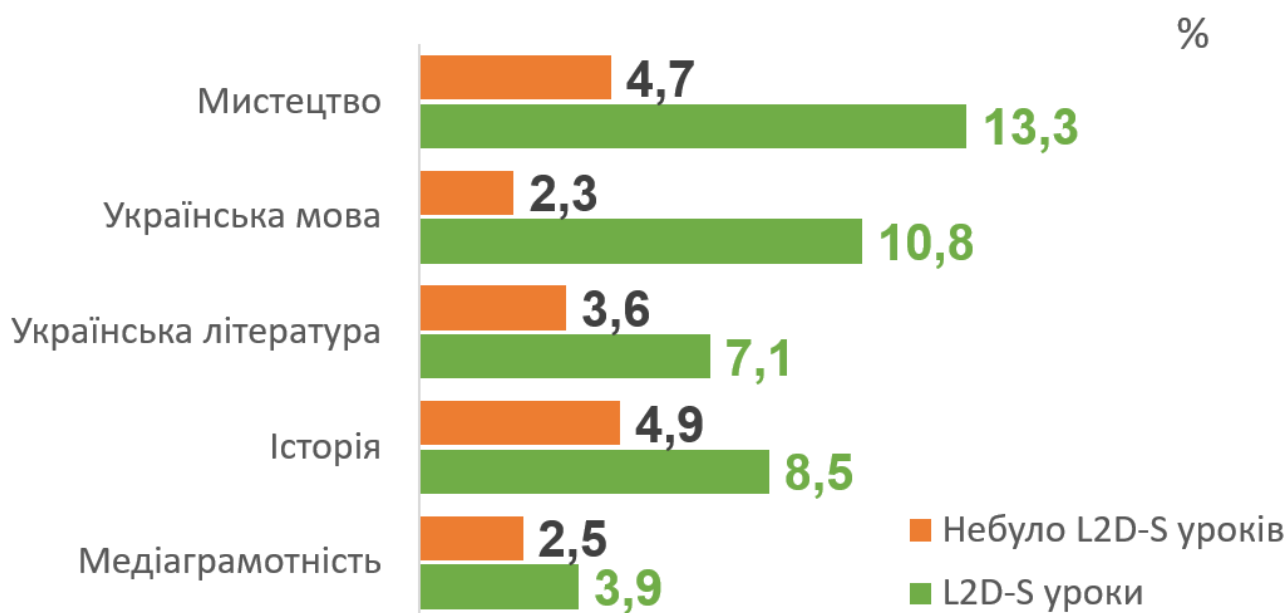
СТІЙКІСТЬ ДО ВПЛИВІВ		
Вміння розрізняти пропаганду та її види	Вміння розрізняти фейки та знання інструментів маніпуляції (експерти, заголовки, фото, відео, текст, статистичні дані)	Вміння розрізняти ботів та тролів

ЦИФРОВА БЕЗПЕКА				
Знання правил безпеки в соц. мережах	Знання основ безпеки в інтернеті	Базові навички кібербезпеки	Знання етики спілкування в інтернеті	Розуміння поняття «Цифровий слід»

СОЦІАЛЬНА ТОЛЕРАНТНІСТЬ		
Розуміння проблеми та наслідків використання мови ворожнечі, уникнення мови ворожнечі у повсякденному спілкуванні	Знання питань стереотипів, дискримінації та упередженості	Знання проблеми булінгу та її уникнення.

IREX проводило вхідне та вихідне анкетування учнів 8-9 класів у 4 містах-учасниках пілотного проекту. Дане опитування проводилось у вересні та грудні 2018 року серед відібраних шкіл міст. У вибірку ввійшли 17 шкіл-учасників проекту та 10 контрольних шкіл, які не беруть участі у проекті. Кількість учнів які взяли участь в опитуванні у вересні – 4003, а у грудні – 3624. Статистична похибка 1,5-1,6%. Результати опитувань¹ показали, що школярі-учасники проекту в порівнянні із школярами, в яких не проводили уроки за розробленими матеріалами на 14% краще обізнані в тому, як функціонують мас-медіа; на 16% краще розрізняють факти від суджень; на 18% краще ідентифікують фейкові новини; удвічі краще виявляють мову ненависті в текстах.

Учні, які проходили навчання за новими матеріалами набагато краще розуміють користь та практичність навичок інфо-медійної грамотності у повсякденному житті. В учнів-учасників проекту кращі знання щодо того як перевіряти інформацію, вища самооцінка рівня інформаційного та медійного споживання, а також зросла самооцінка навичок інфо-медійної грамотності. Останнім в анкеті було відкрите запитання щодо того, які уроки та предмети учням запам'ятались та сподобались. В порівнянні із учнями контрольних шкіл, учням-учасникам проекту в 2-3 рази більше сподобались предмети до яких розроблені навчальні матеріали:



¹ Результати опитувань проекту: <https://www.irex.org/sites/default/files/node/resource/evaluation-learn-to-discern-in-schools-ukraine.pdf>

Починаючи з осені 2018 року, діяльність проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» отримала підтримку Посольств США та Великобританії, а також МОН на розширення діяльності на всю Україну. Тепер в проєкті 13 міст та 150 шкіл, проте вже влітку цього року до проєкту приєднаються ще 250 шкіл у всіх обласних центрах. Також, проєктом передбачено розробку матеріалів на зазначені у статті предмети 9 класу.

Наприкінці, наведемо деякі завдання для учнів 8 класів з курсу всесвітньої історії на підтвердження ідеї використання засад критичного мислення у вищезгаданому проєкті.

Урок 13. Абсолютна монархія у Франції.

Уривок з дидактичного матеріалу для вчителя.

ЗАПРОПОНУЙТЕ учням в групах ознайомитись з документами під номерами (переклад Мокрогуза О.П.) [3], які об'єднані темою «Варфоломіївська ніч» **НЕ ПОДАЮЧИ** авторство цього документу.

ЗАПРОПОНУЙТЕ визначити у документі, яка інформація може бути важливою для з'ясування того, що собою являла ця трагічна подія, вказавши **ТРИ** тези.

ЗАПИТАЙТЕ представника кожної групи озвучити свої висновки. Учні мають вказати на характер цієї події (знищення католиками гугенотів дуже жорстоке, часто віра ставала прикриттям злочинів), кількісні показники загиблих (чотириста, 1500 чоловік), керівника (адмірал Колін'ї, який загинув) та інші факти.

ЗАДАЙТЕ додаткові запитання про те, чи вважають вони авторів прихильниками знищення гугенотів чи автори висвітлюють події нейтрально і з чого це видно.

Учні мають вказати на інтонації, слова-маркери, які визначають ставлення або відкрити прихильність. Документи **1, 4** є прагненням нейтрального опису подій на відміну від інших документів № 2, 3, 5, автори яких на стороні тих, хто вбивав гугенотів.

ЗАПРОПОНУЙТЕ учням назвати тих, хто на їхню думку є автором цих листів, запропонувавши список – так як вони подані в оригіналі хрестоматії.

1. Донесення Філіппо Кавріана, Мантуанського лікаря на службі Катерини Медічі
2. Каміль Капілупі «Катерина Медічі і Карл IX обрані самим визволителем виконати його волю»
3. Лист, написаний отцем Йоахімом Опсером, заступником пріора Колеж де Клермон, абат Санкт-Галлен 26 серпня 1572 р.
4. Люк Гейцкофлер, австрійський студент
5. Вбивство Коліні, описане Паризьким кюре (священником)

Документ 1.

...П'ятнадцять сотень осіб було вбито в один день і стільки ж в два наступні дні. Тільки й можна було зустріти, що людей, які бігли, і інших, які переслідували їх, волаючи: «Бий їх, бий!» Були такі чоловіки і жінки, які, коли від них, приставивши ніж до горла, вимагали відректися заради порятунку життя, противилися, втрачаючи, таким чином, душу разом з життям. Ні стать, ні вік не викликали співчуття. Те дійсно була бійня...

Трагедія тривала цілих три дні зі сплесками неприборканої люті. Чи й тепер місто заспокоїлося. Награбована величезна здобич: її оцінюють у півтора мільйона золотих екю. Більше чотирьохсот дворян, найхоробріших і кращих воєначальників своєї партії, загинули. Неймовірно велика кількість їх з'явилась, відмінно забезпечена одягом, коштовностями і грошима, щоб *не осоромитися* на весіллі короля Наваррського. Населення збагатилося за їх рахунок...

Жителі Парижа задоволені; вони відчують, що втішилися: вчора вони ненавиділи королеву, сьогодні славлять її, оголошуючи матір'ю країни і берегинею християнської віри.

Донесення Філіппо Кавріана, Мантуанського лікаря на службі Катерини Медічі

http://www.vostlit.info/Texts/Dokumenty/France/XVI/1560-1580/Philippo_Caurian/text1.htm

Документ 2.

...Мені видається, що велич цього діяння цілком заслуговує, щоб повз нього не пройшли, не розглянувши пильно і не зазначивши особливо доблесть короля, королеви-матері і їх радників обрали роль настільки благородну і настільки великодушну, які виявили одночасно спритність і майстерність, твердість духу, щоб її зіграти, і разом з тим розсудливість, стриманість, яка дозволила їм мовчати і зберігати таємницю, і нарешті, рішучість і хоробрість, щоб все виконати і дійти до кінця в великий час.

Каміль Капілупі «Катерина Медічі і Карл IX обрані самим визволителем виконати його волю»

http://www.vostlit.info/Texts/Dokumenty/France/XVI/1560-1580/Camil_Capilupi/text1.htm

Документ 3.

...Не думаю, що для Вас буде нудним, якщо я повідомлю Вас про розвиток подій, настільки ж раптових, як і корисних для нашої справи, які не просто викликають захоплення християнського світу, а й підносять його на гребінь радості...Все вільнодумці-єретики, яких змогли відшукати, перерізані і кинуті голими в воду.

Лист, написаний отцем Йоахімом Опсером, заступником пріора Колеж де Клермон, абат Санкт-Галлен 26 серпня 1572 р.

http://www.vostlit.info/Texts/Dokumenty/France/XVI/1560-1580/Joachim_Opser/brief_st_gallen_26_08_1572.htm

Документ 4.

...Дружина одного палітурника, до якої припали двоє її діточок, молилася у себе вдома по-французьки; з'явився загін і забажав її заарештувати; так як вона відмовлялася залишити своїх дітей, їй дозволили нарешті взяти їх за руки. Ближче до Сени їм зустрілися інші погромники; вони заволали, що ця жінка архігугенотка, і незабаром її кинули в воду, а слідом – і її дітей. Тим часом один чоловік, яким рухало співчуттям, сів у човен і врятував двох юних істот, викликавши крайнє незадоволення одного свого родича і найближчого спадкоємця, і потім був убитий, так як жив заможно.

...Двоє з них збиралися минути підйомний міст біля передніх воріт, коли до них пристав вартовий, який запитав, чи добрі вони католики. «Так, а чому б і ні?» – відповів один з них в замішанні. Часовий відповів: «Раз ти добрий католик (другий назвався каноніком з Мюнстера), прочитай «Сальве, регіна»». Нещасний не впорався, і вартовий своєї алебардою зіштовхнув його до ями... Його супутник був уродженцем єпископства Бамбергського; у нього висів на шиї прекрасний золотий ланцюг, бо він вважав, що зможний вид допоможе йому піти. Правоохоронці проте напали на нього, він захищався разом з двома слугами, і всі троє загинули. Дізнавшись, що їх жертва залишила прекрасних коней в німецькому готелі «Залізний Хрест», недалеко від університету, вбивці поспішили туди, щоб їх забрати.

Люк Гейцкофлер, австрійський студент

http://www.vostlit.info/Texts/Dokumenty/France/XVI/1560-1580/Luc_Geizkofler/text1.htm

Документ 5.

У суботу, о десятій чи одинадцятій годині вечора, король, почувши, що гугеноти задумали незабаром перерізати горлянку йому і його братам і розграбувати місто Париж, замкнувся в Луврі і вирішив убити своїх ворогів, а потім послав в різні квартали Парижа попередити жителів, щоб ті були пильні і озброїлися ...

Бог все це дозволив в покарання за тиранію і погане життя згаданого адмірала, який один був призвідником громадянських воєн і причиною смерті ста тисяч чоловік, насильств ... і пограбувань храмів; коротше, всі знатні особи мали б взяти за приклад цього нещасного і зрозуміти, що якщо Бог відстрочує покарання, значить, воно буде більш серйозним і тому запізнюється.

Вбивство Коліні, описане Паризьким кюре (священником)

http://www.vostlit.info/Texts/Dokumenty/France/XVI/1560-1580/Pariz_kure/text1.htm

ПРИМІТКА. Учні з запропонованого списку мають визначити, хто є автором уривку, який вони розглядали. Після озвучення всіма своїх варіантів, **ЗАПИТАЙТЕ** за якими критеріями вони визначали це авторство (приналежність автора до відповідного статусу, католицької віри, громадяни інших країн тощо) і які складнощі при цьому виникали.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. L2D-S Pilot Results for Students_External Report 3.22.19: <https://www.irex.org/sites/default/files/node/resource/evaluation-learn-to-discern-in-schools-ukraine.pdf>
2. Critical Thinking: A Statement of Expert Consensus for Purposes of Educational Assessment and Instruction, опублікован The California Academic Press, 217 La Cruz Ave., Millbrae, CA 94030 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://evolkov.net/critic.think/basics/delphi.report.html>.
3. Winning the war on state-sponsored propaganda Gains in the ability to detect disinformation a year and a half after completing a Ukrainian news media literacy program [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.irex.org/sites/default/files/node/resource/impact-study-media-literacy-ukraine.pdf>.
4. Средневековые исторические источники востока и запада. Франция [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vostlit.info/Texts/Dokumenty/france.htm>

В статье освещен методологический аспект медиаобразования в контексте формирования когнитивных умений критического мышления учащихся задействованных в проекте «Изучай и различай» «Learn to Discern (L2D)». Подана краткая характеристика этих умений и приведен пример их формирования на примере одного задания из школьного курса всемирной истории 8 класса.

Ключевые слова: критическое мышление, медиаобразование, когнитивные умения критического мышления, проект «Изучай и различай» (Learn to Discern (L2D)), дидактические материалы к уроку всемирной истории в 8 классе.

In the article the methodological aspect of mediaeducation is reflected in the context of forming of cognitive abilities of the critical thinking of students involved in a project «Learn to Discern (L2D)». It is given short description of these abilities and made an example of their forming on the example of one task from the school course of world history of a 8 class.

Keywords: critical thinking, media education, cognitive critical thinking skills, Learn to Discern (L2D), didactic materials to the 8th grade world history lesson.

Г. В. Онкович,
доктор педагогічних наук, професор
(Київський медичний університет)
ORCID.iD 0000-0001-9493-9104

А.Д. Онкович,
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри журналістики та зв'язків із
громадськістю
(Київський національний університет культури
і мистецтв)

ПЕДАГОГІЧНА БЛОГОДИДАКТИКА ТА ЇЇ СКЛАДНИКИ

Анотація. У статті йдеться про стан і перспективи розвитку блогодидактики – одного з складників медіадидактики. Проаналізовано основні мотиви та ставлення педагогів до творення авторських блогів як резерву особистісного та професійного зростання. Розглянуто наукові джерела, виділено структурні блоки авторських блогів, їхнє наповнення, котре водночас засвідчує рівень задоволеності вчителів результатами власної блоготворчості. Проведений аналіз сприяв систематизації авторських блогів за певними критеріями.

Ключові слова: дидактика, медіапедагогіка, медіаосвіта, медіадидактика, педагогічна блогодидактика, педагог-блогодидакт, педагогічна творчість.

Постановка проблеми в загальному вигляді. Медіадидактика – складник медіапедагогіки, орієнтованої на технології використання медіа з освітньою метою. Відтак це – розділ дидактики, який вивчає закономірності засвоєння знань, умінь і навичок, формування переконань з опертям на медіаджерела та використанням медіапродуктів. Нині дослідники виокремлюють медіадидактику старих, нових і новітніх медіа, ведуть мову про її складники, виокремлюють нові поняття, терміни, котрі засвідчують актуальність і педагогічну доцільність відгалужень, технології використання тих чи інших медіазасобів у процесі навчання. Деякі з них стають парасольковими [9]. Вочевидь, доцільно привернути увагу освітянського загалу до професійно-орієнтованих блогів. До активізації цього напрямку активно долучилися педагоги-предметники, адже євроінте-

граційні процеси, що відбуваються останні роки в українському суспільстві, вимагають докорінних змін.

Зв'язок з науковими чи практичними завданнями. Технології використання у навчальному процесі новітніх медіа, зокрема, Інтернет-джерел спонукали до виокремлення поняття «інтернет-дидактика», яке, як і медіадидактика, стало «парасольковим». Педагогічна спільнота наразі говорить про новітні відгалуження медіадидактики, обґрунтовує й вводить в освітнє поле терміни «блогодидактика» (педагогічна, предметна, наукова, навчально-наукова). Успішно залучається до освітнього процесу Вікіпедія. Як результат – з'ява поняття «вікідидактика», задачами якої є: розробляння й апробація нових дидактичних матеріалів; різновидів вікіуроків, книгоспалах-дидактика, де представлені новітні форми представлення художньої літератури і роботи з текстами. Величезний культурологічний потенціал мають різні технології використання вуличного простору – це досвід сторінки у мережі фейсбук «Медіадидактика вуличного мистецтва», де представлені різновиди таких медіатекстів міста і довкілля, як мурали, ландшафти, архітектурні споруди тощо. Успішно функціонують тематичні сторінки у фейсбуці, котрі стали майданчиками для обміну передовим досвідом медіадидактів України. Наразі йдеться про практичний розвиток медіадидактики вищої, середньої, початкової школи, позакласної роботи, довкілля і под. Відповідні напрацювання практиків наявні, бракує наукового опрацювання й узагальнення. Цей процес наразі активно триває. *Завдання нашого дослідження:* представити блогодидактику як парасольковий термін, розглянути приклади блого-медіапродуктів й зробити спробу їхньої систематизації. *Матеріал дослідження* – публікації, котрі засвідчують розвиток медіаосвіти та медіадидактики в Україні та за її межами, тематичні сторінки та блоги українських освітян.

Виклад основного матеріалу дослідження. з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Блогодидактика — один із найновіших складників медіадидактики – водночас є парасольковим терміном, який об'єднує технології використання блогів в освітньому процесі з навчальною метою, результат інтенсивного розвитку інтернет-технологій, інтернет-дидактики.

Блог – це тип веб-сайту або частини веб-сайту, який час від часу має бути оновлений новим контентом[15]. Блоги, як правило, підтримуються особою з регулярними коментарями, описами подій або іншими матеріалами, такими як графіка або відео. Автор блогу Blogodidactic назву свого медіапродукту коментує так: слово грецького походження від Автодидакт- самоук; грецький автодидакт самонавчався, з aut- + didaktos вчив, від didaskein -навчити. Зазначає і час відомого використання: 1748 [2] Блог + Автодакт = Blogodidact, тобто це – поєднання терміна blog і autodidact, це Weblog людини, що обговорює цікаві питання, котрі зустрічаються на шляху самоучіння під час роботи через матеріали та ідеї західної цивілізації, починаючи від Гомера, до наших днів. Процес Blogodidactic, хоча технічно вперше розпочався в середині 1980-х років, мав перше відоме використання в серпні 2006 року. [2]

В україномовній соціальній мережі вперше термін «блогодидактика» з'явився 2017 року. На той час в інтернет-просторі поняття «блог», «блогер» (присутні в медіапросторі у 1990-х роках), «блогосфера» вже були звичними й активно розвивалися[5; 15]. В мережі було представлено чимало успішних професійно-орієнтованих медіапродуктів. Дослідники медіапростору ці процеси відстежують, характеризують, порівнюють. На відміну від медіадослідників, медіапедагоги виокремили медіадидактику в окремий напрямок і почали спостерігати за технологіями її розвитку. Серед її відгалужень сьогодні наявні «блогодидактика», «вікідидактика», «муралодидактика» тощо [9; 10; 13].

Першими взяли на озброєння нове поняття, запропоноване Г.В.Онкович вмережі фейсбук, відомий медіадидакт, доцент Івано-Франківського університету нафти і газу І. А. Сахневич [14] і вчителька-новатор, яка викладає українську мову та літературу в середній загальноосвітній школі № 4 м. Гайсин Вінницької області, Н. В. Немировська [6]. І. А. Сахневич у своїй статті розглянула педагогічні умови застосування блогодидактики в процесі вивчення англійської мови професійного спрямування і формування медіакультури студентів вищих технічних навчальних закладах, а Н. В. Немировська створила авторський блог, присвячений вивченню життєтворчості Михайла Стельмаха. Досвід створення і використання подібного блогу, де комплексно представлено можливості новітніх медіатехнологій, було представлено автором-розробником на Всеукраїнській науково-практичній конференції, присвяченій 105-річчю від дня народження письменника, у Вінниці. Успіх учительки було помічено, і невдовзі побачив світ тематичний випуск «Блогодидактика на уроках» журналу «Інформаційний збірник для директора школи та завідувача дитячого садка»[4]. Наталя Немировська має кілька блогів в Інтернет-просторі й нині є одним із кращих педагогів-блогодидактів в Україні.

Поняття «педагогічна блогодидактика» як складник медіадидактики узагальнює і поширює передовий досвід педагогів, котрі створюють власні блоги (блогодидактів). Їхні медіапродукти — блоги, сайти, сторінки — представляють власне бачення того, як і чим наповнювати навчальний й освітній матеріал для конкретного учня, студента, класу, предмету.

Виокремлюються блоги, що мають науково-методичне спрямування, забезпечують взаємозв'язок науковців-філологів та вчителів-практиків. Таким є блог Ольги Криворотенко ([http://krivorotenko.blogspot.com.](http://krivorotenko.blogspot.com)) Умовно контент цього блогу можна об'єднати в блоки.

Блок 1- це нормативно- правове забезпечення вчителя.

Контент дизайну головної сторінки названого блогу надає пряме посилання на сайти Міністерства освіти України , НУШ, «Освіта України», на сайти обласних та районних управлінь освіти ,а також на сайти громадських освітніх організацій : «Освіторія», «Прометеус», «EdEra», «EdCamp».

На сторінці «Нормативно- правове забезпечення» представлено матеріали , що регулюють діяльність навчального закладу, вчителя—філолога , класного керівника, завідуючого кабінетом.

Контент сторінки «Наука-практиці» має посилання та статті науковців- філологів, розміщені в Інтернет- просторі , пропонує читачеві родзинки філології- цікавий дидактичний матеріал до уроків мови та літератури .

Блок 2 містить матеріали з методики викладання предметів, це сторінки : «Методичні родзинки», »Українська мова» , »Українська література», «Творча відеомайстерня». Тут представлено власні напрацювання вчителя, що стосуються аналізу художнього тексту, використання інноваційних прийомів на уроках мови та літератури, практичні поради , рекомендації, власноруч створені відеоролики, буктрейлери, тощо.

Блок 3 – це методичні матеріали для факультативів, курсів за вибором, позакласної та гурткової роботи. Учитель пропонує авторську програму з літератури рідного краю, календарний план до неї, посібник для вчителя та учнів, власні плани –конспекти виховних, позакласних заходів, факультативних занять, тощо. (Сторінки »Філологічна студія »Дивосвіт», «Література рідного краю», «Факультативи, курси за вибором»).

Блок 4- рефлексійний. Його сторінки «Хронологія професійної діяльності», «Публікації», «Душі криниця» сприяють баченню результатів творчої праці вчителя, багатогранність діяльності та внутрішнього світу педагога.

Можна виокремити низку інших блогів, котрі можуть успішно використовуватися вчителями української мови і літератури, хоча вони створені і наповнюються представниками інших спільнот. Зокрема, блог Ганни Черкаської вміщує актуальні матеріали з історії України, української культури, літератури, мови. Серед бібліоідактів виокремо напрацювання бібліотекаря з м.Дніпра Тєятну Глобу, яка першою в Україні запропонувала книгоспалахи (флешбуки), завдяки чому з'явилося нове поняття книгоспалах-дидактика (флешбук-дидактика), а наразі розробляє в інтернет-просторі інший – глобальний – проект .

Після 2017 р. (перша згадка терміну «блогодидактика» у науковій літературі) з'явилися медіапродукти, створені не тільки шкільними вчителями, а й викладачами вищої школи відповідно до профілю майбутнього фаху студентів. В результаті, станом на 2019 р. вирізняють такі різновиди блогодидактики — науково-педагогічна [3], інженерна [8; 12], медична [11], мовно-педагогічна [7] тощо. Вони враховують фахові інтереси споживача медіапродукту. Водночас започатковано й блоги, присвячені науковим напрямкам, персоналіям, творчості окремих авторів.

Не так давно в українському медіапросторі з'явилися чи не перші «педагогічні сторінки» групи представників технічних наук: «Нафтогазова освіта» [https://www.facebook.com/groups/866495553505940/?multi_permalink=1032710503551110%2C1032176773604483¬if_id=1524010543948588¬if_t=group_activity&ref=notif] та «Освіта за спеціальністю «Нафтогазова інженерія та технології» [https://www.facebook.com/groups/145315129579851/?hc_location=group]. Ці блоги ініціативно засновані фахівцями нафтогазової галузі, яка активно розвивається в країні, сервери розташовані у новопромисловому Східно-Українському нафтогазовому регіоні.

Блог «Нафтогазова освіта» розпочав свою роботу у серпні 2017 року. На листопад 2018 року група нараховує 2000 учасників. Тематика охоплює техніку і технології видобування вуглеводнів – нафти, газу та конденсату, буріння свердловин, дотичні теми. У описі групи зазначено, що група «Нафтогазова освіта» — маленький острівець нафтогазових знань у просторі інтернету». Блог «Освіта за спеціальністю «Нафтогазова інженерія та технології»» засновано навесні 2018 року. В пості-презентації блогу наголошується: «Філософія цієї групи спрямована на популяризацію нафтогазової освіти в Україні». Адміністраторами групи стали відомі фахівці в цій галузі. Станом на листопад 2018 року група нараховує майже 900 учасників. Наразі створення груп «Нафтогазова освіта» та «Освіта за спеціальністю «Нафтогазова інженерія та технології»» – приклад успішного застосування у вітчизняному медійному просторі блогодидактики як однієї з медіаосвітніх технологій, медіадидактики вищої школи, предметної медіаосвіти, зокрема мультимедіадидактики.

Успішність використання Інтернет-дидактики демонструють й інші аналогічні майданчики на Фейсбуці: «Drillers Club Knowledge Box» [<https://www.facebook.com/groups/drillersclub/about/>], «Knowledge Box Training Center – KBTC» [<https://www.facebook.com/kbtc.mm/>]. На цих сторінках подаються: повні тексти навчальних книг – підручників, посібників, курсів лекцій і практикумів, тексти довідників, словників, галузевих енциклопедій, а також монографій і значимих наукових статей. Тут же представлено трейлери навчальних фільмів і самі фільми, анімаційні ролики, які розкривають конструкцію, принцип функціонування пристроїв, показують протікання технологічних і

природних процесів. При цьому широко застосовується темпоральні ефекти – уповільнена та прискорена кінозйомка, мультиплікація у поєднанні з фаховими програмами, що використовуються для моделювання природних і технічних об’єктів: SolidWorks, STATGRAPHICS Plus for Windows, програмне забезпечення: Smedvig Technologies, Roxar Software Solutions, Western Atlas, Landmark Graphics, Paradigm Geophysical, CogniSeis, CGG Petrosystems, PGS Tigress, Seismic Microtechnology, GeoMatic, Quick look, Tigress, Western Atlas, DV-Geo.

Фейсбук забезпечує функції ведення на сторінках групи он-лайн дискусії та висвітлення поточних та планованих подій (круглих столів, конференцій, анонси пуску важливих об’єктів тощо). Крім того, чат (англ. chat — «розмова») — мережевий засіб для швидкого обміну текстовими повідомленнями між користувачами інтернету в режимі реального часу, – зокрема, через Скайп, дозволяє вести он-лайн лекції. Розповсюдженості набувають онлайн курси лекцій, зокрема, на платформах Khan Academy (khanacademy.org), Інтернет курси edX Гарвардського університету та Массачусетського технологічного інституту (edx.org), Coursera – виші Стенфорда, Принстона, Мічиганський та Пенсильванський університети (coursera.org), проект Prometheus (КНУ ім. Шевченко, КПІ та Києво-Могилянська Академія, Львівська ІТ-школа) та ін.

Разом із тим, між названими вітчизняними інструментами «Освіта за спеціальністю «Нафтогазова інженерія та технології»» та «Нафтогазова освіта» й міжнародним аналогом «Drillers Club Knowledge Box» існує різниця в тематичному наповненні. Вітчизняні сторінки мають інтегративний характер і охоплюють практично весь спектр дисциплін спеціальності 185 «Нафтогазова інженерія та технології», а саме: нафтогазову геологію, спорудження свердловин (буріння, цементування, експлуатація, ремонт тощо), первинну переробку видобутого свердловинним способом флюїду (нафта, конденсат, природний газ) на промислах, транспорт нафти і нафтопродуктів, природного газу та їх переробку на нафтопереробних і газопереробних підприємствах. При цьому охоплюється весь набір названих технологій і технічних засобів для їх здійснення включно із засобами контролю, автоматизації та диспетчеризації, моделювання об’єктів.

Особлива увага приділяється новітнім технологіям галузі нафтогазовидобування і транспортування вуглеводнів: снабінгу (робота під тиском), колтюбінгу (робити на свердловинах з використанням гнучкої колони труб), верхній привод бурових свердловин, піггінг (очистка трубопроводів зсередини), горизонтальне буріння свердловин, добування газу і нафти на шельфі та глибоководні гірничі технології, новітні способи інтенсифікації видобування вуглеводнів, зокрема, різні види заводнення, кислотних обробок, гідравлічний розрив пласта тощо. Крім того, читач знайомиться з новими дослідженнями стосовно геології нафти і газу, слідкує за розвитком дискусії стосовно їх абіогенного походження та освоєння нетрадиційних вуглеводнів – метанових гідратів в океанах і морях, нафтових пісків (Альберта, Канада), сланцевого газу і нафти тощо. Всі ці теми викликають колосальну зацікавленість і студентів, і науковців, оскільки саме вони вирішують долю майбутнього енергетичного забезпечення людства.

Доцільно зазначити, що поява інформаційно-навчальних ресурсів на сторінках ФБ стала можливою завдяки наявності ресурсно-інформаційної бази на Вікіпедії, Ютуб, в он-лайн бібліотеках (українські приклади – «Всеукраїнська експертна мережа» <http://ukrtechlibrary.wordpress.com/>, <http://www.experts.in.ua>, <http://ruthenia.info>, Українська технічна література), репозитаріям вишів. У такий спосіб професорсько-викладацький

склад навчальних закладів України приєднується до розвитку професійно-орієнтованої медіаосвіти, сприяє розвитку медіадидактики вищої школи.

Висновки з дослідження. Предметна блогодидактика українських освітян досить різноманітна. Більшість із блогів творять педагоги з яскраво вираженим відчуттям нового й новітнього. Вони – блогодидакти – добре знають свій предмет і орієнтуються в дидактичних його потребах. Сьогодні педагогічна блогодидактика представлена блогами, сайтами, сторінками, котрі можемо представити у системі блогів: інформаційний, шкільний (кафедральний), тематичний, методичний, науково-методичний, багатофункціональний, міжпредметний.

Аналіз наявних досліджень із використання професійно-орієнтованих медіаджерел у вищій школі засвідчив значний інтерес до цього процесу. Медіаосвітні технології успішно використовуються у вищій школі. Віртуальні медіаосвітні джерела приваблюють і тих, хто навчає, і тих, хто навчається, оскільки сприяють розвитку і саморозвитку особистості, підвищують мотивацію навчання.

Перспективи подальших розвідок у даному напрямі вбачаються у розвитку системи педагогічної блогодидактики, до якої вже пристають працівники бібліотек (бібліодидакти), музеїв (музеєдидакти), архівів (архіводидакти). Наявні «освітні» блоги в соціальній мережі автори класифікують як системи й виокремлюють педагогічну, наукову, науково-педагогічну, інженерну блогодидактики. Інші професійно-орієнтовані блоги потребують аналізу й узагальнень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Biletsky Volodymyr, Onkovych Anna, Yanyshyn Olha. Media Education Technologies in Developing Students' Professional Competence // The Sixth European Conference on Information Literacy (ECIL)/ September, 2018. Abstracts. Editors: Sonja Špiranec, Serap Kurbanoglu, Joumana Boustany, Esther Grassian, Diane Mizrachi, Lorienne Roy, Denis Kos Publisher: Information Literacy Association (InLitAs) / <http://ecil2018.ilconf.org/wp-content/uploads/sites/6/2017/09/>. — P.165.
2. Blogodidact. У пошуках освіти, яку наші школи не можуть забезпечити <http://blogodidact.blogspot.com/2013/06/setting-tyranny-free.html>
3. Білецький, В. С., Онкович, Г. В., Онкович, А. Д. Нове в медіаосвіті: науково-педагогічна блогодидактика // Івано-Франківськ: Прикарпатський вісник НТШ. Слово. — 2018. — № 4(48). — С.380-391. ISSN 2304-7402.
4. Блогодидактика на уроках // Інформаційний збірник для директора школи та завідувача дитячого садка (тематичний випуск), 2018. — № 8.
5. Волощук, Олег. Хто такий блогер, або про що і як писати статті на свій ресурс [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://webdigest.com.ua/blogosfera/vse-pro-blogy/hto-takyj-bloher-abo-pro-scho-i-yak-pysaty-statti.html> (дата звернення 16.04. 2013). — Назва з екрана.
6. Немировська Наталія. Використання блогодидактики в контексті вивчення життєтворчості Михайла Стельмаха // Михайло Стельмах у новітніх парадигмах наукового знання : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., присвяч. 105-річчю від дня народж. письменника / гол. ред. О. М. Куцевол [та ін.]. – Вінниця : Нілан-ЛТД, 2017. – 287 с. – С. 199-205.

7. Онкович А. Д. , Боголюбова М. М. Нове в медіаосвіті: мовно-педагогічна блогодидактика // Інновації та традиції у мовній підготовці іноземних студентів: тези доповідей міжнародного науково-практичного семінару. — Х. : Видавництво Іванченка І. С., 2018. — 336 с. — С.195 — 199. . ISBN 978-617-7675-44-9.
8. Онкович Г. В. , Білецький В. С. , Онкович А. Д. Нове у вищій освіті: інженерна блогодидактика (на прикладі підготовки спеціалістів для нафтогазової сфери) // Інновації та традиції у мовній підготовці іноземних студентів: тези доповідей міжнародного науково-практичного семінару. — Х. : Видавництво Іванченка І. С., 2018. — 336 с. — С.199 — 204. ISBN 978-617-7675-44-9.
9. Онкович Г. В. Новітні терміни медіаосвіти та медіадидактики // Лінгвістика. Лінгвокультурологія. Кроскультурна і міжкультурна комунікація: проблеми, питання, рішення. — Дніпро, ДНУ ім. Олесья Гончара, 2018. № 12. — Частина 2. — С.277-291.
10. Онкович Г. В., Онкович А. Д. Соціальна мережа як джерело розвитку і саморозвитку професійної компетентності педагога // Проблеми освіти: збірник наукових праць / ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти» МОН України.- Вінниця: ТОВ «Нілан — ЛТД», 2018. — Вип. 88 (частина 2) 346 с. — С А. Д. — С. 91 -101.
11. Онкович Г., Ляліна О., Яцентюк М. Нове в медіаосвіті: медична блогодидактика // Інновації та традиції у мовній підготовці іноземних студентів: тези доповідей міжнародного науково-практичного семінару. — Х. : Видавництво Іванченка І. С., 2018. — 336 с. — С. 204—208. ISBN 978-617-7675-44-9.
12. Онкович Анна, Білецький Володимир, Онкович Артем, Ткаченко Микола. Нове у вищій освіті: інженерна блогодидактика// Вища школа, 2019. № 1 (174). – С.26 – 33;
13. Онкович Анна, Онкович Артем. Нове в медіаосвіті: блогодидактика // Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи: Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції. — Київ. : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018. — 240 с. — С.163-169.
14. Сахневич І. А. Педагогічні умови застосування блогодидактики в процесі вивчення англійської мови професійного спрямування і формування медіакультури студентів ВТНЗ// Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет ім. Г.Сковороди», 2017. — № 37-1.- Т.6. — К.: Гнозис. — С.237-247.
15. Українська блогосфера. Блоги: трішки історії! Режим доступу: <http://blogosphere.com.ua/2010/12/07/4-factors-which-kill-you-as-blogger/> (дата звернення 16.04.2013). — Назва з екрана.

Аннотация

Г. В. Онкович, А. Д. Онкович. Блогодидактика и ее составляющие.

В статье говорится о состоянии и перспективах развития блогодидактики как составляющей части медиадидактики. Проанализированы основные мотивы и отношение педагога к созданию авторских блогов как резерву личностного и профессионального роста.

Рассмотрены научные источники, выделены структурные блоки авторских блогов, их наполнение, что одновременно отражает уровень удовлетворенности педагогов результатами собственного блоготворчества. Проведенный анализ способствовал систематизации авторских блогов по определенным критериям.

Ключевые слова: *дидактика, медиапедагогика, медиаобразование, медиадидактика, педагогическая блогодидактика, педагог-блогодидакт, педагогическое творчество.*

Annotation

G.V. Onkovych, A. D. Onkovych. Blog-didactics and its components

The article talks about the state and prospects of the development of blog-didactics – one of the components of media didactics. The main motives and attitudes of teachers to the creation of author blogs as a reserve of personal and professional growth are analyzed.

Scientific sources are considered, structural blocks of author's blogs are highlighted, their filling, which at the same time reflects the level of satisfaction of the teachers with the results of their own blogging. The analysis contributed to the systematization of author blogs according to certain criteria.

Key words: *didactics, media pedagogy, media education, media pedagogy, pedagogical blog-diDactics, pedagogue-blogodidact, pedagogical creativity.*

Світлана Петренко

*Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка
аспірантка*

«НАУКА ПРАВДИ» В МЕДІАОСВІТІ: АКСІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Анотація. У статті розглядається актуальна проблема «розпаду правди» у сучасному мас-медійному просторі та пов'язаних з цим викликів медіаосвіти, подається аналіз вітчизняних та зарубіжних досліджень цієї проблеми та викладаються головні результати наукових розвідок автора з пошуку сутності й абсолютних смислів правди в соціально-аксіологічному дискурсі Біблії. Розглядається аксіологічний аспект «науки правди». Визначається роль науки правди в системі медіаосвіти.

Ключові слова: медіаосвіта, правда, наука правди, медіа, соціальні комунікації, правда в Біблії, аксіологія, розпад правди

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Стрімкий розвиток системи новітніх медіа та інформаційно-комунікаційних технологій породив проблему «білки в колесі», яке білка сама розкрутила і не помітила, як колесо почало крутити її так, що вона вже не встигає адекватно реагувати ні на ті процеси, що відбуваються навколо, ні на те, що відбувається безпосередньо з нею, але вистрибнути з цього колеса не може. Подібне спостерігається в сучасному інформаційному просторі: засоби масової комунікації настільки потужно й суперечливо впливають на суспільство, що суспільство змушене захищати свої цінності й убезпечувати себе від негативних взаємодій, при цьому реагуючи скоріше на наслідки, аніж на причини. І це є гострою проблемою, що пов'язує соціальні комунікації, журналістику як один з видів соціальнокомунікаційної взаємодії та медіаосвіту.

Ситуація ускладнюється ще й тим, що релятивізм доби постмодерну (чи вже постпостмодерну) трансформує абсолютні аксіологічні значення в релятивні, а нігілізм взагалі їх відкидає. Як наслідок, професійна журналістика як соціальноповідальна за своєю місією діяльність розчиняється у постжурналістиці (з розмитими цінностями, відсутніми етичними межами та профстандартами), а правда як керівна, базова цінність – у різновидах «своїх правд», інтерпретацій, фейків тощо. У цих умовах потреба в медіаосвіті стає все більш нагальною, а вимоги до неї – все вищими. І один з головних викликів сьогодення звучить так: чи зможе медіаосвітня система вчасно й ефективно

реагувати на стрімкі зміни в інформаційно-комунікаційному просторі, чи зуміє зосередитися на головних (базових) ціннісних платформах і бути спрямовуючим чистим руслом, здатним навчити фільтрувати брудні потоки, що виливаються на суспільство, чи, піддавшись релятивізму, вона сама ледь встигатиме за тими новоутвореннями, які так динамічно творить сучасна інформаційно-комунікаційна доба? Щоб впоратися з цими завданнями, система медіаосвіти (як і система освіти взагалі, включаючи журналістську освіту) в своїй основі має містити тверді аксіологічні опори.

Однією з таких опор є правда як соціальнокомунікаційна категорія, взагалі, і ціннісна, зокрема. Проте саме ця категорія в умовах стрімкого розвитку новітніх медіа та інформаційно-комунікаційних технологій зазнає чи не найбільшої деструкції: через підміну понять, спотворення смислів, фальшування фактів, маніпулювання свідомістю тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідники американської корпорації RAND визнали, що «межа між фактом і вигадкою в американському суспільному житті стає нечіткою», а це, на їхню думку, несе загрозу політиці й демократії та негативно впливає на «громадянський дискурс у Сполучених Штатах» [13]. Це явище вони визначили як «розпад правди» («Truth Decay»). За результатами досліджень Інституту Рейтер та Оксфордського університету [12], небезпека «розпаду правди» загрожує й усій Європі. Про поширення неправди у всіх її різновидах свідчать результати досліджень незалежної аналітичної платформи Vox Ukraine, дослідники якої у 2018 році здійснили аналіз правдивості висловлювань 9 найрейтинговіших політиків (тепер – кандидатів у президенти України) і не виявили серед з них жодного правдомовця. При цьому частка брехні, маніпуляцій та перебільшень у їхніх виступах сягала від 30% до понад 70% [2].

Трансформації правди Г. Почепцов пояснює так: «Фейки прийшли як відображення багатьох змін, що їх зазнає людська цивілізація. Під час цих трансформацій, які відбуваються на наших очах, по суті, і зникла правда, щоб потім відродитися у вигляді множинності фейків, де кожен може обрати правду до душі. І це вже зовсім інша правда, оскільки вона створюється під споживача інформації, а не об'єктивно» [9]. Оскільки обирати правду чи «свою правду» («правду до душі») – це вибір кожної окремої особистості, дуже важливо навчити особистість робити правильний вибір, дошукуватися правди та її справжніх смислів, критично мислити на основі справжніх цінностей. Це і є завдання медіаосвіти, а для цього їй потрібні нехитрі, надійні критерії та базові ціннісні основи.

Розкриваючи ідею журналістської освіти В. Різун підкреслив, що журналістика «належить до професій, носії якої щохвилини і масовано здійснюють вплив на людей. Неосвічені журналісти, у руках яких знаходяться засоби впливу на суспільство, по відношенню до людей чинять більше зло, ніж Чорнобиль для їхнього організму» [10, 315]. Проблему сучасної журналістики він вбачає у тому, що «правдивість, чесність, порядність, точність, незаангажованість, толерантність, а найголовніше – інтелектуальність стали методами праці, а не ознаками особистості; вони технологізувалися, даючи право журналістові насправді бути неморальною людиною, але технологічно «вправно» працювати для імітації названих рис» [11, 177]. Фактично, науковець окреслює очевидні наслідки «нашого розширення назовні», про яке писав М. Маклюєн понад півстоліття тому: «Насправді як з операційної, так і з практичної точки зору засіб комунікації є повідомленням. А це лише означає, що особистісні та соціальні наслідки будь-якого засобу комунікації – тобто будь-якого нашого розширення назовні – випливають з нового масштабу, що доноситься кожним таким розширенням, або новою технологією,

в наші справи» [6]. Тож нині, коли учасником медіакомунікації може бути кожен член суспільства – від наймолодшого за віком до найстаршого, – ця проблема загострюється ще більше, що ставить на порядок денний аксіологічний аспект медіаосвіти як пріоритетний, що формує світоглядну, ціннісну й правдоцентричну позицію особистості. Така позиція може бути сформована на стійких переконаннях і непорушних (абсолютних) морально-етичних цінностях.

Чому в медіаосвіті важливими є саме абсолютні, засадничі цінності й поняття? Досліджуючи історіографію медіаосвіти М. Коропатник [4] звертає увагу на створення системи медіаосвіти (але з іншими завданнями, ніж тепер) ще в 20-х роках минулого століття. Йдеться про систему впливу на суспільство через радіо, пресу (з часом додалося телебачення та інші ЗМІ). Ми знаємо, як це було: людина потрапляла під вплив цінностей та ідеологем тоталітарної системи з 6-ої години ранку і до 24-ої ночі. При цьому пропагувалися цілком визначені цінності. І донині багато хто сумує за ними. Ці цінності не були деструктивними, навпаки, медіа того часу викликали позитивні емоції, формували почуття колективізму, пробуджували ентузіазм, радість колективної праці, гордість за країну, колектив тощо. Система формувала свідомість «високоморальної радянської людини». Справжня сутність тієї моралі виявилася в 90-х роках минулого століття відразу після розпаду Радянського Союзу, і має негативні суспільні наслідки до сьогодні. Передусім, тому що *цінності, декларовані тією системою, мали несправжнє підґрунтя, а мотив медійного впливу на свідомість цілого суспільства був ідеологічно спрямованим і мав у своїй основі подвійні (а не абсолютні) стандарти. При цьому поняття «правда» було узурповане і спотворене пануючою ідеологією.* Відлуння цього сімдесятилітнього «промивання мізків» засобами масової комунікації радянської системи виявляється в суспільній свідомості дотепер. Це є ще однією причиною, що спонукає до пошуку, усвідомлення і повернення до абсолютних аксіологічних понять, і зокрема – правди як визначальної соціальнокомунікаційної цінності.

«Коли мова йде про засадничі для журналістики категорії правди й істини», дослідник соціальних комунікацій має «бачити проблеми своєї науки в ширшому полі філософських шукань доби» [8, 122], – стверджує І. Михайлин, який здійснив спробу пошуку критеріїв правди [7]. Дослідник виходить з того, що, звільнившись від ідеологічного тоталітаризму, правда потрапила у вир постмодерного релятивізму, коли система «духовних, культурних, моральних цінностей зірвана з місця і панівним оголошено принцип релятивності, універсальної відносності та нестабільності, у суспільній свідомості утверджується думка й про відносність, релятивність моралі. Мовляв, те, що було моральним учора, вже не є таким сьогодні, і навпаки. Те, що є моральним для однієї спільноти (національної, класової), не є таким для іншої спільноти. [7, 83]. Цей шлях І. Михайлин визначає, як «шлях у прірву», і резюмує: «Насправді моральні засади абсолютні й не скасовуються ні географією, ні історією, ні соціальним становищем, ні навіть релігійними віруваннями» [7, 84]. Й. Лось робить акцент на метафізичній природі правди, стверджуючи: «Метафізична правда – це і є Дух Божий. Правда як вартість абсолютна черпає свою могутність з віри» [5, 235]. До висновків про трансцендентну природу правди та її метафізичну сутність привело нас власне дослідження еволюції правди від пражурналістики до постжурналістики¹, яке виявило, що твори прообразної

¹ Результати цієї розвідки опубліковані в статті: *Петренко С. І. Еволюція правди: від пражурналістики – до постжурналістики. / Сучасний мас-медійний простір: реалії та перспективи розвитку: матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (25 жовтня 2018 р.)* [наук. ред. В. М. Каленич]. – Вінниця, 2018. – с.76-84.

журналістики базуються переважно на абсолютних смислах метафізичної правди. У процесі суспільного розвитку (капіталістичного виробництва, політико-правових систем, освіти, науки тощо) відбувався поступовий відхід від близьких до абсолютних значень правди і заміна їх на видозмінені суб'єктивним сприйняттям та інтерпретаціями «свої правди». Особливо стрімким процес трансформації правди став у добу постмодерного релятивізму і прискореного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, що викликало появу поняття «постправда».

Постановка завдань дослідження. Виходячи з аналізу наукових теоретичних джерел і того, що сутнісні ознаки й характеристики правди залишаються недостатньо дослідженими та потребують наукового пізнання, ми взяли за мету – дослідити абсолютні смисли, сутнісні ознаки та характеристики поняття правда з метою інтеграції їх у медіадіяльність та освіту. З цього – завдання з'ясувати природу, сутнісні ознаки і характеристики правди, що формують її абсолютні смисли; виявити закономірності соціальнокомунікаційної дії правди. Правда в абсолютних її смислах і значеннях є об'єктом розвідки, а смислові абсолюті правди та їхня взаємодія в соціальнокомунікаційному процесі – її предметом. Базуючись на гіпотезі про метафізичну природу правди, джерелом пошуку сутнісних основ правди та її смислових абсолютів обрали Біблію (Книги Святого Письма Старого й Нового Заповіту), керуючись трьома основними критеріями: по-перше, «правда» у Біблії – це ключове слово і поняття, зміст, абсолютні значення й виміри якого розкриваються в межах усього біблійного дискурсу; по-друге, Біблія – це історико-аксіологічне писемне джерело, що створювалося протягом більше, ніж півтори тисячі років (від 1513 р. до н. е. до 98 р. н. е.), і розкриває ранні, письмово закріплені смисли правди; по-третє, у соціальному та морально-етичному дискурсах Біблії розкриваються духовні, моральні й соціальні закони взаємодії людини та суспільства, що ведуть до суспільного й особистісного добра.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цей пошук проведено нами у межах дисертаційного дослідження проблеми правди як соціальнокомунікаційної категорії журналістики. Для пізнання значень та смислів правди в текстах і соціальних контекстах Біблії застосовано методи аналізу – компаративного, концептуального, дискурсивного – та узагальнення. При цьому досліджено значення та смисли правди в текстах і соціальних контекстах обраного джерела, виявлено сутнісні ознаки, концептуальні характеристики та смислові складники поняття правда, що розкриваються у біблійному дискурсі, із застосуванням методів дедукції та синтезу встановлено зв'язки між ними. Важливими результатами стало виявлення механізму дії правди, з'ясування природи й варіативності «своєї правди»² та біблійного концепту «наука правди».

Не повторюючи опису результатів дослідження, викладених у попередніх публікаціях³, окреслимо лише ті з них, що є важливими для розуміння концепту «науки прав-

² Частково результати дослідження викладені у статті *Петренко С. Правда, її різновиди та сутність в інформаційних війнах.* / Інформаційний простір. Українські реалії: проблеми військової журналістики та освіти : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф., Київ, 27 грудня 2017 р. [уклад. Ю. В. Бондар, А. О. Руссу]. – Київ, ДП «Експрес-Об'ява», 2018. – с. 129-135, а також у прийнятій до друку в №46 «Вісника Львівського університету» (серія: Журналістика) статті: *Петренко С. Правда і «своя правда» як виклики журналістики постмодерної доби.* – 2019.

³ *Петренко С. Семантика лексеми «правда» у текстах Біблії у площині розуміння місії журналістики.* / «Стиль і текст». – К.: Інститут журналістики, 2018. – 190 с. – с. 88-109.

Petrenko S. Truth as the Problem of Journalism: the Search of the Absolute Meanings / Problem space of modern society: philosophical-communicative and pedagogical interpretations: collective monograph. Part II. Warsaw: BMT Erida Sp. z o.o, 2019. p. 636-654.

ди» та його ролі в медіаосвіті. Передусім, означимо сутнісні характеристики правди, виявлені в процесі дослідження, а саме: а) правда має метафізичну природу і є цілісним, непорушним, багатокomпонентним і багатовимірним трансцендентним феноменом; б) сутнісне ядро правди – це непорушна єдність абсолютної Істини з абсолютним Законом як Законом дії правди, через яку розкривається зміст абсолютної дії засадничих моральних принципів, причиново-наслідкових закономірностей і механізмів міжособистісної та суспільної взаємодії, що апіорі спрямовані на добро особистості та суспільства; в) правда сукупно вміщає сутнісні ознаки – істинність, вірність, милість, добро, незмінність, надійність, твердість, справедливість тощо, що є концептуальними характеристиками правди і в той же час правда є сутнісною ознакою кожного зі смислових компонентів як самостійних понять, тобто без правди в основі ці поняття втрачають справжність і перетворюються у псевдовірність, псевдомилість, псевдодобро, псевдоістинність, псевдосправедливість тощо; г) в абсолютних вимірах правда є фундаментальною основою Слова Божого, пов'язана з Особистістю Бога як Вищої Духовної Субстанції, що визначає феноменальне поєднання окреслених сутнісних ознак та концептуальних характеристик; д) правда – реальна, конкретна, чинна (оживляє, відновлює, судить, розсуджує, освячує, очищає, звільняє, дає свободу), має відповідний механізм дії, що базується на абсолютному Законі та відповідних причиново-наслідкових закономірностях; е) наслідком чину правди завжди є справедливість і добро; тому правда абсолютно не сумісна з будь-якою агресивністю, ворожістю, лицемірством, лукавством (винятком є зло, з яким правда, як добро за своєю суттю, перебуває в антагонізмі), натомість корелює з чистістю, чесністю, щирістю; є) зі «своєю правдою» та її різновидами правда перебуває в антагонізмі, що пояснюється різною природою понять.

Розуміння абсолютних смислів правди є важливим для медіаосвіти і, зокрема для медіапедагогів, оскільки відкриває можливості для значно глибшого аналізу й оцінки правди факту, думки, дії – у площині не лише достовірності, а й соціальної важливості, суспільної значущості; не лише формальних намірів, а й змістовного втілення; виходячи не з вузькогрупових чи особистісних (економічних, політичних, егоцентричних тощо) інтересів, а з соціальноорієнтованих мотивів, розглядаючи з точки зору конструктивного чи деструктивного впливу на соціум. Це має особливе значення для розвитку критичного мислення особистості, базованого на засадничих цінностях і суспільних пріоритетах. Розкриття цієї теми потребує окремої статті, у цій же ми торкнемося лише тих аспектів, що стосуються «науки правди».

Концепт науки правди розкривається в межах усього біблійного дискурсу і зокрема – в контексті 1-го та 2-го Послань апостола Павла до Тимофія (молодого талановитого учня), в яких «науку правди» означено як «здорова наука» (1 Тим. 1:10)⁴, «добра наука» (1 Тим. 4:6), якою варто оволодівати, бо «вірне це слово, і гідне всякого прийняття» (1 Тим. 1:15), тому що воно «корисне до навчання, до докору, до направи, до виховання в праведності, щоб Божа людина була досконала, до всякого доброго діла готова» (2 Тим. 3:16). Автор послань звертає увагу на важливість і позитивну спрямованість цієї науки для формування життєвої лінії кожної людини.

Варто зазначити, що Павло – реальна історична постать, родом із Тарсу, що в Малій Азії, жив у I столітті н.е. Був освіченою людиною, римським громадянином. Пе-

⁴ Тут і далі використовуються скорочені посилання на тексти в Книгах Старого і Нового Завіту, список скорочень яких подається внизу статті.

ретворюючу силу «науки правди» він пізнав на власному досвіді, в результаті чого із ревного гонителя християн став її проповідником і учителем.

Автор Послання розкриває основи цієї науки й підходи до оволодіння нею. З тексту слідує, що в основу «науки правди» автор Послання покладає:

- 1) «Євангелію блаженного Бога» як слово правди (1Тим.1:11);
- 2) любов як визначальний принцип (1Тим.1:5);
- 3) Закон як регулятор відносин, правочинний «скелет» цієї науки (1Тим.1:8-10);
- 4) чисте серце, добре сумління, нелукава віра – необхідні умови пізнання науки правди (1Тим.1:5).

При цьому з погляду автора Послання «інша наука» має ознаки:

- 1) пустомовність (1Тим.1:6) та вигадки (1Тим.1:4);
- 2) самовпевненість і легковажність її носіїв (1Тим.1:7);
- 3) поверхневність знань, нерозуміння (або ж неглибоке розуміння) сутності науки правди, її основ, хибність уявлень (1Тим.1:7);
- 4) соціальна деструктивність («...викликають більше сварки, ніж збудування Боже...») (1Тим.1:4).

Як слідує з тексту Послання, «наука правди» опирається на Закон, що має причинно-наслідкову дію і через трансцендентний механізм дії правди регулює особистісні, групові та суспільні відносини, а саме:

- 1) розрізняє добру поведінку і правильне використання Закону, життя за Законом («добрий Закон, коли хто законно вживає його» (1Тим.1:8) і ;
- 2) визначає та засуджує дії, вчинки, наміри тих, хто порушує і живе не за Законом (1Тим.1:9);
- 3) застерігає («Бо що тільки людина посіє, те саме й пожне!» [1, с. 1298].

Цей Закон, як ми зазначали вище, має абсолютну дію і в непорушній єдності з абсолютною Істиною складає сутнісне ядро правди. Причому ця єдність визначає наслідки дії Закону правди: той, хто пізнає сутність правди і відповідно діє, – отримує позитивні результати; той же, хто не розуміє або розуміє поверхнево, – «вживає» Закон «незаконно» – матиме протилежне. При цьому для «законного вживання» Закону потрібно мати певні чесноти – «любов від чистого серця, і доброго сумління, і нелукавої віри» (1 Тим. 1:5). «Дехто в тім прогрішили були та вдалися в пустомовність, вони забажали бути вчителями Закону, та не розуміли ні того, що говорять, ні про що запевняють» (1 Тим.1:6,7). З цього можна зробити висновок, що не розуміння сутнісних смислів, поверхневі сприйняття багатьох складних речей світоутворення, особливо – духовних, призводять до «пустомовності», яка, на перший погляд, може мати досить самовпевнений і «аргументований» вигляд. Пустомовністю можна назвати й те, що позбавлене сутнісного, суттєвого, того, що визначає зміст речей (понять, явищ тощо).

Автор Послання попереджає, що в результаті нехтування «наукою правди» суспільство (а в ньому – й людина) отримає соціально негативні наслідки: «Знай же ти це, що останніми днями настануть тяжкі часи. Будуть-бо люди тоді самолюбні, грошлюбні, зарозумілі, горді, богозневажники, батькам неслухняні, невдячні, непобожні, нелюбовні, запеклі, осудливі, нестримливі, жорстокі, ненависники добра, зрадники, нахабні, бундючні, що більше люблять розкоші, аніж люблять Бога, вони мають вигляд благочестя, але сили його відреклися. Відвертайсь від таких! До них-бо належать і ті, хто пролазить до хат та зводить жінок, гріхами обтяжених, ведених усякими пожадли-востями, що вони завжди вчаться, та ніколи не можуть прийти до пізнання правди (виділення наше – С.П.)» (2 Тим. 3:1-7). Як бачимо, тут звертається увага на певний

сутнісний аспект навчання, що веде до «пізнання правди». Причому пізнання правди не є самоціллю – воно є необхідною умовою порятунку людини та суспільства. «Бо це добре й приємне Спасителеві нашому Богові, що хоче, щоб усі люди спаслися, і прийшли до пізнання правди» (1 Тим. 2:3,4).

Павло як учитель правди висловлюється не науковою, а простою, але натхненною мовою переконання. При цьому правда, що базується на Божому Слові, подається ним як тверда основа правильного вибору й дії, що веде людину (а відповідно й суспільство) до добра. У біблійному дискурсі правда тісно пов'язується з мудрістю: той, хто пізнає, дотримується і живе за правдою, – отримує мудрість; мудрість, у свою чергу, ґрунтується на правді. У Біблії розсудливість і мудрість – це методи пізнання правди. «Сину мій, якщо приймеш слова мої ти, а накази мої при собі заховаєш, щоб слухало мудрости вухо твоє, своє серце прихилиш до розуму, якщо до розсудку ти кликати будеш, до розуму кликатимеш своїм голосом, якщо будеш шукати його, немов срібла, і будеш його ти пошукувати, як тих схованих скарбів, – тоді зрозумієш страх Господній, і знайдеш ти Богопізнання, – бо Господь дає мудрість, з Його уст – знання й розум! (Прип. 2:1-6). Ці слова мудрого Соломона скеровують нашу увагу до джерела пізнання правди й мудрості і можуть бути корисними в медіаосвіті, зокрема в розвитку критичного мислення, формуванні ціннісних морально-етичних і суспільнозначущих орієнтирів користувачів медіа.

Варто зазначити, що фундаментальна цінність – справжня свобода – здобувається тільки через пізнання правди⁵. Біблійний постулат стверджує: «Як у слові Моїм позостанетеся, тоді справді Моїми учнями будете, і пізнаєте правду, – а правда вас вільними зробить!» (Ів. 8:31, 32), вказуючи таким чином на причиново-наслідковий зв'язок: «слово – навчання (пізнання) – правда – воля». Це є певним викликом і для медіаосвіти, яка «спрямована на захист суспільної моралі і людської гідності, протистоїть жорстокості і різним формам насильства, сприяє утвердженню загальнолюдських цінностей, зокрема ціннісному ставленню особистості до суспільства і держави, до людей, природи, мистецтва, праці та самої себе» [3].

Якщо радянська система, про яку ми згадували на початку цієї праці, використовувала медіаосвіту для забезпечення реалізації ідеологічних цілей і формування масової свідомості в певному ідеологічно визначеному напрямку, то система медіаосвіти, побудована на засадничих абсолютних цінностях, що апіорі мають загальнолюдський характер, спрямована на поступальний гармонійний розвиток особистості та суспільства. Вільний вибір на цій ціннісній платформі і забезпечує гармонію цього розвитку. Правда в цій аксіологічній системі виступає в ролі керівної цінності і визначального принципу водночас.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Для того, щоб «білка в колесі» змогла гідно оцінити, що насправді з нею та навколо відбувається, їй необхідно, як мінімум, вибратися за межі цього колеса і подивитися на процес збоку. Тільки виходячи за горизонт стереотипного мислення та узвичаєних моделей сприйняття світу, ми можемо відкритися для пізнання суттєво нового й ціннісного, що може критися, як виявляється, й у не по праву забутому старому.

⁵ Результати дослідження взаємопов'язаності правди і свободи викладені в статті: *Петренко С. «...І пізнаєте правду, – а правда вас вільними зробить»: правда й свобода у Біблії. / «Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Філологія». Випуск 78. – Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2018. – с. 67-73.*

Тож вище викладені результати пошуку та подальші дослідження «науки правди» можуть стати підґрунтям для створення аксіологічних модулів у медіаосвітні програми, що на основі біблійної аксіології і «науки правди», зокрема, формуватимуть ціннісний фундамент користувачів медіа як правдоцентричних особистостей і свідомих, високоморальних членів громадянського суспільства. Повернення до сутності та осмислення засадничо-ціннісних понять, і передусім – правди, сприятиме свідомому протистоянню маніпулятивним впливам та безпечному користуванню медіаресурсами, а також стане запорукою гуманітарної безпеки держави в умовах стрімкого розвитку новітніх медіа, інформаційно-комунікаційних технологій та поширення релятивності й нігілізму. При цьому біблійні настанови, мудрі приповіді можуть бути корисним матеріалом для роздумів, інтроспективних досліджень, критичного аналізу та набуття власного досвіду учнями, студентами, слухачами медіаосвітніх програм.

Список скорочень назв книг Біблії, що використовуються у тексті:

- 1 Тим. – Перше послання Павла до Тимофія;*
- 2 Тим. – Друге послання Павла до Тимофія;*
- Ів. – Євангелія від Івана;*
- Прип. – Книга приповістей Соломона.*

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Біблія, або Книги Святого Письма Старого й Нового Заповіту / Переклад І. Огієнка. — К.: УБТ, 2010. — 1376 с.
2. Брехня-2018. Як кандидати в президенти та лідери партій брехали та маніпулювали у передвиборчий рік. Рейтинг VoxCheck / «VOX Ukraine». – 2019. Доступ: <https://voxukraine.org/longreads/lie-2018/index.html>
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / «Media Sapiens». – Доступ: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/
4. Коропатник М. М. Медіаосвіта в Україні: історія і сьогодення. / Михайло Коропатник. Сіверянський літопис. – с.159-174.
5. Лось Й. Д. Журналістика перед новим викликом / Й. Лось // Львів: Вісник Львівського університету, серія: Журналістика. – 2004. – Вип. 25 – с. 18-43.
6. Маклюен М. «Понимание медиа: внешнее расширение человека» / Маршалл Маклюэн. – М.: КАНОН-прес-Ц-КУЧКОВО ПОЛЕ, 2003.
7. Михайлин І. Л. Журналістика як всесвіт : вибрані медіадослідження / І. Л. Михайлин. — Х. : Прапор, 2008. — 512 с.
8. Михайлин І. Л. Природа факту в площині журналістики. / Ігор Михайлин. Збірник Харківського історико-філологічного товариства / Харківський національний педагогічний університет; Харківське історико-філологічне товариство. — Харків, 2011. — Т. 14. — с.121-138.
9. Почепцов Г. Фейки и потеря правды. / Георгий Почепцов. «Media Sapiens». – 2018 // Электронный ресурс. Режим доступа: https://ms.detector.media/trends/1411978127/feyki_i_poterya_pravdy/

10. Різун В.В. Ідея журналістської освіти в контексті дискурсу про університет. / Університети Володимира Різун: слово на пошану з нагоди 60-річчя та праці ювіляра / упоряд.: Ю. В. Бондар, В. М. Корнеєв. – Одеса: Астропринт, 2017. – 384 с.
11. Різун В. В. Теорія масової комунікації : підруч. / В. В. Різун. – К. : ВЦ «Просвіта», 2008. – 260 с.
12. Fletcher R., Cornia A., Graves L., Nielsen R. Measuring the reach of “fake news” and online disinformation in Europe / Richard Fletcher, Alessio Cornia, Lucas Graves, Rasmus Kleis Nielsen. Reuters Institute, University of Oxford. – 2018 // <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2018-02/Measuring%20the%20reach%20of%20fake%20news%20and%20online%20distribution%20in%20Europe%20CORRECT%20FLAG.pdf>
13. Kavanagh J., Rich M. Truth Decay. A Threat to Policymaking and Democracy. / Jennifer Kavanagh, Michael D. Rich. «RAND Corporation». – 2018 // https://www.rand.org/pubs/research_briefs/RB10002.html

***Аннотація.** В статті розглянуто актуальна проблема «розпаду правди» в сучасному мас-медійному просторі та пов'язаних з нею викликів медіаосвіти, наведено короткий аналіз вітчизняних та зарубіжних досліджень цієї проблеми, наведено основні результати наукових досліджень автора щодо пошуку сутності та абсолютних значень правди в соціально-аксіологічному дискурсі Біблії. Розглянуто аксіологічний аспект «науки правди». Визначено роль науки правди в системі медіаосвіти.*

***Ключові слова:** медіаосвіта, правда, наука правди, медіа, соціальні комунікації, правда в Біблії, аксіологія, розпад правди*

***Abstract.** The article considers the actual problem of decay of truth in the modern media scene and related it the media education challenges, analyzes domestic and foreign studies of this problem and outlines the main results of scientific researches of the author on the search for the essence and absolute terms of the truth in the socio-axiological discourse of the Bible. The axiological aspect of “the science of truth” have been considered. The role of the science of truth in media education is determined.*

***Key words:** media education, truth, science of truth, media, social communication, truth in the Bible, axiology, truth decay*

*Оксана Попкова
Херсонський державний університет
аспірантка кафедри української мови*

МОВНА ЕКОНОМІЯ ЯК ЗАПОРУКА УСПІШНОЇ МЕДІАГРАМОТНОСТІ

У статті здійснено короткий аналіз поняття мовної економії, а також причин його виникнення. Зокрема аналізуються деякі аспекти медіатекстів, що впливають на медіаграмотність сучасного реципієнта. Вплив є очевидним, а тому правильність розуміння короткої вербальної форми є запорукою успішної медіаграмотності.

Ключові слова: *мовна економія, інновація, медіаграмотність, мова ЗМІ.*

Важливою рисою журналістської майстерності є вміння володіти словом. Адже журналіст зобов'язаний розвивати культуру мовлення, бо літературна мова – основний робочий інструмент медійника. Піклування про культуру мови поєднується з виконанням пресою високої культурної місії – бути основним каналом масового мовного спілкування на сьогодні. Через те, що вустами журналіста розмовляє ціла нація, це накладає на нього відповідальність за об'єктивне відображення реальності, правильне декодування медіатексту. Професійний журналіст повинен вміти підбирати відповідну літературну форму для вираження думок. І ця форма повинна бути адекватною змістові. На сьогодні під час стрімкого розвитку подій медійник прагне завоювати увагу свого споживача, який, здебільшого, хоче за короткий час отримати максимум інформації й не бажає сприймати довгі синтаксичні конструкції або складні для розуміння слова, які дуже часто можуть спонукати до неоднозначних тлумачень.

У наш час важко не помітити стрімкий розвиток засобів зв'язку та інформаційних технологій, що видозмінили людське спілкування.

Основною функцією мови є комунікативна, а лаконічність і зрозумілість викладу інформації завжди цінувалася комунікантами. Питання мовної економії, що вже не перше десятиліття викликає зацікавленість вітчизняних та іноземних лінгвістів, з часом набуває все більшої актуальності. Під час розмови ми намагаємося значно скоротити свої висловлювання, що є прямим наслідуванням принципу мовної економії. Це спричинене, насамперед, швидким розвитком інформаційних технологій та змінами в со-

ціальній сфері. Пов'язана з прискоренням темпу життя сучасної людини необхідність економії часу та зусиль – це одна з причин активізації тенденції економії мовних зусиль [5, с. 60].

Однією з основних причин появи явища «мовної економії» є, на думку

А. Нелюби, масовість і одночасність найменування великої кількості закладів, установ і т. ін., номінативна некомпетентність і «лінощі» авторів назв. Як наслідок первісна багатослівна назва є незграбною, неекономною, що, зрештою, змушує звертатися до скорочування [5, с. 30].

Медійна сфера, безпосередньо пов'язана з процесом комунікації, у цивілізованому суспільстві, а також виконує важливі функції – вона покликана збирати, зберігати, передавати, поширювати інформацію, адже найголовнішим є навчити реципієнтів мислити самостійно, критично, порівнювати, піддавати сумніву інформацію, перевіряти джерела, створювати власні медіаповідомлення, а отже і бути медіаграмотним.

Метою нашої статті є з'ясування поняття мовної економії, а також причин його виникнення, а відповідно до цього встановити: якими мовними засобами здійснено реалізацію економії у сучасних медіатекстах. Ставимо за мету з'ясувати, як сьогодні журналісти реалізують процес компресії на лексичному рівні, а саме закон економії мовних ресурсів, що виявляється у пошуках більш вдалих (коротких) мовних конструкцій та який відповідає сучасній медійній комунікації, що означає просто і доступно доносити думку реципієнту. Адже людина стає медіаграмотною, коли вчиться аналізувати медіатексти, розуміти їх вплив на особистість і суспільство .

Об'єктом дослідження є активні процеси сучасного українського словотворення у медійній сфері. Предметом спостереження – семантичні особливості словотвірних утворень.

Незважаючи на те, що явище мовної економії вже було предметом вивчення багатьох лінгвістів як у попередні періоди розвитку української мови, так і на сучасному етапі, воно залишається ще недостатньо дослідженим. Інтерес лінгвістів до вивчення розуміння важливості сприймання інформації з різних джерел невпинний і постійний. Він визначається, насамперед, роллю явища мовної економії у визначеній комунікативній сфері (ЗМІ) та їх розмаїттям.

Перед собою ставимо завдання: дослідити та показати актуальні приклади мовних економій, які проєктуються на медіатексти, а також впливають на медіаграмотність українських реципієнтів.

Початок вивчення явищ мовної економії Р.Будагов відмічає ще у XVII столітті і пов'язує з Рене Декартом, потім дослідження прослідковуються у працях Герберта Спенсера, датовані XIX століттям; пізніше згадує таких науковців, як Герман Пауль, Олександр Потебня, Поль Пассі, Отто Єсперсен, Андре Мартіне та ін. [2, с. 30].

В лінгвістичних дослідженнях зазначається, що точкою відліку вивчення проблеми економії мовних засобів можна вважати 80-ті рр. минулого століття. Проте сутність лінгвістичної економії в мові та мовленні була відома ще в стародавні часи, хоч античні лінгвісти і не використовували термін «економія» [3, с. 9]. Дослідженням поняття мовної економії активно займалися І. А. Бодуен де Куртене, Г. Пауль, О. А. Потебня, Г. Суїт, П. Пассі, О. Єсперсен, Г. Фрей, А. Мартіне, Х. Мозер, А. І. Ковригіна та інші. Сучасні науковці Ж. Колоїз,

Г. Вокальчук, Є. Карпіловська, А. Нелюба, С. Лук'яненко, Д. Мазурик,

А. Мойсієнко, О. Стишов розглянули мовну економію з погляду okazіонального словотвору, а також проаналізували виникнення і функціонування неологічної лексики

в мові ЗМІ. Мовознавець Т. Береза, опрацювавши твори української літератури та переклади світової літератури, дійшов висновку, що в українській мові є достатньо вишуканих слів, якими можна замінити розлогі конструкції [1, с. 30].

Основними причинами виникнення мовної економії лінгвісти традиційно вважають: екстралінгвістичні, до яких відносять біологічні та соціальні фактори, та власне лінгвістичні. Наприклад, Б. О. Серебренников є прихильником біологічного фактору економії в мові. Лінгвіст вважає, що джерелом економії є організм людини і пояснює це явище як один із проявів інстинкту самозбереження, нібито це є певна реакція на надмірну витрату фізіологічних зусиль та різного роду незручності, що значно ускладнюють роботу пам'яті, а також на здійснення певних функцій головного мозку, які пов'язані з продукуванням та сприйняттям мовлення. Через це мовознавець вважає, що спростування явища мовної економії означало б заперечення всіх захисних функцій організму людини, тому що саме володіння мовою дозволяє людині значно розширити свої можливості в процесі взаємодії з іншими людьми [7, с. 100].

До соціальних факторів виникнення мовної економії належать поява та стрімкий розвиток таких видів комунікації, як електронна пошта, sms-повідомлення, спілкування в мережі Інтернет. Величезний об'єм інформації, яку ми отримуємо та сприймаємо кожного дня, прискорення наукового-технічного прогресу, прагнення зекономити час та мінімізувати затрати на сприймання інформації, змушує нас скорочувати свої думки до мінімуму, створюючи тим самим нові економні форми вираження [5, с. 82].

Щодо лінгвістичних причин мовної економії медіатекстів, то вони зумовлені тим, що мова, як складна система, знаходиться у постійному стрімкому розвитку. Так, наприклад, дослідниця К. Е. Штайн назвала цей процес динамікою, елементи якої взаємодіють один з одним, що викликає в мовній системі та медіаосвіті нові сполуки та утворення, так звані синтези. В цих синтезах поєднуються елементи мови з протилежними властивостями та утворюють елемент нового порядку на периферії мови [9, с. 26].

Звичайно ж на сьогодні медіаосвіта, як процес «розвитку й саморозвитку особистості на матеріалах та за допомогою засобів масової комунікації», що «покликана формувати культуру комунікації, вміння усвідомлено сприймати, критично осмислювати, інтерпретувати медіатекст з метою розширення загальних, соціокультурних та професійно значущих знань, комунікативних та творчих здібностей» [6, с.10].

Медіатекст, на відміну від звичайного тексту, – є витвором масовоінформаційної діяльності та масової комунікації, що має на меті вплинути, переконати. А це означає, що медіатекст можливо потлумачити як особливий різновид інформаційного і впливового дискурсу.

Серед сучасних лінгвістичних досліджень вивчення особливостей функціонування мови в мас-медійній комунікації виступає на передній план: мас-медійний дискурс відображає історичну епоху, життя народу, картину національної мови. Бурхливе сучасне буття спричинило активні зміни в технічних засобах інформування та й в самій мові.

Споживач медіапродукції вимагає інформації, поданої якісною мовою. Одним із критеріїв якості мови є правильний добір слів, який нерідко полягає у використанні влучного слова, яке здатне замінити громіздку «заяложену» конструкцію чи кліше.

Крім того, відомим є таке явище як нерозуміння, несприйняття таких слів, оскільки не завжди реципієнт правильно, критично і об'єктивно сприймає певне мовне явище відображене всього лише в одному слові.

Наведені нами приклади засвідчують уміння журналістів замінити об'ємні синтаксичні структури одним словом.

Цілком логічним є поява в мові сучасного медіатексту значної кількості неологізмів, а саме: словотвірних неологізмів (*ведмедокурча, верховнозрадець, дощовітер, електромільярдер*), семантичних неологізмів (*україновиховання, вуглехолдинг, царедворець, зубодерня*), індивідуально-авторських okazіоналізмів (*кінобабах, маскосвинство, незрадьмайданники, пахучовітер*).

Цікавими є зразки сучасних лексико-словотвірних інновацій. Ось приклади заміни громіздких структур словами:

- **Відеохалтурка** (зневажливо до *відеохалтура*). *Переглядаючи образливу відеохалтурку, я не міг позбутися думки, що “квартильникам” знову, як колись в Юрмалі, захотілось хвицьнути Україну, представити її дикою маргіналізованою країною* (zaxid.net, 19.10.16);
- **Гуглтерапія** (терапія **Гґгл(ом)**) – ослівлення словосполучення *терапія Гуглом*. *Так звана гугл-терапія, що підказує людям, яку чарівну таблетку треба купити та де* (1+1, 05.12.18);
- **Домовняк** – домовитися (опредметнена дія (процес), названа дієсловом *домовитися*). *Ефективна поліцейська робота – це ж не перегони з блимавками, а запобігання проблемам через негласний “домовняк” з проблемними групами* (СТБ, 08.02.2019);
- **Емпешність** – «емпешний» – **еМПé** (опредметнена ознака, пов’язана з МП (Московський патріархат). *Свою упецешність і не емпешність треба доводити не писульками на папірцях, а конкретними справами*. (FB: К. Холодов, 31.03.15);
- **Зозулемобіль** – [**Зозул(я) + авто**]мобіль (автомобіль Ю. Зозулі (український поліцейський). *Із зозулемобіля невідомі викрали техніку* (Канал 24: Весті UA, 01.08.15);
- **Зрадофіл** (особа-прихильник зради). *Наші за кордоном. “Зрадофіл” Григорчук* (назва статті) (uafootball.com, 17.05.16);
- **КацапоЗМІ** – **кацап-ськ(і) ЗМІ** або **ЗМІ кацап(ів)** (ослівлення словосполучення *кацапські ЗМІ* чи *ЗМІ кацапів*). *Так само зараз кацапо-ЗМІ брешуть про “укро-фашистів” – пропаганда ІТІ* (FB: Тера Певт, 15.05.15);
- **Лайкоман** (особа, яка любить лайки (знаки схвалення чогось у соціальних мережах та інших онлайн-ресурсах). *Перелякані лайкомани намагалися перевести все в жарт* (Канал 24: Весті Кремля, 13.07.16);
- **Медісхамелеон** – **медій-н(ий) хамелеон** (ослівлення словосполучення *медійний хамелеон* (ідеться про людину, яка змінює свою політичну чи громадянську позицію);
- **Навангувати** (завершена дія (процес), пов’язана з Вангою (передбачити як Ванга). *Божидар Караджов раніше «навангував» катастрофу літака європейської авіакомпанії і катастрофу двох поїздів в Болгарії* (expres.ua, 18.02.15);
- **Обіданок** (**обід + сніданок**) поєднання обіду і сніданку (український аналог до англ. *brunch*). *Я збирався сказати тобі під час обіданку, який ми запланували* (серіал «Кремнієва долина», сезон 3, серія 8);
- **Окешити** (завершена дія (процес), пов’язана з кешем (отримати готівку). *Довелося їхати в нічний супермаркет, де з задоволенням “окешили” чек (ще б пак, це позбавило його власників від поїздки в банк)* (СТБ, 02.02.16);
- **Офшоргейт** (скандал (розголос), пов’язаний з офшором). *Офшоргейт Порошенка: замітання слідів* (назва статті) (УП, 06.04.16);

- **Піцедрон** (дрон, який переносить піцу). *Як виявилось, коптер може осилити лише одну коробку, тому про масовість застосування одеського піцедрону поки не йдеться* (dsnews.ua, 20.10.16);
- **Трампитися** (дія, пов'язана з Д. Трампом (кандидат у президенти США). *Щось «трампилося»* (1+1, 02.03.19);
- **Фейкопрóm – фэйк-ов(а) пром-ислóвість** (ослівлення словосполучення *фейкова промисловість*). *Медальки від фейкопрому* (назва статті) (UA: Перший, 01.03.19);
- **Хатоскрайник** (особа з принципом *моя хата скраю*). ... *інші – космополітичні або нетерпеливо короткозорі «хатоскрайники» – не розуміючи суті воєнного конфлікту між Україною і Росією, намагаються уникнути мобілізації* (UA: Перший, 18.03.18);
- **Чоботолиз** (особа, яка лиже чоботи). *Зрештою, в ній немає нічого нового: все давно «переспівано» примітивно-агресивними яничарами на кшталт пискливих мартинючків, а ще раніше – царськими чоботолізами, хоч деградація українофобів очевидна* (ЛУ, 29/16, с. 4). Професійне застосування цих засобів сприяє мовній економії.

Не менш поширеним у медіатекстах є явище утинання слів, що привертало увагу науковців неодноразово, спробуємо побіжно розглянути деякі з них: *фанатик, фанат, фан, професіонал-профі, депутат – деп, фестиваль-фест, тележурналіст – тележурник, радіожурналіст – радик, вундеркінд – вундик, стадіон – стадік, ризик – рез* тощо.

Скорочення слів і основ – ще один із найпоширеніших способів творення сленгових одиниць у соціальних мережах. Наприклад: *інфа, інет, комп*. Деякі з наявних в українській мові утинків потребують окремих пояснень, щодо особливостей їх вживання, оскільки використовуючи такі вирази слід дуже доречно їх відбирати для правильного їх розуміння.

Поширення явища мовної моди є дуже доречним з погляду мовної економії у медіалінгвістиці, оскільки вживання в медійній комунікації нових мовних одиниць, які використовуються в нових інформаційних реаліях з оновленою семантикою і стилістичними функціями є дуже актуальним. Цікаво, що ЗМІ часто тиражують ці мовні явища, що закарбовуються в масовій свідомості реципієнтів, а ті в свою чергу потім дуже часто ними користуються. Напр.: **самофóто** (фото, яке робиш сам (український відповідник до англ. *selfie*). *На темі небезпечних самофотів вже активно спекулюють і російські ЗМІ* (Канал 24: Весті Кремля, 08.06.15) або ще й такі кумедні найменування: *самознімка, самосвітлик* (від *сам* + *світл(ина)* + суфікс *-ик-*), *себешечка, самоклац, себеклац, особисточка, себенчик, селфі-нація, селфіцид, селфівник* – те саме, що й селфі; *підписник, постешник, відслідковувальник, споглядальник* – інтернет-дописувач.

Отже, процес розуміння та оцінювання суті медійного тексту та його основного призначення дав нам підстави виявити основні стратегії та тактики з медіалінгвістичної точки зору, що впливають на медіаграмотність українських реципієнтів (маніпуляція, вплив, оцінність та уникнення конфліктності).

Наші спостереження засвідчили, що економії мови можна досягти шляхом словотвору та активним уживанням семантично містких слів. Уміле наповнення слова змістом, створення й поширення медіатекстів, визначення їх джерел є виявом журналістської майстерності. Це в свою чергу дає змогу адекватно сприймати, інтерпретувати, оцінювати медіа тексти, а значить – бути медіаграмотним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Береза Т. Гарна мова – одним словом: словник вишуканої української мови / Т. Береза. – Львів: Апріорі, 2015.
2. Будагов Р.А. Определяет ли принцип экономии развитие и функционирование языка // Вопросы языкознания. – 1972. – № 1. – С. 17 – 36.
3. Медіалінгвістика : словник термінів і понять / Л.І. Шевченко, Д.В. Дергач, Д.Ю. Сизонов / За ред. Л.І. Шевченко. – Київ, 2014.
4. Медіаосвіта та медіаграмотність [Електронний ресурс] : підручник / Ред.-упор. В. Ф. Иванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. 2-ге вид., стер. – К.: Центр вільної преси, 2013. – 352 с.
5. Нелюба А. Явища економії в словотвірній номінації української мови. – Х., 2007. – 302 с.
6. Онкович Ганна. Віртуальний інтегрований простір знань і засоби освіти / Г. Онкович // Педагогічні науки: Збірник наукових праць. – Полтава, 2010. – Вип.2. – С.10-15.
7. Серебренников Б. А. Вероятностные обоснования в компаративистике: Учеб.пособие / Б. А. Серебренников – М. : Наука, 1974. – 352 с.
8. Стрельбицька Л. Інтернет як полігон розвитку природної мови / Л. Стрельбицька // Вісн. Нац. ун-ту «Львівська політехніка». – 2005. – № 538. – С. 33–38.
9. Штайн К. Э. Переходность и синкретизм в свете деятельностной концепции языка [Текст] / К. Э. Штайн // Сб. ст. научно-методического семинара TEXTUS. – Ставрополь, 2005. – С. 11–26.

В статтє осуцествлен краткий анализ понятия языковой экономии, а также причин его возникновения. В частности анализируются некоторые аспекты медиатекстов, влияющие на медиаграмотность современного реципиента. Влияние очевидно, поэтому правильность понимания короткой вербальной формы является залогом успешной медиаграмотности.

Ключевые слова: *языковая экономия, инновация, медиаграмотность, язык СМИ.*

The article gives a brief analysis of the notion of language economy, as well as the reasons for its occurrence. In particular, some aspects of media texts that influence the media literacy of a modern recipient are analyzed. The effect is obvious, and therefore the correct understanding of a short verbal form is a guarantee of successful media literacy.

Key words: *language economy, innovation, media literacy, media language.*

МЕДІАОСВІТА
ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ
В ДОШКІЛЬНИХ
НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Євстрат'єва Оксана Миколаївна
вихователь КЗ «Краснонавлівський ДНЗ
(ясла – садок) «Оленка»
Лозівської районної ради
Харківської області»

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТИ З ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ БАТЬКІВ ДОШКІЛЬНИКІВ У ТРІАДІ ПАРТНЕРСТВА “ ПЕДАГОГИ – ДІТИ – БАТЬКИ ”

У статті висвітлено особливості роботи з формування медіаграмотності батьків вихованців ЗДО як зв'язуючої ланки з медіаосвіти дошкільників.

Ключові слова: сучасні діти дошкільного віку, медіаграмотність, співпраця.

Мета роботи – описати створені умови для підвищення рівня медіаосвіти дошкільників до вимог НУШ засобами впровадження в освітній процес ЗДО інформаційно – комунікативних технологій та організацію роботи для підвищення медіаграмотності батьківського загалу.

Актуальність. Швидка зміна інформаційних технологій, розширення їх спектру, входження у всі сфери життя, потреба до мережі Інтернету (планшети, смартфони, комп'ютери тощо), спонукають до створення нової системи освітнього простору правильного використання медіапродуктів та медійних засобів батьками та дітьми.

Завдання:

- Підвищення рівня медіаграмотності батьків
- Інформування батьків з новинками, що відбуваються в закладі
- Інноваційний, науковий, консультативний супровід педагогічної діяльності в роботі з батьками.
- Формування мотивації на широкоформатне спілкування
- Включення батьків в процес активної співпраці,
- Висвітлення всіх аспектів взаємодії з батьками

Засоби:

- Мультимедійні презентації,
- відеопрезентації,
- мультимедіа енциклопедії,
- Інтернет ресурси,
- Мобільні гаджети

Науково-інформаційний простір, розширення міжнародних контактів у всіх галузях людської діяльності, вільний доступ до інформації, розвиток телекомунікаційних технологій створюють принципово нові умови для освіти. Дошкільна освіта на сучасному етапі демонструє перебудову моделі виховання, спрямованість на особистість та індивідуальність дитини згідно вимог освітніх політик НУШ.

Все більше і більше дітей користується Всесвітньою мережею Інтернет. Дитина дошкільного віку без проблем включає комп'ютер, планшет, мобільний телефон чи інший гаджет щоб задовольнити потребу у грі, прослуховуванні музичних композицій, переглянути мультфільм, або дитяче кіно і зробити це все за допомогою мережі. Вміння користуватися мережею Інтернет надає дітям неймовірні можливості для творчості, спілкування, здійснення відкриттів. Дуже шкода, що доступність до інформаційних ресурсів не завжди безпечна для маленьких користувачів. Щоб запобігти шкідливому впливу на малодосвідчених, незахищених від шкідливого впливу різноманітного та часто агресивного потоку інформації науковцями було запропоновано медіаосвіту.

Медіаосвіта – частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіа культури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії з сучасною системою мас-медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Це означає, що людина має вміння опрацьовувати інформацію подану як традиційними засобами (друк в газетах та журналах, кіно, телебачення чи радіомовлення) так і сучасними (розміщення інформації в мережі Інтернет, спілкування в соціальних мережах, мобільний зв'язок тощо). Медіаосвіта має на меті виховання медіаграмотності.

Медіаграмотність – сукупність знань, умінь та навичок, які дозволяють аналізувати і розуміти й аналізувати складні процеси функціонування медіа в суспільстві, та їхній вплив. Медіаграмотною вважається людина, яка може створити медіа повідомлення або проаналізувати вже існуюче, помічати пропаганду, цензуру, розуміти які ще фактори впливають на інформацію і кут її подачі. Наприклад, прочитавши повідомлення в мережі, вміння сортувати їх на корисні та шкідливі. До шкідливих можна віднести провакаційні тексти, такі що містять нецензурні вислови, пропаганду чогось, що вважається аморальним в суспільстві. До речі, так можна сортувати мультфільми, відеоролики, комп'ютерні ігри, соціальну рекламу – все, чим цікавиться дитина дошкільного віку.

Чому ми вирішили звернутися до цієї теми? Швидка зміна інформації, розширення медіапростору, засилля гаджетів спонукають до створення нової системи освітнього простору, де вчать працювати з інформацією, а також грамотно використовувати медіапродукцію та медійні засоби. Крім того, орієнтація ЗДО на вимоги Нової української школи підштовхують вихователів до визначення нового вектору діяльності. Тому, зважаючи на необхідність створення умов для реалізації педагогіки партнерства та враховуючи потреби закладу, ми і визначили 3 вектори діяльності закладу, за якими потрібно працювати:

1. Формування рівня медіакультури педагогів та батьків.
2. Закладення підвалин медіаграмотності дітей.
3. Знаходження нових форм роботи з усіма учасниками освітнього процесу з формування медіаграмотності.

Безперечно, найкраще прищеплювати медіаграмотність з раннього дитинства через інтеграцію елементів медіаосвіти в навчальний процес. Чому? – запитаєте Ви. А тому, що ми спостерігаємо на кожному кроці таку картину: мама годує новонароджену дитину, а сама в цей час або сидить перед телевізором, або перед комп'ютером, а

швидше за все тримає в руці який-небудь гаджет. А що ж дитина? А дитина поступово спочатку звикає до яскравої плями, потім починає реагувати на звук, потім на швидку зміну кадрів цих медіазасобів... і все. Дитина вже стає медіазалежною від гаджетів. Як же захистити дитину? Дитину потрібно не захищати від медіа – вона має готуватися до того, щоб бути активним учасником медіапроцесу. Вихователі та батьки як партнери освітнього процесу мають докласти спільних зусиль, аби дитина була не тільки споживачем медіапродукції, а її активним творцем. Щоб батьки долучилися до цього процесу, потрібно пояснити їм, наскільки важливо це для фізичного і духовного здоров'я дитини навчити її правильно споживати медіапродукцію та доречно використовувати медійні засоби. Тому педагоги нашого закладу поставили перед собою завдання донести до батьків своїх вихованців, що можна використовувати гаджети не тільки для гри, а й з освітньою метою, для створення власної медіапродукції.

З чого розпочати батькам? Як правильно навчити дитину користуватися інформацією, розміщеною в Інтернеті, бути впевненими у тому, що вона є безпечною?

Саме впровадження медіаосвіти в освітній процес в нашому закладі, дало поштовх до формування медіакультури педагогів, батьків вихованців, розв'язанню проблеми підготовки дитини до спілкування із засобами масової комунікації під час соціалізації.

Для того щоб оптимально організувати просвітницьку роботу з медіаграмотності батьків вихованців закладу, потрібно було спочатку здійснити роботу з педагогами, бо вони є зв'язуючою ланкою між дітьми та батьками: реалізувати тріаду взаємодії. Педагогам потрібно самим бути медіаграмотними і працювати в двох напрямках – це робота з дітьми та всеобуч батьків. Тільки тоді ми підготуємо дошкільника до безпечної взаємодії зі світом в медіапросторі.

...рр.



Всі ці виклики часу, нові вимоги до майбутніх учнів Нової Української Школи і спонукали наш педагогічний колектив змінити традиційні форми роботи з батьками на більш сучасний формат спілкування. І просвітницьку роботу з батьками вихованців педколектив здійснює на основі включення сім'ї в освітній простір з використанням нових технічних засобів.

Ми почали з медіапросвіти педагогів. Провели роботу з:

- Формування медіаграмотності для здійснення медіаосвітньої діяльності в аудиторії дошкільників та їхніх батьків;

- Оволодіння навичками роботи з медіаресурсами, які дозволять бути свідомими користувачами Інтернету, будуть спроможні створити і вести персональний сайт, блог;
- Впровадження сучасних засобів навчання, технологій опрацювання інформації;
- Здійснення інноваційного, наукового, консультативного супроводу педагогічної діяльності в роботі з батьками;
- Формування мотивації на широкоформатне спілкування в єдиному медіапросторі освітнього середовища закладу дошкільної освіти;
- Проведення моніторингу ефективного засвоєння умінь та навичок всіма учасниками освітнього процесу.

Для цього з педагогами були проведені такі заходи:

тренінги: «Вплив інформаційного простору на формування особистості дошкільника», «Медіаграмотність батьків запорука готовності дітей до життя в медіасуспільстві».

круглі столи: «Суперечливий вплив медіа», «Медіаграмотність як дієвий засіб впливу на загальний розвиток сучасного дошкільника», «Медіапрезентація на допомогу вихователям».

семінари-практикуми: «Медіаосвіта дошкільників через обізнаність батьків це виклик чи проблема?», «Інтерактивні технології для розвитку дитини дошкільного віку», «Знайомтеся – Prezi – нова форма презентації».

майстер-клас «Формування культури спілкування та співпраці в Інтернет-просторі»

Це спонукало до творчого підходу в реалізації *Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція)*, в якій наголошується що «медіаосвіта дошкільна

- є принципово інтегрованою і спрямована на збалансований естетичний та інтелектуальний розвиток особистості дитини
- забезпечує її захист від агресивного медіа середовища
- уміння орієнтуватись, обирати і використовувати адаптовану відповідно до вікових норм медіа продукцію».

Як наслідок – робота відразу в двох напрямках: з дітьми та батьками.

Для дошкільників: створили умови для того, щоб дошкільнята:

- критично сприймали, аналізували, декодували, інтерпретували інформацію; спочатку вчили аналізувати, потім розбирали на складові, пояснювали, що любий медіа продукт кимось, для конкретних цілей створений.
- оволоділи медіаінформаційною грамотністю; намагались на практиці доводити отриману інформацію: наприклад що, забруднену воду можна очистити та використовувати для побуту. Як це зробити шукали в Інтернеті, а потім експериментально робили в групі.
- творчо за допомогою засобів нових медіа самостійно створювали медіатексти. Спільно робили малюнки, листівки, анонси, рекламу яку потім розміщували як стіннівки, на сайті закладу.

Тому, випускники закладу

знають:

- інформація існує в різних формах, є різні джерела інформації (телебачення, Інтернет, планшет, книги, відео, радіо, інші люди);
- як поставити запитання про достовірність цієї інформації.

уміють:

- висловлювати елементарні потреби і емоції щодо засобів масової комунікації, показують, що їм подобається,
- висловлювати думку про медіатвір і своїми словами обґрунтувати її,
- можуть на базовому рівні розрізняти погане і хороше в медіатексті,
- створювати разом з педагогами, батьками власні медіа продукти.

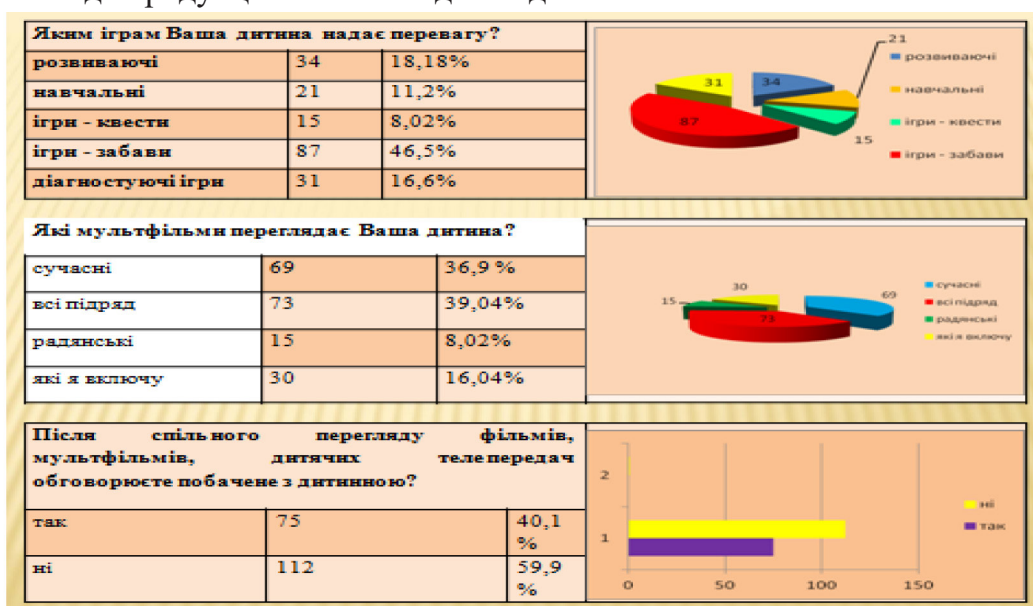
У впровадженні медіаосвіти перевагу віддаємо ігровій та практичній діяльності дітей. Це дидактичні, сюжетно-рольові, творчі ігри, ігри-драматизації, екскурсії територією селища, бесіди за мультфільмами, відвідування музею, а також здійснення віртуальних екскурсій музеями, визначними місцями України, далекими країнами. Проводимо фотосесії для сайту дошкільного закладу, пояснюючи дітям на практиці, що таке план, ракурс, освітлення, композиція, викладаємо спільні фото роботи театралізованого гуртка. Ми вважаємо, що ігри з конструктором Лего, створення реклами можуть бути першими сходишками до розвитку критичного мислення дошкільників, а сюжетно-рольові ігри з використанням мобільного засобу зв'язку дозволяють дітям на практиці засвоїти правила самозбереження в критичних ситуаціях.

Двічі на рік проводимо моніторинг навичок сприйняття дітьми різноманітної медіапродукції.

Для роботи з батьками педагоги визначили різні напрями діяльності:

- інформування батьків про нововведення та події із життя закладу;
- спонукання їх до включення в процес активної співпраці щодо впровадження медіаосвіти в систему роботи ЗДО;
- формування в них знань щодо негативних тенденцій, що створюють засоби масової інформації;
- навчання батьків відбирати, аналізувати, критично осмислювати медіатексти та визначати їх цінність для дошкільників;
- використання ресурсів мережі Інтернет, рекомендованих педагогами закладу;
- формування мотивацію до широкоформатного спілкування.

Будь-яка робота починається з діагностичного блоку. Для початку вихователями були розроблені анкети та проведено анкетування з батьками для визначення їхньої медіаграмотності, обізнаності щодо психологічних особливостей дошкільників як користувачів медіапродукції та їхніх медіавподобань.



Моніторинг показав, що багато батьків інформацію щодо правил користування гаджетами не сприймають належним чином, не контролюють час користування ними, навіть виявились такі, що не знають взагалі чим цікавиться їхня дитина. За результатами онлайн-опитування батьків виявилось, що діти молодшого дошкільного віку частіше використовують цифрові медіа для ігор і потокового перегляду так блискавично, що батьки навіть не встигають зафіксувати те, що в їхньому розумінні являє собою «клік». Більша половина опитаних не обізнані з технічними засобами для фільтрації контенту, і тільки чули про можливі ризики. Існує також і соціальне розмежування: діти із заможніших сімей мають доступ до гаджетів із сенсорними екранами, а діти з родин із нижчими доходами частіше користуються ноутбуками, або персональними комп'ютерами.

Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, входження в повсякденне життя дошкільників гаджетів, низька обізнаність щодо медіаосвіти дітей дошкільного віку – усе це спонукало нас до проведення просвітницької роботи з батьками та їхнього навчання до вмiлого, а головне безпечного користування медійною продукцією.

Педколектив просвітницьку роботу з батьками вихованців здійснює на основі включення сім'ї в освітній простір з використанням нових технічних засобів. Активно використовуючи ІКТ в організованій роботі з батьками педагогами пропонуються різні форми взаємодії: створення мультимедійних презентацій, виготовлення друкованої продукції за допомогою офісних програм Publisher, PowerPoint, он-лайн тестування та опитування, он-лайн-спілкування. За допомогою сайту дошкільного закладу були проведені тестування та опитування «Чи корисне знання ПК сучасному дошкільнику?», «Вимоги до користування ПК в домашніх умовах», «Як обмежувати час спілкування з гаджетами?», «Готовність старших дошкільників до навчання у школі» та інші.

Проведена робота допомагає спланувати роботу з медіаосвіти батьків, яка сьогодні набуває все більшої актуальності, адже саме батьки повинні допомогти дітям зрозуміти, як використовуються мас-медіа в суспільстві, оволодіти навичками використання медіа в процесі комунікації з іншими людьми та забезпечити знаннями про те, як аналізувати, критично осмислювати, передавати інформацію. А доба, в яку ми зараз живемо, так і називається інформаційна, і в перше чергу батьків ми маємо навчити працювати з медіаінформацією.

Одна з головних умов впровадження комп'ютера в освітній процес ЗДО – з дітьми повинен працювати фахівець, який добре володіє знаннями про технічні можливості комп'ютера, навичками роботи з мультимедійним обладнанням, чітко виконує санітарні норми і правила безпеки з електроприладами в установах освіти, добре орієнтується в комп'ютерних програмах, розроблених спеціально для дошкільників, знає етичні правила їх застосування і, тому, залучає дітей до нових технологій. Крім того, фахівець повинен добре знати вікові анатомо-фізіологічні й психічні особливості маленьких дітей і освітню програму ЗДО.

Комп'ютерні технології «рятують» як педагога, так і дитину від важкої рутинної роботи. Крім того, вони відкривають нові можливості використання педагогічних прийомів у традиційній методиці.

Ще педагогами для батьків були організовані і проведені тренінги «Інформаційна обізнаність батьків щодо використання нових технологій в ЗДО згідно Базового компонента, а саме медіапродукції для дітей покоління Z», «Батьки – дитина – Інтернет», «Психологічна залежність від ПК і як її розпізнати?», «Як створити навчальну презент-

тацію з дітьми вдома». Вихователі знайомили батьків з інноваційними методиками та технологіями, які застосовуються в дошкільному закладі. Змістовно, цікаво та невимушено в кожній віковій групі вихователі разом із батьками проводять заняття, майстер-класи, розваги, свята, під час яких діти демонструють свої знання, здібності, уміння та навички, а батьки набувають практичних навичок взаємодії із власними дітьми.

Для того щоб повною мірою користуватися перевагами медіа, важливо знати ризики, щоб розпізнавати їх та спробувати уникнути. Наприклад, ми провели тренінг «Реклама в нашому житті – за і проти». Батьки були дуже здивовані, коли крім красивої картинки побачили приховані способи впливу, і підтвердили, що цей вплив може розпізнати не кожен дорослий, не те що дитина дошкільного віку. Отримали домашнє завдання: разом із дітьми порахувати кількість рекламних роликів під час перегляду дитячої передачі, або рекламних бігбордів по дорозі до дитячого садочка, розділити їх на групи, визначивши, що саме вони рекламують: продукти, іграшки, парфуми, одяг чи засоби гігієни. Батьків це так захопило, що вони провели з дітьми міні-дослідження. А потім, використовуючи результати цього дослідження, вихователь провела з дітьми заняття, де пояснила, як працює реклама, для чого вона потрібна і як потрібно реагувати на продукт, що рекламується. І, враховуючи набуті знання, самостійно створили свою рекламу.

Під час роботи клубу «Медіаконтроль» ми пропонуємо переглянути мультфільми, соціальні ролики, які спонукають замислитися над своїм ставленням до навколишнього середовища, до власної дитини. Запрошуємо батьків з дітьми і до перегляду та обговорення разом, а психолог пропонує замальовувати свої емоції після перегляду мультфільму або сюжету реклами, а потім проводиться детальний аналіз із подальшим наданням рекомендацій батькам щодо навчання дошкільників сприймати інформацію з екрана, оцінювати якість контенту, формування в дітей критичного мислення.

Ми проводили просвітницьку роботу з батьками, переплітаючи традиційні та нетрадиційні форми роботи, задіяні в нашому закладі: (постійні, поточні та разові форми педагогічної просвіти) допомагаючи батькам наших вихованців краще зрозуміти свою дитину, визначати оптимальні засоби психолого-педагогічного впливу на неї, особливості формування у дітей мотиваційної поведінки, набувати навички роботи з медіапродукцією, яку споживають діти, а саме: сортувати мультфільми, відеоролики, комп'ютерні ігри, соціальну рекламу – все, чим цікавиться дитина дошкільного віку. Заклад активно використовує в роботі з батьками мережу Інтернет та інформує про роботу, новини, проекти, поширює інформацію, проводить Інтернет опитування, тестування, рекомендує сайти на допомогу батькам з корисною інформацією з навчання та розвитку дошкільників, надає списки небезпечних відеоігор та вправ згідно з віком дітей, виставляє відеоролики та фото з проведених семінарів, а клуб молодих мам «Малютко» пропонує долучитися до практичних майстер-класів із виготовлення виробів з різних матеріалів та різними техніками, потім роботи фотографуються та виставляються на сайті ЗДО як віртуальні вернісажі.

Педагоги закладу використовують сайт і для поширення інформації серед батьків про справи, які відбуваються в закладі:

- ознайомлення батьків з проектами, в яких заклад бере участь: «Дошкільнятам – освіта для Сталого розвитку», «Медіаосвіта і медіаграмотність», «STEM-освіта», «Сприяння освіті», «Садочок – простір дружній до дитини» та інші;
- збагачення знань новими освітніми та виховними технологіями;

- обмін інформацією між батьками і вихователями про досягнення, інтереси та потреби дітей;
- обговорення актуальних питань щодо здоров'язбережувальних заходів та різного спрямування акцій;
- організація та проведення віртуальних батьківських конференцій за планом роботи дошкільного закладу;
- збір та обробка інформації в Інтернет опитуваннях.

На щастя, чи може на біду, обмеженість в технічному оснащенні не дозволяє щоденне використання мультимедійних засобів, комп'ютерів на заняттях, тому і створюємо власноруч рекламу та анонси заходів, що будуть відбуватися у закладі та викладаємо на веб-сайті ЗДО. Міні-проект «Збережіть тепло нашого садочка!» допоміг замінити старі вікна на енергозберігаючі. Участь у таких акціях допомагає дітям бути творцями, виявляти свої креативні здібності, стимулює до спілкування, правильно розставляти життєві пріоритети.

А моніторингове дослідження сформованості медіаграмотності всіх учасників процесу в закладі дошкільної освіти засвідчило позитивний результат роботи:



- Позитивний вплив на пізнавальну діяльність дітей.
- Підвищення рівня медіаграмотності та взаємодія педагогів і батьків.
- Створення єдиного інформаційного середовища.
- Створення активної, працездатної системи підтримки сімейного виховання, через використання інформаційних технологій.
- Забезпечення активної участі батьків в медіаосвітньому процесі ЗДО.
- Підвищення медіаграмотності членів родин вихованців.

Висновок.

Складним завданням є захист дитини від негативного впливу медіасередовища. Через вікові особливості дошкільник ще не здатен відрізнити, проаналізувати, який мультфільм чи дитяча передача може бути корисною для нього, а яка може зашкодити. Тому ефективно розв'язати цю проблему можливо через тісну співпрацю з батьками. Ми вважаємо, що саме з ознайомлення дітей із медійними засобами, їхньою структурою потрібно розпочинати формування медіакультури дошкільника.

Ми рекомендуємо використовувати запропоновану модель небайдужим педагогам для спільної роботи з батьками та вихованцями ЗДО. А просвітницька робота дає плідні результати. Педагогіка партнерства ґрунтується на тісній взаємодії, бо жоден захід у закладі не проходить без участі батьків.

Практика сімейного виховання підпорядковується тріаді «педагоги – діти – батьки» і впливає на всіх учасників освітнього процесу. Впровадження інноваційних технологій дає змогу реформувати освіту на місцевому рівні, реалізовувати освітню політику держави та вимоги Нової української школи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні, схвалена постановою Президії Національної академії педагогічних наук України від 20 травня 2010 року (протокол № 1-7/6-150).
2. Крутій К. Л. Медіадидактичні особливості використання мультфільмів як засобу навчання мови і розвитку зв'язного мовлення дошкільників / К. Л. Крутій // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Педагогіка. – 2013. – № 3. – С. 85-90. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NZTNPU_ped_2013_3_19.
3. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: Посібник для вчителя / За ред. В Іванова, О Волошенюк, О.Мокрогуза – К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. – 201 с. Рекомендовано Міністерством освіти і науки (лист 1/11-1972 від 29.12.2015)
4. Різун В. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник/ Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різун. – Київ: Центр Вільної Преси, 2013. – 352 с.
5. Тягло О.В. Критичне мислення: [навч. посібник] / Тягло О. В. – Х. : Основа, 2008. – 187
6. Медіадидактичні особливості використання мультфільмів як засобу навчання мов і розвитку зв'язного мовлення дошкільників / К. Л. Крутій // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Педагогіка. – 2013. – № 3. – С. 85-90. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NZTNPU_ped_2013_3_19
7. Мультфільмотерапія як засіб корекції та розвитку емоційної сфери молодших школярів / К. А. Дишель // Наука і освіта = Science and education = Наука и образование : наук.-практ. журн. Південноукр. нац. пед. ун-ту ім. К. Д. Ушинського. –2014. – № 12. – С. 108-113.

8. Немирич О. Дошкільники и сучасне мультиплікаційне кино: проблеми і шляхи їх вирішення / О. Немирич // Дошкільна педагогіка. – 2012. – № 2. – С. 9-11.
9. Сітцева М.В. Роль мультиплікації у розвитку дитини в умовах інформаційного суспільства. Режим доступу: <http://www.inforum.in.ua/conferences/12/2/12>

ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ:

Як розпізнати маніпуляцію та захиститись від неї». <https://www.youtube.com/watch?v=zgQwkaXgXvs>

Як стереотипи впливають на наше життя <https://goo.gl/cfmPsE>

Чому варто бути поінформованою людиною <https://goo.gl/IRxPEc>

Медіаграмотність батьків в умовах сучасного розвитку інформаційно-комунікаційних технологій <https://abetkaland.in.ua/mediagramotnist-batkiv-v-umovah-tehnologij/>

The article highlights the peculiarities of work on the formation of media literacy among parents of ZTEs as a linking point in the media education of preschoolers.

Key words: *modern children of preschool age, media literacy, cooperation.*

В статье освещены особенности работы по формированию медиаграмотности родителей воспитанников ЗДО как связующего звена медиаобразования дошкольников.

Ключевые слова: *современные дети дошкольного возраста, медиаграмотность, сотрудничество.*

О.В. Іржавська

ДОСВІД ІНТЕГРАЦІЇ МЕДІАЗАСОБІВ В ОСВІТНІЙ ПРОСТІР СУЧАСНОГО ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ. ТУЛКІТ З ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ

В статті обґрунтовано актуальність та перспективність інтеграції медіазасобів у навчально-виховний процес дошкільного навчального закладу шляхом використання інформаційно-комунікаційних технологій; сформульовані очікувані результати від впровадження медіаосвіти в ДНЗ та висвітлені шляхи інтеграції медіазасобів у навчально-пізнавальну діяльність з дошкільниками.

Декілька років тому аналіз стану інформаційного освітнього середовища нашого закладу виявив ряд проблем-обмеженість ресурсів та недостатній рівень підготовки вихователів до використання ІКТ в освітньому процесі.

Творчою групою було спроектовано модель освітньо-інформаційного середовища. Вона охоплює всі суб'єкти освітнього простору та визначає дидактичні принципи їхньої взаємодії та ресурсні складові. Застосовування ІКТ у дошкільній освіті, на нашу думку, має базуватися на вирішенні запропонованих у досвіді завдань. Ми намагалися досягти феномену «безпосереднього включення» особистості в інформаційний простір.

Формалізована модель бажаного результату-створена модель інформаційно-освітнього середовища закладу. З його візуалізації ми і почали роботу над комплексним впровадженням ІКТ. Втілення омріяного образу проходило шляхом розробки та впровадження КЦП інформатизації закладу, яка була розрахована на три роки. Узагальнений досвід було представлено на конкурсі «Шкільний інформаційний світ» в номінації «Інформаційні технології в дошкільній освіті», де заклад посів в 2012 році III місце.

Ми впевнилися, що комп'ютеризовані задачі систематизують, автоматизують і роблять ефективнішою діяльність учасників управління. Наявність комп'ютера в кабінеті лікаря допомагає створити банк даних, проаналізувати рівень захворюваності. Комп'ютеризація методичного кабінету була актуальною у зв'язку із трансформацією бібліотеки методичного кабінету у медіатеку. В нашому закладі створено електронну бібліотеку педагогічного досвіду району.

Реалізація КЦП здійснювалася через навчання педагогів ІКТ. Для вихователів спочатку було проведено власний семінар з ІКТ, а в 2012 та 2013 роках вихователі, медичні працівники та адміністрація відвідували семінар-практикум в ХАї, де навчалися практичному застосуванню отриманих знань. Використання мультимедійного комплексу підвищує результативність презентацій вихователем як навчального матеріалу так і власних досягнень. Яскравою знахідкою для презентації роботи закладу стало розміщення навчальних флеш-карт та мультимедійних презентацій навчального характеру власного виробництва та електронних портфоліо на сайті закладу. Наявність wi-fi

дозволяє демонструвати веб-сайт в режимі реального часу та урізноманітнити роботу з батьками завдяки використанню презентацій. Така форма роботи створює своєрідну атмосферу взаємопідтримки. Батьки вчаться спостерігати за своєю дитиною, краще розуміють процес її розвитку, зближуються з педагогічним колективом.

З метою планування попередньої мережі на сайті закладу з 2010 року було введено власну електронну реєстрацію майбутніх вихованців, в 2014 році ми підключилися до загальної. Ми відчули переваги такої форми роботи з майбутніми батьками, одна дитина записується до одного закладу і ми маємо реальну картину потреби батьків у дошкільній освіті.

Як результативність впровадження КЦП з ІКТ розглянемо стан комп'ютеризації на сьогоднішній день. Це два ксерокопіювальних апарати, 9 повноцінних АРМ до складу яких входять 5 ПК, 4 ноутбуки з підтримкою wi-fi, сканер, два лазерних БФП (один кольоровий), три струйних БФП (два кольорових), та мультимедійна установка із стаціонарним та переносним екранами, пристрій для підтримки wi-fi, 5 веб-камер. Так вирішено завдання на рівні матеріального ресурсного забезпечення.

На рівні кадрового ресурсного забезпечення перевага надавалася інтерактивним методам роботи з колективом, яким властиве залучення педагогів у діяльність і діалог, що припускає вільний обмін думками.

*Скажи мені – і я забуду;
Покажи мені – і я запам'ятаю;
Дай зробити – і я зрозумію. (Конфуцій)*

Було створено цілісну систему методичної роботи, спрямовану на вдосконалення професійних компетенцій педагогів, інноваційного стилю мислення і діяльності, яка забезпечує саморозвиток та допомагає подолати бар'єри. Інтерактивне навчання дозволяє проявлятися «творчому базису» особистості, тому що активізує внутрішні її механізми. Суть інтерактивних методів навчання – в орієнтації на мобілізацію пізнавальних сил і прагнень тих, яких навчають, на пробудження самостійного інтересу до пізнання, становлення власних способів діяльності, у розвитку вміння концентруватися на творчому процесі й одержувати від нього задоволення.

Реалізація КЦП забезпечила створення інформаційного середовища закладу та формування і розвиток інформаційно-комунікаційної культури педагогічних працівників, батьків та як наслідок-вихованців. Саме таке завдання ми ставили перед собою.

Ми вважаємо, що завдання на рівні кадрового ресурсного забезпечення – а саме *вихователь*, який володіє навичками роботи на персональному комп'ютері та вміє застосовувати ІКТ на рівні інтеграції в існуючий освітній простір, *виконано* та дало змогу оптимізувати та осучаснити освітньо-виховний процес, активізувати батьків до співпраці.

У 2013/2014 році дошкільний заклад залучився до експериментальної діяльності «Науково-методичні основи впровадження медіаосвіти в систему роботи навчальних закладів Харківської області». Я та вихователь-методист пройшли навчання у жовтні 2013 року за напрямом «Формування медіа грамотності педагогів».

Я пропоную своє бачення інтеграції медіаосвіти в навчально-виховний процес. Найголовніше – не нашкодити. Тому спочатку ми вивчили вимоги нормативних документів до організації занять дітей з використанням комп'ютерів та внесли корективи в методичну роботу з педагогами – додали питання медіаосвіти. Як результативність

методичної роботи в додатках представлені виготовлені педагогами флеш-карти для роботи з дітьми. Флеш-карта являє собою анімійований фотоальбом, сюжет якого пов'язано смисловим ланцюжком. Наприкінці перегляду флеш-карти дітям пропонується дидактична гра, що дозволяє закріпити вивчений матеріал, і даються творчі завдання, обов'язково з врахуванням вікових особливостей. Завдання-сходінки створюють умови, що випереджають розвиток здібностей (з опорою на зону ближнього розвитку). У процесі апробації флеш-карт ми помітили, як підвищується інтерес дітей до пізнання.

Флеш-карти використовуються й для підвищення компетентності батьків. Ми розміщуємо їх на сайті дитячого садка. Кожна флеш-карта містить спеціальні завдання для батьків, зміст яких спрямований на бажання батьків досліджувати навколишнє довкілля. Такі завдання сприяють співтворчості дорослих і дітей у сім'ї. Всі заняття з розвитку творчих здібностей проводяться в грі. Для цього потрібні навчальні засоби нового типу: творчі, розвиваючі. Знання про наочно-образне мислення дітей дошкільного віку підштовхнуло до створення флеш-карт, а процес роботи над створенням та апробація показали шлях удосконалення їх змісту та завдань.

Флеш-карти, на нашу думку, і є тим новим розвиваючим засобом, а разом із завданнями до них – методом розвитку творчих здібностей дітей.

Використання медіа в навчальній діяльності виглядає з точки зору дитини природним процесом, і є ефективним способом підвищення мотивації до навчання, розвитку творчих здібностей у дітей.

Загальні вимоги до використання медіа в навчально-виховному процесі добре подано Г. А. Дегтярьовою:

1. Перетин медіаосвітніх і методичних цілей.
2. Орієнтація на сприйняття медіатексту.
3. Організаційна робота з медіатекстом.
4. Освітні функції медіатекстів.
5. Систематичність роботи.

Процес навчання із використанням медіа має тісний зв'язок з характером подання й сприйняття інформації. *Сьогодні банальна неувага до мультиплікаційного раціону, тягне за собою катастрофічні проблеми розвитку особистості дитини дошкільного віку.*

Основний методичний підхід до впровадження медіа в навчально-виховний процес – інтегрований через художньо-мовленнєву діяльність і образотворче мистецтво. Роботу з медіа можна інтегрувати в ознайомлення дітей із довкіллям, з природою, соціалізацію дитини (емоції, етичні засади спілкування). Отже, медіазасоби інтегруються в будь-який розділ програми роботи з дітьми.

Фотоколаж – цікава форма роботи з дітьми дошкільного віку.

Нами було започатковано випуск тематичних газет «Що нам осінь принесла», «Реклама зими», «Зимові розваги», «Про безпеку дошкільникам», «Колядки та вечорниці» та інші...

В мережі завжди можна знайти яскраві картинки, зображення за потрібною темою. Ми роздруковуємо їх на кольоровову струйному принтері – і все!-матеріал для тематичної газети чи фотоколажу готовий.

Далі йде обговорення задуму, вибір картинок та вирізування, складання певної композиції та наклеювання.

Інтерв'ю – цікавий вид роботи. Спочатку познайомте дітей з новими словами. (*Репортер, Респондент*), навчить дітей сміливо говорити в мікрофон. Потім між дить-

ми розподіляються ролі. Обговорюються можливі теми. Репортери починають задавати питання. Потім бесіду колективно прослуховують і обговорюють. Якщо зняти цей процес – можна передивитися і обговорити.

В моїй практиці використовувалася гра – «Інтерв'ю» («Що ми побажаємо Діду Морозу?»). *Можливі теми*: обговорення туристичного походу, походу в театр і переглянутої п'єси; обговорення свята, виставки малюнків, цікавої книги, найцікавішої події за тиждень.

Відео звернення Діда Мороза, який заблукав з подарунками та потребує допомоги, активізувало роботу дітей на занятті з вирішення проблемних питань. Сюрпризним моментом став Лист від Сніговика з грою, яку роздрукували на кольоровому принтері у присутності дітей.

Ще один вид роботи – *скайп-спілкування* – це і засіб розвитку мовлення і можливість «провідати» хвору дитину, можна отримати фільм від дітей, які живуть в Карпатах з розповіддю про рідний край та надіслати фільм про Харків за матеріалами екскурсій видатними місцями нашого міста.

Деструктивний потенціал сучасних ЗМІ зумовлює необхідність впровадження медіаосвіти як важливого чинника подолання негативних впливів з боку медіа на особистість.

У працях науковців, які торкаються у своїх дослідженнях деструктивного впливу телебачення на людину, окремо підіймається питання впливу *телевізійної реклами*. Саме реклама створює віртуальний світ, що будується за «проектом замовника», будується з гарантованою культурною гегемонією часто неприйнятних для нашого менталітету цінностей.

На занятті дітям було запропоновано перегляд Новорічного відеоролика з рекламою кока-коли. (Свято наближається)

Я ставила запитання :

- *Про що вам нагадав цей ролик? Які емоції викликав? Що вам хотілося робити?*

Діти побачили тільки кока-колу. Про святковий настрій згадали тільки після другого перегляду уривку реклами. Замовник може вважати її якісною. Вона досягла його мети.

Далі я провела експеримент – показала накип у чайнику, залила кока-колою, закип'ятила та показала наслідки-кока-кола роз'їла накип. (Якщо кока-кола роз'їла накип, чи вона корисна для шлунку?)

Я підвела дітей до висновку, що не можна бездумно довіряти рекламі.

Завдяки сайту, з'являється можливість обмінюватися досвідом, вирішувати проблеми, брати участь у різних проектах, осягати основи інформаційних технологій. Отже, батьки можуть одержувати інформацію про якість роботи дошкільного закладу, відстежувати розвиток своєї дитини, вести дистанційну бесіду з керівниками і педагогами дошкільного закладу, вносити свої пропозиції.

За допомогою сайту вирішуються питання створення єдиного інформаційно-освітнього комунікативного середовища дошкільного закладу.

На сьогоднішній день гостро постала проблема надання обов'язкової дошкільної освіти всім дітям, які досягли 5-річного віку.

Для її розв'язання творча група педагогів закладу на базі ресурсу «Класна оцінка» запровадила таку форму роботи, як онлайн-консультування батьків майбутніх першо-

класників. У програмі «Впевнений старт» сім'ю визнано основною соціальною інституцією, відповідальною за якісну підготовку дітей до оволодіння життєвою компетентністю. Оскільки сім'я обирає доступну для себе форму здобуття дітьми дошкільної освіти, вона має право розраховувати на кваліфіковану допомогу у реалізації конституційних прав і гарантій щодо рівних умов отримання дітьми якісної, доступної освіти. Першим кроком було розміщення інформації щодо змісту освіти з дітьми старшого дошкільного віку, вимог програми «Впевнений старт» на сайті закладу.

Отже, підвищення компетентності завідувача та вихователя-методиста, використання інтерактивних технологій стимулювало процеси набуття професійної компетентності вихователями, змінило професійно-особистісну позицію педагогів, що призвело до професійного зростання особистості, забезпечило адекватне підвищення якості діяльності педагогів. І як наслідок проведеної системної роботи підвищилися показники рівня соціальної компетентності старших дошкільників.

Висновки

Створення моделі інформатизації ДНЗ та впровадження КЦП інформатизації ДНЗ №74 забезпечило такі функції підтримки управління:

- інформаційне забезпечення прийняття рішень;
- автоматизація планування і управління технологічними процесами;
- підтримка ефективних внутрішніх і зовнішніх комунікацій;
- контроль і моніторинг процесів.

Використання ІКТ в управлінні є складовою розвитку єдиного інформаційного середовища, яке сприяло:

- узагальненню інформаційних потоків;
- класифікації всієї інформації;
- забезпечило доступ до всіх баз даних;
- забезпечило обмін інформацією.

Усе це дозволило підвищити ефективність роботи всього закладу.

Значну роль у вирішенні питань мало підвищення рівня компетентності педагогів. Діяльність сучасного педагога пов'язана з необхідністю застосовувати візуалізовані засоби представлення інформації в електронній формі; збирати інформацію, одержану з різних джерел у різний час, і зв'язати її у зв'язану структуру; здійснювати навігацію у масиві інформації; використовувати системи повідомлення (обмін електронними повідомленнями, організація дощок оголошень). Для цього педагог повинен вміти використовувати можливості комп'ютерних мереж – взаємопов'язаних (через канали передавання даних) комп'ютерів, які забезпечують користування засобами обміну інформацією і колективного використання апаратних, програмних та інформаційних ресурсів мережі. Групові консультації, семінари-практикуми, практичні заняття з використання різних програм (Word, Excel, PowerPoint) дозволили дещо підвищити рівень інформаційної культури педагогів та звернули їхню увагу на переваги використання ІКТ для якісного здійснення навчально-виховного процесу.

Підвищення рівня володіння педагогами ПК надало можливість:

- забезпечувати інформування педагогів з питань педагогічної інноватики та здійснювати пропаганду інноваційного пошуку необхідної для навчально-виховного процесу інформації;
- стимулювати педагогів до використання ІКТ;

- створювати різні бази даних на рівні груп, що значно полегшує рутинну паперову роботу та вивільняє час для більш ефективної педагогічної діяльності.

Розробка концептуальних засад інформатизації управління навчальним закладом дала змогу простежити дедалі зростаючі тенденції впровадження апаратних і програмних засобів обчислювальної техніки в навчально-виховний процес; порівняти прогностичні очікування, задекларовані на початкових етапах комп'ютеризації, з результатами й перспективою використання Інформаційно-комунікаційних технологій управлінні в навчальному закладі в майбутньому; визначити низку педагогічно доцільних принципів і шляхів інформатизації управління навчальним закладом.

Суть комплексного підходу до інформатизації полягає в тому, що позитивних результатів інформатизації управління навчальним закладом можна досягти тільки шляхом поєднання зусиль керівника навчального закладу як генератора управлінських рішень, вихователя як організатора навчання в ДНЗ та вдома через дистанційну освіту, «електронного продукту» – (будь то флеш-карта чи тестові завдання, фільм чи мультиплікація, завдання чи викладення матеріалу через сайт чи електронну пошту) як джерела інформації й комп'ютера як засобу переробки інформації.

Найближчі перспективи розвитку:

1. Продовжити роботу щодо підвищення якості дошкільної освіти за рахунок найповнішого використання можливостей комп'ютерів та програмного забезпечення, набутих знань з медіаосвіти.
2. Запровадити систематичне проведення мультимедіа – занять для дітей дошкільного віку з метою інтегрування аудіовізуальної інформації, представленої в різних формах (відеофільмах, анімаціях, слайдах, музиці).
3. Розширювати парк комп'ютерної та оргтехніки в дошкільному навчальному закладі.
4. Продовжувати роботу щодо підвищення інформаційної компетентності педагогів.
5. Продовжувати залучення всіх учасників освітнього процесу закладу до роботи в інформаційному просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гавриленко О. Навчання дітей дошкільного віку основ комп'ютерної грамотності // Вихователь-методист дошкільного закладу. -2010. – № 1. -С.37-55.
2. Дяченко С. В. До проблеми формування основ комп'ютерної грамотності в дошкільному дитинстві / Н. В. Гавриш, С. В. Дяченко // Вісн. Луган. нац. пед. ун-ту імені Тараса Шевченка : Педагогічні науки. – 2005. – № 4 (84). – С. 44-47.
3. Дяченко С. В. Формування основ комп'ютерної грамотності у дошкільників як один із напрямків розвиваючого навчання / С. В. Дяченко // Збірник наукових праць : спец. вип., присвячується 75-річчю Уман. держ. пед. ун-ту імені Павла Тичини. -К. : Міленіум, 2005. -С. 264-269.
4. Дяченко С. В. Формування основ комп'ютерної грамотності в дошкільному віці : аналіз ситуації, постановка проблеми та її рішення / С. В. Дяченко // Вісн. Луган.

нац. пед. ун-ту імені Тараса Шевченка : Педагогічні науки. – 2005. – № 10 (90). – С. 80-84.

5. Кириченко Н. Комп'ютер активізує творчість // Дошкільне виховання, – 1998. – №4. – С. 8-9.
6. Кореганова О. І. Комп'ютер у дошкільному закладі / Комп'ютер у школі та сім'ї. – 2000. – №3. – С. 40.
7. Лаврентьєва Г. Комп'ютерно-ігровий комплекс у дошкільному закладі // Дошкільне виховання. – 2003. – № 1. – С. 10-12.
8. Собкин В. С. Телевидение и образование: Опыт социологических исследований 1980-90-х // Образование и информационная культура. Социологические аспекты. Труды по социологии образования. Том V. Выпуск VII. / Под ред. В. С. Собкина. – М.: Центр социологии образования

В статтє обоснованнї актуальностъ и перспективностъ интеграции медиасредств в учебно-воспитательный процесс дошкольного учебного учреждения путем использования информационно коммуникационных технологий; сформулированы ожидаемые результаты от внедрения медиаобразования в ДНЗ и освещены пути интеграции медиасредств в учебно-познавательную деятельность с дошкольниками.

In the article grounded actuality and perspective of integration of mediafacilities in educational-educate process of preschool educational establishment by the use informatively communication technologies; the expected results are formulated from introduction of mediaeducation in preschool and lighted up ways of integration of mediafacilities in educational-cognitive activity with under-fives.

додаток

ТУЛКІТ(toolkit)

набір інструментів

З МЕДІАОСВІТИ

«Шляхи та засоби інтеграції медіаосвіти в освітній процес»

Іржавська О. В., завідувач, вихователь КЗ «ДНЗ №74 «Веселка»

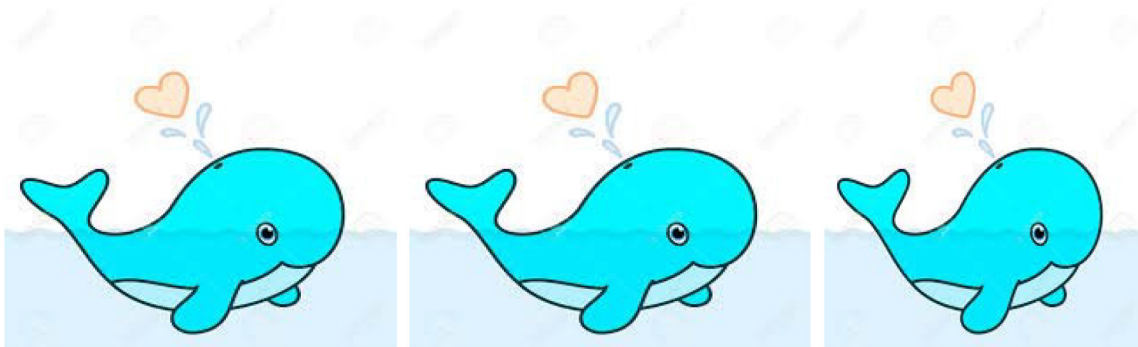
Три кіти медіаосвіти

**Інформатизація
навчального
закладу як
напрямок його
розвитку.**

**Теоретичне
обґрунтування
впровадження
медіаосвіти.**

**Моделювання
інформаційно -
комунікативного
освітнього
середовища
дошкільного
закладу**

МЕДІАОСВІТА



Організація занять дітей з використанням комп'ютерів

Інститутом вікової фізіології впродовж 6 років проводились дослідження проблеми безпечного спілкування дошкільників з комп'ютером. Зроблено узагальнення і сформульовано висновки:

- 1) заняття з комп'ютером в проводяться з дітьми старшими 5 років;
- 2) максимальна одноразова тривалість роботи на комп'ютері складає: для дітей броків I-II групи здоров'я 15 хвилин на день; для дітей III групи здоров'я – 10 хвилин на день; для дітей 5 років I-II групи здоров'я -10 хвилин на день; для дітей 5 років III групи здоров'я – 7 хвилин на день; для дітей 5 – броків, що відносяться до групи ризику по зору – відповідно 10 і 7 хвилин на день;
- 3) заняття дітей з комп'ютером організуються 2 рази на тиждень. Максимальна кратність роботи впродовж тижня для дітей 5 і 6 років – 3 рази;
- 4) дні тижня, в які можна працювати з комп'ютером: вівторок, середа, четвер – оптимальні, понеділок – можливо, п'ятниця – недопустимо. Рекомендований час дня для занять: перша половина дня – оптимальний, друга половина дня – допустимо;
- 5) місце роботи з комп'ютером в 30-хвилинному розвивальному занятті – середина заняття, між ввідною (підготовчою) і заключною частинами;
- 6) стиль поведінки педагога: небажане емоційне збудження дітей;

- 7) під час роботи дітей дошкільного віку обов'язковою є профілактика загальної втоми і зорового втомлення. Гімнастику для очей, тривалістю 1,5-хвилини потрібно проводити зразу ж після роботи на комп'ютері;
- 8) обов'язково провітрювати кімнату.

Флеш-карта як засіб та метод розвитку творчих здібностей дітей.

Флеш-карта виготовляється у програмі Microsoft PowerPoint у формі презентації, оснащується звуками та анімацією для активізації декількох аналізаторів. Флеш-карта являє собою анімійований фотоальбом, сюжет якого пов'язано смисловим ланцюжком. Чи то екологічна казка, чи то опис процесу дослідження. Дітям вони нагадують улюблені мультфільми: оживаючі картинки, цікавий сюжет, як правило, казковий, із знайомими чи фантастичними персонажами. Зміст флеш-карт може бути найрізноманітнішим. Це віртуальна екскурсія по території України, кінцівку якої діти вигадують самі, кругосвітня подорож, «занурювання» в рослинний чи тваринний світ тощо.

Наприкінці перегляду флеш-карти дітям пропонується дидактична гра, що дозволяє закріпити вивчений матеріал, і даються творчі завдання, обов'язково з врахуванням вікових особливостей. Завдання-сходінки створюють умови, що випереджають розвиток здібностей (з опорою на зону ближнього розвитку).

Флеш-карти, на нашу думку, і є тим новим розвиваючим засобом.

1. Кожна являє собою наочний набір завдань.
2. Завдання даються дитині в різній формі, знайомлять з різними способами передачі інформації.
3. Задачі розташовані приблизно у порядку зростання складності.
4. Задачі мають дуже широкий діапазон труднощів, можуть збуджувати інтерес протягом певного часу.
5. Поступове зростання труднощі завдань сприяє розвитку творчих здібностей. Така флеш-карта вже виступає в ролі окремого метода, а не просто засобу навчання.



Сьогодні банальне неувага до мультиплікаційного раціону, тягне за собою катастрофічні проблеми розвитку особистості дитини дошкільного віку.



Загальні вимоги до використання медіа в навчально-виховному процесі (за Г. А. Дегтярьовою):

1. Перетин медіаосвітніх і методичних цілей.
2. Орієнтація на сприйняття медіатексту.
3. Організаційна робота з медіатекстом.
4. Освітні функції медіатекстів.
5. Систематичність роботи.

Найбільш прийнятний вид медіа для навчання і виховання дошкільнят, розвитку сприйняття і формування навичок аналізу медіатексту – *мультиплікація* .

Перед тим як показувати дітям той чи інший мультфільм, педагог має провести його *аналіз за таким алгоритмом*:

1. Визначити який вік аудиторії, на яку розрахований мультфільм.
2. Які кадри, епізоди мультфільму можна виділити як ключові.
3. Яка проблема підіймається у мультфільму.
4. У якій техніці виконаний мультфільм (мальований, ляльковий).
5. Яка роль колірного і музичного рішення в мультфільмі (доведено, що кольоровий мультфільм діти сприймають краще, ніж чорно-біле зображення).
6. Яке смислове навантаження мають присутні в мультфільмі символи.
7. Які висновки й умовиводи мають зробити за допомогою педагога діти після перегляду мультфільму.

Структура аналізу мультфільму:

1. Установка на сприйняття (з опорою на рівні сприйняття: комунікативні ; базові; вищі; соціальні) – активізація сприйняття і включення в медіапроцес.

2. Етап осмислення і інтерпретації мультфільму (безпосереднє сприйняття мультфільму – перегляд із постановкою попередніх питань для подальшої бесіди; обговорювання мультфільму) – комунікація.
3. Сприйняття і самостійна оцінка мультфільму (узагальнення отриманої інформації і формування ставлення до нього) – рефлексія: усна – колективне обговорення епізодів або «письмова» – малювання.

Створення фотоколажів, газет-презентацій з дошкільниками

- **Задум - сприяє розвитку уяви дітей;**
 - **Вирізування - тренує дрібну моторику руки дитини;**
- Групова робота - потребує узгодження власних дій з іншими членами групи.**



У рамках святкування Дня Дошкілля (Всеукраїнського Тижня Дошкілля) в КЗ «ДНЗ №74 «Веселка» проводяться заходи, до яких входять цікавинки як для малечі, так і для батьків вихованців.

Святкування відбувається в декілька етапів: день відкритих дверей під гаслом «Садочок рідний – ти найкращий», свята-розваги для дітей, ляльковий театр, мистецькі майстер-класи, виставка-ярмарок дидактичних посібників, творчі виставки поробок з природного матеріалу, проведений конкурс малюнку «Я малюю світ»... Але найцікавішими формами роботи стали випуск газети «Дошкілля сьогодні» та фотоколаж «У дитячому садочку – як у барвистому віночку!» Тиждень став цікавим та захоплюючим не лише для дітей, але й для їхніх батьків. Дана форма роботи була запропонована для сімейного виконання за темою «Моя родина».

Фотоколаж – цікава форма роботи з дітьми дошкільного віку.

Вона містить задум, що сприяє розвитку уяви дітей, тренує дрібну моторику руки дитини (вирізування). Та це – групова робота, яка потребує узгодження власних дій з іншими членами групи.

Нами було зроблено виготовлення тематичних газет «Що нам осінь принесла», «Реклама зими», «Зимові розваги», «Про безпеку дошкільникам», «Колядки та вечори» та інші...

В мережі завжди можна знайти яскраві картинки, зображення за потрібною темою. Ми роздруковуємо їх на кольоровому струйному принтері – і все!-матеріал для *тематичної газети* чи *фотоколажу* готовий.

Далі йде обговорення задуму, вибір картинок та вирізування, складання певної композиції та наклеювання.



Гра – «Інтерв'ю» («Що ми побажаємо Діду Морозу»)

Гра «Інтерв'ю» (для розвитку мови)

Спочатку познайомте дітей з новими словами.

Інтерв'ю – бесіда, призначена для передачі по радію, телебаченню або в газеті.

Репортер – той, хто задає питання.

Респондент – той, хто відповідає на запитання.

Треба навчити дітей сміливо говорити в мікрофон. Для цього попросіть дітей по черзі що-небудь сказати в мікрофон, хоча б порахувати до 10 прямим і зворотним рахунком. Потім між дітьми розподіляються ролі. Обговорюються можливі теми. Настроюється магнітофон.

Репортери починають задавати питання. Потім бесіду колективно прослуховують і обговорюють. Якщо зняти цей процес – можна передивитися і обговорити.

Можливі теми: обговорення туристичного походу, походу в театр і переглянутої п'єси; обговорення свята, виставки малюнків, цікавої книги, самого цікавого події за тиждень.

Варіанти гри: 1) вихователь інтерв'ює хлопців, 2) діти беруть інтерв'ю у вихователя, 3) батьки опитують дитини, 4) дитина бере інтерв'ю у батьків.

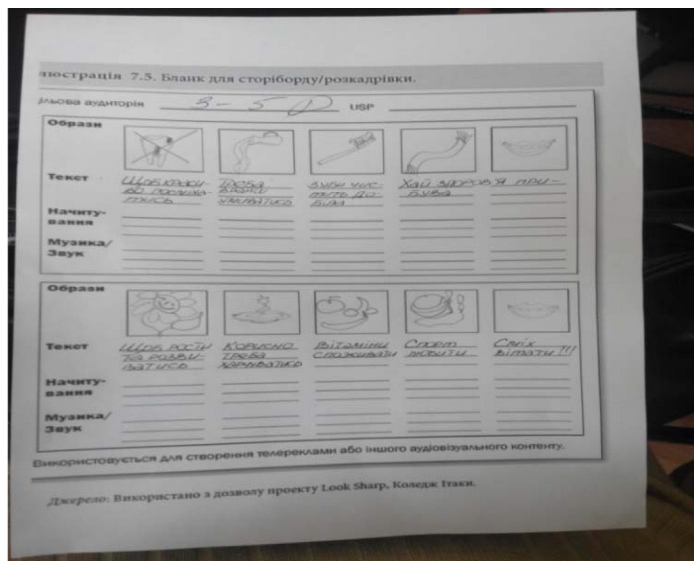
Відео звернення Діда Мороза, який заблукав з подарунками та потребує допомоги, активізувало роботу дітей на занятті з вирішення проблемних питань.

Лист від Сніговика з грою:

Скайп-спілкування-це і засіб розвитку мовлення і можливість «провідати» хвору дитину.

Розвивальні онлайн-ігри

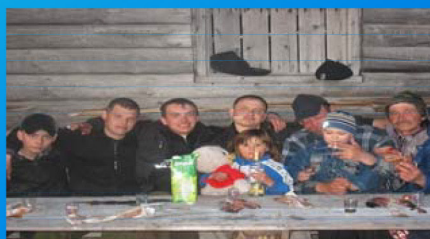
Використання символічної синектики для створення медіа текстів.



Робота з аналізу рекламних відеороликів як профілактика деструктивного впливу ЗМІ на розвиток особистості дитини.



- **ЦЕ ПОВИННО ВИКЛИКАТИ НЕГАТИВНІ ЕМОЦІЇ:**



У працях науковців, які торкаються у своїх дослідженнях деструктивного впливу телебачення на людину, окремо підіймається питання впливу телевізійної реклами. Саме реклама створює віртуальний світ, що будується за «проектном замовника», будується з гарантованою культурною гегемонією часто неприйнятних для нашого менталітету цінностей. Мислення людини, яка поринає до цього уявного світу, стає аутистичним, а пасивне споглядання реклами може обмежувати критичне мислення у дітей та підлітків, стимулювати їхню агресивну поведінку. До того ж, саме діти стають найбільш активними реципієнтами рекламного повідомлення, під час сприйняття якого, за ствердженнями психологів, може шкідливо видозмінюватися свідомість.

Виходячи з мети медіаосвіти (формування медіа-культури особистості, її саморозвитку та самореалізації), постають такі завдання: формувати в людини навички са-

мостійного критичного оцінювання інформаційного потоку та вдосконалювати уміння естетичного сприйняття світу; навчити людину розуміти медіатексти, усвідомлювати наслідки їхнього впливу на психіку та створювати власні медіатексти мовою різних ЗМІ, протистояти маніпулятивному впливу засобів масової комунікації і, головне, у контексті обраної нами проблеми сприяти формуванню таких якостей особистості, які б гарантували її безпеку при споживанні медіапродукції та забезпечували психологічний комфорт та вміння обирати корисну та потрібну для себе інформацію.

Свідоме споживання медіапродукції в змозі забезпечити один з психологічних механізмів медіаграмотності, такий як критичне мислення, а формувати його у дітей та підлітків потрібно якомога раніше, «озброюючи» їх певними знаннями. Вони повинні стосуватися, наприклад, комерційних основ ЗМІ, зокрема телебачення; спецефектів, які використовуються під час створення телевізійного медійного продукту, різниці між віртуальним життям по той бік екрану та життям у реальному часі та просторі; різниці між об'єктивними повідомленнями новин та різного роду відомостями й пропагандою на ТБ; а головне, можливого згубного ефекту впливу медіа на психіку та свідомість.

Всі пам'ятають набридлу рекламу «Малинівки» .

- Ялинка є. А свято де?

- А свято є. (і на екрані з'являється водка «Малинівка»)

Своїм завданням педагог бачив зруйнування стереотипу *СВЯТО=ВОДКА*.

Бесіда «Що потрібно, щоб було відчуття свята?»

За допомогою *фотоколажу* діти закріпили отримані знання та висновок –

НЕ МОЖНА БЕЗДУМНО ДОВІРЯТИ РЕКЛАМІ.

Інтернет-сайт закладу як інформативний медіапродукт

<p>Соловаха - Новоград - Виставка поробок з макарон</p> <p>Виставка поробок з макаронних виробів</p> <p>11 бер. 2015</p>  <p>В ДНЗ проходить виставка-презентація поробок з макаронних виробів</p> <p>Виготовці разом з батьками представили на виставку різноманітні експонати, створені власноруч. Шедеври з макаронних виробів можна переглянути на сторінці "Фотогалерея". Приємного перегляду.</p>	<p>Соловаха - Новоград - Вітаємо переможців 1 туру</p> <p>Вітаємо переможців 1 туру II етапу районного інтелектуального конкурсу "Чамурики"</p> <p>17 бер. 2015</p>  <p>17.03.2015 року на базі ДНЗ пройшов черговий етап конкурсу "Чамурики" серед дітей старшого дошкільного віку</p> <p>У конкурсі приймали участь вихованці таких ДНЗ: 74, 123, 242, 382.</p> <p>Переможці здобули:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Номінація "Юнак математик" - Доброуєнко Мілана, ДНЗ №123 2. Номінація "Юнак мовознавець" - Сурган Катерина, ДНЗ №74 3. Номінація "Юнак еколог" - Нальвайко Ганна, ДНЗ №74 <p>Щиро вітаємо переможців!!!</p>
<p>Соловаха - Новоград - Робота ДНЗ в межах дослід</p> <p>Робота ДНЗ в межах дослідно-експериментальної діяльності «Науково-методичний супровід використання засобів медіаосвіти в дошкільному навчальному закладі»</p> <p>12 люст. 2015</p>  <p>Вихователі Капустяна В.М. та Апанасенко Н.В. показали відкриті заняття для педагогів закладу з використанням медіазасобів</p> <p>Надія Василівна та Вікторія Миколаївна запропонували власні розробки занять з використанням медіазасобів. Відкриті заняття дали змогу отримати певні практичні знання з галузі інтеграції медіаосвіти в навчально-виховний процес.</p>	<p>Соловаха - Новоград - Засідання творчого колективу</p> <p>Засідання творчого колективу педагогічних працівників ДНЗ «Науково-методичний супровід використання засобів медіаосвіти в дошкільному навчальному закладі»</p> <p>15 груд. 2014</p>  <p>12.12.2014 року на базі нашого дошкільного закладу відбувся засідання творчого колективу педагогічних працівників ДНЗ «Науково-методичний супровід використання засобів медіаосвіти в дошкільному навчальному закладі». Відповідно до розробленої програми дослідно-експериментальної роботи за темою «Науково-методичні засади впровадження медіаосвіти в систему навчально-виховної роботи закладів освіти Харківської області (2012-2014рр.)»</p> <p>На заході були присутні: Дятченко Г.А., завідувач кафедри методики викладання новітньої літератури Харківської академії неперервної освіти, к. пед. н.; Круглюк Н.В., старший викладач кафедри методики дошкільної та початкової освіти Харківської академії неперервної освіти.</p>

Сайт дошкільного закладу є доступним засобом спілкування для різних груп користувачів засобами Internet-технологій. Завдяки сайту, з'являється можливість обмінюватися досвідом, вирішувати проблеми, брати участь у різних проектах, досягти основи інформаційних технологій. Отже, батьки можуть одержувати інформацію про

якість роботи дошкільного закладу, відстежувати розвиток своєї дитини, вести дистанційну бесіду з керівниками і педагогами дошкільного закладу, вносити свої пропозиції.

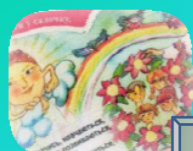
На сайті розміщується вся необхідна інформація про життя дитячого садка. Досягнення і напрями діяльності закладу доступні для кожного користувача мережі Internet. Усі компоненти оновлюються і поповнюються.

Сайт дозволяє не тільки розширити можливості спілкування, але й зробити інформацію для відвідувачів більш цікавою та привабливою.

За допомогою сайту вирішуються такі завдання:

1. Формування медіаінформаційного світогляду педагога дошкільного закладу.
2. Формування інформаційної компетентності у дітей дошкільного віку.
3. Включення батьків до інформаційно-освітнього середовища дошкільного закладу через дистанційну освіту.
4. Створення єдиного інформаційно-освітнього комунікативного середовища дошкільного закладу.

Туристичний похід на самокатах



Соціальне партнерство або спільна робота ДНЗ та родини в організації освіти дітей 5-ти річного віку в аспекті дистанційного навчання

Алгоритм покрокового здійснення проекту

Крок 1. Ознайомлення батьків з показниками компетентностей дошкільника за програмою "Впевнений старт"

Крок 2. Визначення первинного рівня компетентностей дошкільника (діагностування)

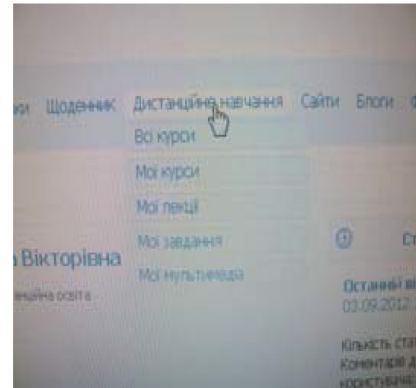
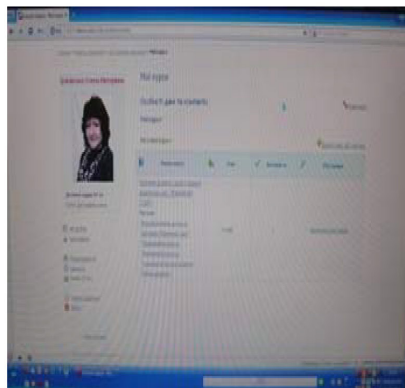
Крок 3. Розробка модульних навчальних програм різних рівнів складності за лініями розвитку

Крок 4. Процес отримання освітніх послуг дитиною та її сім'єю (в режимі зворотного зв'язку)

Крок 5. Підсумкове діагностування та прийняття рішень щодо майбутніх напрямків роботи з дитиною після завершення навчального року

Кінцевий позитивний результат





Використання медіазасобів під час реалізації варіативної складової БКДО



**Власний
медіапродукт**

Створення ігор в програмі Mouse Mischief

Mouse Mischief являє собою надбудову для Power Point, яка слугує для створення і відтворення інтерактивних презентацій з підтримкою декількох мишей.

Діти беруть участь в презентаціях одночасно, використовуючи власні миші.



*Чашка Тетяна,
вихователь,
Куп'янський дошкільний навчальний
заклад ясла-садок №2 комбінованого типу
Куп'янської міської ради Харківської області*

ФОРМУВАННЯ МЕДІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ДІТЕЙ 4-6 РОКІВ В ПРОЦЕСІ ВПРОВАДЖЕННЯ ПАРЦІАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ «КАЗКИ І ФАРБИ»

У статті автор розкриває завдання та форми роботи з формування медійної компетентності дошкільників на гурткових заняттях із малювання з використанням елементів медіаосвіти відповідно парціальної програми «Казки і фарби», розробленої на підставі досвіду упровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес дошкільної освіти.

Ключові слова: *медіарепрезентація, медіапродукт, медіатекст, медіазасоби, медійна компетентність, медіаторчість, медіадіяльність, медійні навички, медіаграмотність, малювання*

Образотворча діяльність, зокрема малювання, стоїть серед найцікавіших видів діяльності дошкільнят і має неопіненне значення для всебічного розвитку дітей, розкриття і збагачення їх творчих здібностей.

Медіаосвіта на сучасному етапі освітнього процесу – це невід'ємна складова художнього виховання. Вона створює додаткові можливості в розвитку рефлексивно-мовленнєвих навичок у дошкільнят, сприяє збагаченню дітей культурним досвідом, активізує їх художньо-мовленнєву діяльність, формує у них здібності до медіаторчості. Згідно висновку Л. Мастермана «центральна і універсальна концепція медіаосвіти – репрезентація, а ефективність медіаосвіти може бути оцінена двома критеріями: здатність дітей застосовувати отримані знання в нових ситуаціях і спектром обставин, інтересів, мотивацій, набутих аудиторією. І головне – навчити аудиторію розумінню того, як медіа репрезентує (переосмислює) реальність, як декодувати, аналізувати медіатексти [3,с.129]

Впровадження елементів медіаосвіти в процес навчання малювання є інноваційним способом мотивації продуктивної діяльності дошкільників, який дозволяє використати власні розробки як ефективний медіазасіб, що допомагає самовираженню і самопізнанню дошкільнят.

Ідея організації гурткових занять із малювання з використанням елементів медіаосвіти ґрунтується на тому, що чим більше медіаосвіченою буде дитина, тим адекватніше буде у неї образ реального світу.

Базовий компонент дошкільної освіти наголошує на формуванні у дитини дошкільного віку умінь і навичок рефлексії стосовно власного мистецького досвіду[1]. Заняття із малювання з використанням елементів медіаосвіти дозволяють розвивати у дошкільнят не тільки художні здібності, а й комунікативні навички в процесі створення медіапродукту на основі власних малюнків, а також познайомити їх з основами медіаграмотності, розширюючи інваріантну складову Базового компонента дошкільної освіти. Тому заняття, які плануються відповідно *Програми розвитку творчих здібностей дітей 4-6 років на заняттях із малювання з використанням елементів медіаосвіти «Казки і фарби»*, яку було розроблено керівником гуртка (Т.М. Чашка), є інструментом формування у дошкільнят медійної компетентності. Такі заняття мають великий педагогічний потенціал, надають низку можливостей для реалізації завдань з розвитку медійних навичок, авторських художніх здібностей. Як олівець і фарби стають продовженням думки дитини, її образів і уявлень про навколишній світ, так і використання медіазасобів перетворюється на уявний компас у морі інформації, у тому числі колірної та естетичної. Виходячи з цієї тези функція накопичення знань про колір як закодовану інформацію, його вплив на свідомість людини є пріоритетною в процесі навчання малювання.

Аналіз сучасних авторських програм для дітей дошкільного віку показує, що фахівцями «вплив на розвиток творчих здібностей дітей кіномистецтва (мультиплікація зокрема), що об'єднує характерні риси практично усіх традиційних мистецтв, спеціально не вивчалася. Не розкриті і можливості розвитку художньої творчості дошкільнят засобами медіа в умовах сучасного оснащення педагогічного процесу дитячого саду мультимедійними технологіями» [6, електронний ресурс]. Відмінною особливістю цієї Програми від уже існуючих є використання на заняттях із малювання сучасних комп'ютерних технологій, обладнання й Інтернет-ресурсів. Новизною Програми є також специфічна орієнтація на мовленнєвий та інтелектуальний розвиток дітей у процесі засвоєння художньо-продуктивної компетенції образотворчої діяльності з використанням традиційних і нетрадиційних технік малювання й активним залученням медіазасобів: презентацій, мультфільмів, фотографій, музики, друкованих медіа тощо.

Зміст Програми відповідає віковим особливостям і можливостям дітей середнього та старшого дошкільного віку й передбачає теоретичні та практичні аспекти медіаосвіти.

Специфічні принципи Програми, зумовлені особливостями художньо-естетичної діяльності:

- принцип *інтеграції* різних видів мистецтва (кіномистецтво, книжкова графіка, фотографія, музика, кіно й анімація) і художньої діяльності;
- принцип *заохочення* досягнень дошкільнят та їхньої самостійності при виконанні творчих практичних робіт;
- принцип *поступового збагачення* сенсорно-чуттєвого досвіду;
- принцип *організації тематичного простору* (інформаційного поля) – основи для розвитку образних уявлень;
- принцип *естетичного орієнтуру* на загальнолюдські цінності (виховання людини, що думає, відчуває, творить, рефлексує);
- принцип *інтеграції у медійний простір*

Досягнення поставленої мети з розвитку творчих здібностей та формування медійної компетентності у дітей 4-6 років передбачає розв'язання низки завдань:

1. Навчати застосовувати доступні засоби художньої виразності, необхідні для створення образу, використовувати різноманітні технічні навички, прийоми та засоби зображення (як традиційні, так і нетрадиційні).
2. Формувати вміння використовувати медіа для самовираження і творчості.
3. Розвивати критичне мислення.
4. Закласти підвалини медіаграмотності.

Методи роботи:

- Метод «переконавання красою» (естетичний вибір, спрямований на формування естетичного смаку);
 - Різноманітні художні практики (малювання виделкою, ватними паличками, долоньками і пальчиком, зубною щіткою, поролоновим квачом, матрицею з цупкого картону, штампування тканиною, ластиком, аэрографія);
 - Співтворчість в процесі створення медіапродукту на основі малюнків
- Прийоми, які використовують на заняттях гуртка із малювання:*
- *Емоційний настрій:* використання медіазасобів (картин художників, світлин, музичних творів, мультфільмів, художніх творів);
 - *Практичні:* створення малюнків за мотивами медіатекстів, створення діафільмів, примітивних фільмів (відео) з використанням власних малюнків, вигадкування сюжетної лінії або казки на основі малюнків з опорою на знання художніх творів/ мультфільмів, створення портфоліо з власних малюнків; вправи й ігри з кольорами та відтінками, створення казок про фарби, презентацій про жанри мистецтва та кольорове розмаїття;
 - *Наочні:* спостереження, розглядання, показ зразка, показ способів виконання малюнка в тій чи іншій техніці.

Навчання розраховано на два етапи відповідно вікової групи.

Мета першого етапу навчання – формувати художнє мислення через різні способи малювання з використанням нетрадиційних технік і медіазасобів; дати початкове уявлення про кольори та їх утворення, створювати умови для освоєння кольорової палітри; учити змішувати фарби для отримання нових кольорів і відтінків. Заняття на першому етапі навчання дозволяють дітям середнього дошкільного віку закріпити і міцно засвоїти вивчений матеріал, навчитися складати серію послідовних малюнків за сюжетом медіатексту. Діти навчаються сприймати колір, малюнок, картину, а потім вже мультфільм як джерело інформації.

Мета другого етапу навчання – розвиток художніх здібностей і творчої активності дітей; удосконалення уявлень про колір, його відтінки, характер та символічне значення; формування естетичного світогляду та художнього смаку; навчання створенню власного медіапродукту на основі кольору та малюнків; виховання шанобливого ставлення до праці художника. На другому етапі з дітьми старшого дошкільного віку проводяться заняття у формі перегляду або прослуховування медіатексту, бесіди щодо його змісту та заняття з використанням творчих завдань зі створення медіапродукту. Другий рік навчання дає базову підготовку для використання знань, умінь, навичок і медіакомпетенцій, які діти отримали на першому етапі навчання в подальшому. <https://www.youtube.com/watch?v=-Anmr115gs0>

Результатом медіадіяльності другого етапу навчання стає медіа грамотність, а набуті вміння, навички і знання колірної грамоти сприяють розвитку в дошкільнят асоціа-

тивно-образного сприйняття кольору, формуванню емоційно-позитивного ставлення до процесу малювання. Медіаграмотність виявляється в тому, що діти можуть:

- декодувати й створювати інформацію (вигадувати сюжет, композицію) https://www.youtube.com/watch?v=GSsAefWS4_U;
- використовувати медіа для самовираження і творчості;
- розуміти вплив медіа та форми подання інформації в них.

Головним же результатом реалізації завдань Програми є створення кожною дитиною свого оригінального продукту, а головним критерієм оцінки є не стільки талановитість дитини, скільки її здатність творчо працювати та наполегливо домагатися досягнення потрібного результату.

Реалізація змісту Програми відбувається через такі *форми роботи* з дітьми, як перегляд або прослуховування медіатексту (картин, світлин, мультфільмів, презентацій, пісень та аудіоказок тощо) і бесіда щодо його змісту, які спрямовані на створення умов для розвитку здатності слухати і чути, бачити і помічати, концентруватися, спостерігати, сприймати, декодувати, аналізувати і відтворювати. Заняття з використанням медіазасобів (мультфільми, мультимедійні презентації, музика, фотографії, картини художників, книги або аудіозапис) будуються в формі діалогу між дітьми та вихователем, відкривають для дитини цілий світ розмаїття барв, захоплюють таємницею народження кольору, красою екранного пейзажу, анімалістичного портрету, викликають естетичну насолоду та бажання створювати власний медіапродукт. Заняття зі створення медіапродукту є підсумковими, на яких діти навчаються рефлексувати з приводу власної мистецької діяльності. <https://www.youtube.com/watch?v=Vi864YYGYLY>

Використання різних прийомів (порівняння фотографії з картиною, листівки з іншим видом мистецтва, мультиплікаційного образу з книжковим тощо) сприяють виробленню умінь бачити образи в поєднаннях кольорових плям і ліній, оформляти їх до певних зображень. Діти опановують художні прийоми і цікаві засоби пізнання навколишнього світу через ненав'язливе залучення до процесу малювання.

Структура гурткового заняття із малювання з елементами медіаосвіти:

I частина: комунікативна діяльність:

Створення інтересу: сюрпризний момент; художнє слово; вступна бесіда.

II частина: пізнавальна діяльність:

Перегляд медіатексту (мультфільму, презентації, світлини, ілюстрації, листівки, відеоролику, картини тощо) для мотивації продуктивної діяльності дітей. Постановка проблеми, рішення проблеми: гіпотези, припущення дітей щодо прийомів виконання роботи з малювання.

III частина: перетворювальна діяльність:

Демонстрація прийомів малювання, техніки виконання завдання, способів роботи з художніми матеріалами. Практична продуктивна медіадіяльність дітей.

IV частина: оцінно-контрольна діяльність:

Аналіз малюнків. Рефлексія діяльності.

V частина: попередня робота/комунікативна діяльність

Знайомство з новим медіатекстом (літературний твір, картина, світлини, мультфільм, ілюстрації, книжкова графіка, листівки і таке інше); читання художніх творів, обговорення змісту медіатексту.

Реалізація програми дає можливість сформувати медійну компетентність дошкільника, який виявляє інтерес до різних видів медіа, спроможний декодувати різноманітну інформацію та перетворювати її у візуальний медіатекст.

Зміст навчального матеріалу та очікувані результати роботи (створення медіапродукту)

№ з/п	Тема	Освітні завдання	Матеріал, обладнання	Методичні рекомендації	Результати підготовки згідно з Базовим компонентом дошкільної освіти
1.	<i>Нова казка про Півника і фарби</i> (перший рік навчання – діти середнього дошкільного віку)	Допомагати дітям добирати персонажів казки з відомого мультфільму, створювати новий казковий сюжет. Познайомити з процесами кадрування й фотозйомкою. Дати уявлення про монтаж, етапи створення мультфільму.	Ноутбук, фотоапарат, малюнки дітей, ілюстрації казок «Півень і фарби» В. Сутєєва.	1. Переказ сюжету казки дітьми. Акцентуємо увагу на персонажах. Гра «Свійські – дикі»: - Яких тварин ми малювали? - Якими можна замінити персонажів із відомої казки-мультфільму? 2. Обираємо найкращий малюнок, на якому зображений майбутній герой нашої нової казки. 3. Виставляємо кадри – малюнки в певній послідовності: відтворюємо сюжет казки на новий лад. 4. Фотозйомка кадрів. 5. Монтаж кадрів за допомогою відеоредактора Movavi Video Suit 17	Знання і розуміння: - мають уявлення про призначення фотографії. - розуміють поняття монтажу. Уміння і навички: - володіють елементарними навичками фотозйомки. - фантазують вигадуючи оригінальний медіатекст, змінюючи відомих і створюючи нових персонажів. Установки і цінності: - усвідомлюють значення медіа в житті людини.
2.	<i>Барви осені</i> (другий рік навчання – діти старшого дошкільного віку)	Навчати створювати власний медіапродукт у вигляді презентації на основі власних малюнків. Формувати медійні навички: медіарепрезентація.	Портфоліо з малюнками дітей, вірші на тему «Осінь», фотоапарат, ноутбук	1. Гра-імпровізація «Журналісти». Мета: розвивати мовлення, фантазію, творчу уяву. - Треба визначити тематику, на яку буде створено репортаж для презентації (наприклад про пори року). Діти домовляються, хто про яке явище осені буде розповідати (діврати вірш або придумати короткий розповідь на основі малюнку) – обираються кілька репортерів. - Треба визначити, які малюнки будуть покладені в основу репортажу (відібрати з кількох малюнків найкращий) – обираємо двох редакторів. - Домовляємося, хто буде фотографом (фотографуємо обрані редакторами малюнки дітей). - Режисер із монтажу – вихователь – робить монтаж. 2. Рефлексивне коло «Розмова на тему».	Знання і розуміння: - розуміють поняття монтажу. - розуміють, як планувати роботу щодо виконання медіапроєкту. Уміння і навички: - володіють навичками аналізу малюнка. - володіють елементарними навичками фотозйомки. - уміють озвучити сюжет або добирати вдалу музику із запропонованих варіантів. Установки і цінності: Установки і цінності:

				Мета: Учити аналізувати свою роботу, усвідомлювати себе активним учасником творчої медіадіяльності, спонукати до обміну думками, оцінювання себе і інших, висловлювання власних оцінне-етичних суджень щодо створеного медіапродукту.	<ul style="list-style-type: none"> - можуть висловлювати своє ставлення до власного медіапродукту, давати оцінку, творче інтерпретувати медіатекст. - усвідомлюють значення медіа в житті людини.
3.	<i>Солодка казка</i>	Формувати медіакультуру дітей через позитивне ставлення до світу предметів на основі емоційне-чуттєвого досвіду. Розвивати пізнавальний інтерес, формувати різні способи пізнання, колірне сприйняття, пам'ять, рефлексивне мислення, увагу, комунікативні компетентності. Навчати створювати рекламу шоколаду, аналізувати медіатекст, поданий у вигляді мультфільму.	Ноутбук, проектор, екран, фотоапарат, фрагмент із мультфільму «Солодка казка»; фігурки зі справжнього шоколаду; картинки шоколадних кенгур, папути, бегемоту, квітки, пароплаву, гуаш коричнева і біла, пензель, шаблоні фігурок, пісня про шоколад.	<p>1. Загадка про шоколад. Мотивація продуктивної діяльності зі створення «шоколаду» (зафарбування шаблонів відтінками коричневого кольору під музичний супровід).</p> <p>2. Перегляд фрагменту м/ф «Солодка казка».</p> <ul style="list-style-type: none"> - Хто головний герой мультфільму? - Про які секрети шоколаду він дізнався на фабриці? - Що зрозумів Дракончик, коли з'їв багато шоколаду? <p>3. Створення медіапродукту «Реклама шоколаду».</p> <p>Ми виготовили шоколад, тепер його треба продати. Щоб швидко продати треба його розрекламувати.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Що таке реклама? - Як створюють рекламу? - Хто її створює? - Чи бажаєте ви навчитися робити рекламу? <p>4. Гра «Рекламна агенція» – створення реклами шоколаду дітьми.</p> <p>Обирається режисер монтажу – вихователю.</p> <p>Фотографи – діти.</p> <p>Перший кадр – це солодкий шоколад (діти показують виготовлені фігурки з шоколаду).</p> <p>Другий кадр – Шоколад дарує радість (діти показують радісні обличчя).</p> <p>Третій кадр – склад шоколаду.</p> <p>Четвертий кадр – Дракончик із шоколаду (багато шоколаду їсти не треба одразу).</p> <p>Потім вихователю демонструє, як перенести фото з фотоапарату на комп'ютер через USB-пристрій і як створюються слайди.</p> <p>Запускаємо рекламу і промовляємо слогани разом.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - розуміють власну роль у процесі створення реклами. - розуміють, як реклама впливає на поведінку людини. Уміння і навички: <ul style="list-style-type: none"> - мають навички рефлексії стосовно власної медіатворчості. - володіють навичками елементарного аналізу рекламної продукції. - уміють створювати рекламу за поданим планом; - уміють визначати реальність та вигадки у рекламі. - уміють робити висновки з отриманої інформації. - уміють представити інформацію іншим, використовуючи отримані знання і вміння. - уміють аналізувати образи мультимедійних героїв. Установки і цінності: <ul style="list-style-type: none"> - усвідомлюють значення медіа в житті людини.

				<p>5. Рефлексивне коло.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Сподобалась вам реклама, яку ми створили разом? - А що ще вам сподобалось робити на занятті? - Чи було цікавим і корисним заняття? - Чим саме? 	
4.	<i>Казка про Снігову королеву</i>	Учити виконувати власний досвід для створення медіапродукту на запропоновану тематику на основі малюнків дітей: медіапрезентація.	Портфоліо малюнків дітей, мікрофон, ноутбук, фотоапарат	<p>1. Творче завдання: вибрати малюнки, де зображена вода в усіх її агрегатних станах: сніг, туман, лід, ріка, веселка тощо. Обрати з кількох малюнків по одному для створення кадрів.</p> <p>2. Фотозйомка малюнків – робимо кадри.</p> <p>3. Творче завдання «Сценаристи». Складання сюжетної колізії нової казки. Озвучування, добір музики до відповідних кадрів.</p> <p>4. Монтаж кадрів у програмі Movavi Video Suit 17 (разом із вихователем).</p>	<p>Знання і розуміння:</p> <ul style="list-style-type: none"> - мають поняття монтажу; - мають уявлення про етапи створення фільму (відео). - розуміють, що основний зміст медіатексту передається через комбінацію елементів (звук, колір, кадр). <p>Уміння і навички:</p> <ul style="list-style-type: none"> - уміють скласти невеликий сценарій певної тематики за сюжетом малюнків; - уміють озвучити сюжет, добирати вдалу музику із запропонованих варіантів. <p>Установки і цінності:</p> <ul style="list-style-type: none"> - усвідомлюють значення медіа в житті людини.

Схема аналізу (порівняння) різних видів медіатекстів на заняттях із малювання з елементами медіаосвіти

<i>Види медіатекстів</i>	<i>Чим схожі</i>	<i>Чим відрізняються</i>
<i>Фотографія та картина</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Це твори мистецтва, які відображають навколишній світ. Кінцевим результатом є зображення. • Для створення твору необхідно дотримуватися загальних законів мистецтва: закону композиції, колориту, яскравості й природності кольорів, гри світла й тіні, положення сонця в кадрі – сонячне світло. • Можуть бути виконані як в монохромній так і в кольоровій гамі. 	<ul style="list-style-type: none"> • Різні процеси створення, засоби зображення, стилі й манера зображення. • Фотограф відображає конкретну мить, стан об'єкту зображення, тобто він копіює реальність точно і швидко. • Художник відображає загальну атмосферу реальності (тобто те, що і як він бачить), найхарактерніше й виразніше в об'єкті зображення за певний час (тривалість варіюється від тижнів до років). Як результат, отримуємо неідентичність створеного реальності. • Зображення в картині можна змінити за допомогою художніх матеріалів. Зображення друкованої фотографії змінити неможливо.
<i>Фотографія та листівка</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Відносяться до творів мистецтва, несуть певну інформацію в залежності від призначення та жанру. • Можуть бути створені за допомогою цифрових медіа замість паперу або інших традиційних матеріалів. Зображення таких творів мистецтва можливо змінити за допомогою комп'ютерних технологій. • Можуть бути використані в якості рекламної медіапродукції 	<ul style="list-style-type: none"> • Різні процеси створення, засоби зображення й виготовлення. • Листівка має певну форму, розмір, композицію. Фотографія може бути різного розміру, в монохромній або кольоровій гамі. • Листівка окрім зображення має короткий текст. Фотографія не містить текстів. • Змістом листівки може бути різний вид мистецтва: репродукція картини, фотографія міста або пам'ятні місця, пам'ятники, музичний твір, відео, реклама, аплікація або малюнок. Змістом фотографії є об'єкти дійсності: природа, тварини, люди, предмети побуту. • Відрізняються за призначенням.
<i>Листівка та малюнок</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Деякі є видом декоративно-ужиткового мистецтва. • Зміст – малюнок, картинка, які покликані поліпшити настрій того, хто отримує твір образотворчого мистецтва (листівку або малюнок). • За змістом можуть бути святковими, сюжетними, ілюстративними. 	<ul style="list-style-type: none"> • Малюнок створюється на паперу різного формату і розміру (альбомний, для акварелі, ватман, асфальт, стіна і таке інше). Для листівки використовують цупкий картон, тонований папір, який має прямокутну форму невеликого розміру. • Сюжет малюнка може передавати різний задум, фантазію художника. Сюжет листівки відповідає її призначенню, меті створення.

		<ul style="list-style-type: none"> Листівку виготовляють різними художніми матеріалами та різними техніками (аплікація, квілінг, малювання). Малюнок виконується художніми матеріалами: фарби, пастель, олівці. Різний формат зображення: листівка може бути об'ємна, малюнок завжди плоский.
<i>Ілюстрація та листівка</i>	<ul style="list-style-type: none"> Це твори мистецтва, які мають інформаційний характер. Змістом може бути казковий сюжет або персонаж літературного твору. Зображення кольорове, привабливе для сприйняття. 	<ul style="list-style-type: none"> Листівка має яскравий барвистий дизайн, що відповідає певній темі. За призначенням відрізняються тим, що листівка несе функцію вітання, нагадування й може містити короткий текст. Ілюстрація є додатковим ресурсом для пояснення змісту тексту, як правило літературного твору або мультфільму, тексту на містить.
<i>Ілюстрація та картина</i>	<ul style="list-style-type: none"> Вид образотворчого мистецтва. Можуть бути виконані в різних жанрах і різними художніми матеріалами і техніками. 	<ul style="list-style-type: none"> Ілюстрація – це картина якоїсь події, образу з конкретного тексту художнього твору. Картина – це фантазія художника, його творча уява та інтерпретація події або образу з конкретного художнього твору або асиміляція різних творів. Зміст картини не завжди має зв'язок із тестом.
<i>Друкований твір та мультфільм</i>	<ul style="list-style-type: none"> Можуть мати однаковий сюжет (казка). Можуть бути однойменними. Персонажі можуть бути вигаданими. Використовується художній прийом антитези: протистояння добра і зла, поганого і хорошого, правильного і неправильного. В образах висміюються й засуджуються людські вади і схвалюються чесноти, позитивні риси вдачі. 	<ul style="list-style-type: none"> Казка – це літературний твір, а мультфільм – це жанр кінематографу. Зміст казки сприймається в словесних образах (вербальне сприйняття), а в мультфільмі – у візуальних образах (зорове сприйняття). Сюжет казки будується відповідно до особливостей літературного жанру. У мультфільмі не тільки казкові, але і спеціально створені сюжетні колізії (оригінальні сюжети, поєднання кількох казок, казкових героїв тощо). Головний засіб зображення в літературному творі – це слово (словесний опис пригод героїв, оповідна манера викладу, інтонаційне звучання мови). У мультфільмі слово – це смисловий фон того, що відбувається на екрані (мова персонажів або коментар мають за кадром допоміжну функцію: пояснюють і підсумують зміст, який і так зрозуміло глядачам).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Базовий компонент дошкільної освіти в Україні (нова редакція): наук. керівник: А.М. Богуш. – К. : Видавництво, 2012. – 26 с.
2. Джерело педагогічних інновацій. Інноваційні практики розвитку життєвої компетентності дитини дошкільного віку : Науково-методичний журнал. – Випуск №2 (14). – Харків : Харківська академія неперервної освіти, 2016. – 276 с.
3. Интеграция медиаобразования в условиях современной школы: сборник научных трудов III Всероссийской заочной научно-практической конференции с международным участием / под. ред. А. С. Галченкова. – М.: Изд-во МОО «Информация для всех», 2016. – 135 с. [Электронное сетевое издание]
4. Медіаосвіта та медіаграмотність: Короткий огляд / Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л., Іванова Т., Мирошніченко Ю. – 2-ге вид. – К : АУП, 2012. – 58 с.
5. https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/
6. <http://www.dissercat.com/content/razvitie-izobrazitel'nogo-tvorchestva-v-risovanii-u-detei-starshego-doshkolnogo-vozrasta-pod->

В статтє автор раскрывает задания и формы работы по формированию медийной компетентности у дошкольников на занятиях кружка по рисованию с использованием элементов медиаобразования согласно парциальной Программы «Сказки и краски», разработанной на основе опыта внедрения медиаобразования в учебно-воспитательный процесс в дошкольном образовании.

Ключевые слова: *медіапрезентація, медіапродукт, медіатекст, медіасредства, медійная компетентність, медіатворчество, медіадеяльність, медійные навыки, медіаграмотність, рисование*

In the article an author exposes tasks and forms on forming of media competence for preschool children on employments of group on drawing with use of elements of mediaeducation in obedience to the partial program offair «Tales and paint» worked out on the basis of experience of introduction of mediaeducation in educational is an educatorprocess in preschool education.

Keywords: *mediapresentation, mediaproduct, mediatext, mediafacilities, media competence, mediawork, mediaactivity, media skills,medialiteracy, drawing*

МЕДІАОСВІТА
ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ПОЧАТКО-
ВІЙ ШКОЛІ

Ю.В.Волкова, вчитель початкових класів Ізюмської гімназії №1

Т.Р. Нич, вчитель початкових класів Ізюмської гімназії №1

ІНТЕГРАЦІЯ МЕДІАОСВІТИ В ПРЕДМЕТИ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ

У статті запропоновано систему інтеграції медіаосвіти в навчально – виховний процес початкової школи; наведено приклади вправ для формування в дітей медіаобізнаності, медіаграмотності й медіакомпетентності.

Ключові слова: *медіаграмотність; медіаосвіта; медіапродукція*

В сучасному суспільстві на взаємодію з різноманітними медіа (книги, преса, радіо, кіно, телебачення, інтернет) припадає все вагоміша частина вільного часу громадян, чим зумовлюється значний вплив медіа на всі верстви населення, передусім на дітей і молодь. Медіа потужно й суперечливо впливають на освіту молодого покоління, часто перетворюючись на провідний чинник його соціалізації, стихійного соціального навчання, стають засобом дистанційної і джерелом неформальної освіти. Саме впровадження складових медіаосвіти в навчально-виховний процес сприятиме розв'язанню проблеми підготовки людини до спілкування із засобами масової комунікації під час соціалізації, а це у свою чергу дозволить, по-перше, захистити дітей від потенційно шкідливих ефектів медіа, по-друге, виховати такого споживача медіа, котрий міг би ефективно задовольняти свої інтереси, використовуючи засоби масової комунікації.

В Україні існують різні системи медіаосвіти і стосуються вони різних вікових категорій. Пріоритетними напрямками для Ізюмської гімназії №1 є створення системи шкільної медіаосвіти, що закладає основу медіаосвіти протягом життя і передбачає розроблення психологічно обґрунтованих навчальних програм інтегрованої освіти для всіх класів початкової школи, сприяння поширенню практики інтеграції медіаосвітніх елементів у навчальні програми з різних предметів.

Ідея медіаосвіти молодших школярів знайшла вираження у тому, що до програм окремих предметів початкової школи було інтегровано навчальну програму «Основи медіа грамотності: взаємодія з медіа» для учнів 1-4 класів загальноосвітньої школи авторського колективу: О. Волошенюк, Г. Дегтярьової, Г. Кравченко, С. Крамаровської, О. Романової, О. Стадник. Створення системи роботи з медіаосвіти спонукало вчителів початкової школи до творчих пошуків. На відміну від Програми для загальноосвітніх навчальних закладів 2012 року, в Типовій освітній програмі Нової української школи однією зі змістових ліній мовно-літературної освітньої галузі є «Досліджуємо медіа». Впроваджувати дану програму в 2-3 класах доцільно на уроках літературного читання, основ здоров'я, образотворчого мистецтва.

Місце курсу «Основи медіаграмотності» в програмах «Літературне читання» та «Основи здоров'я» 2 клас

№ з/п	Зміст навчального матеріалу курсу «Літературне читання» 2 клас	Тема та зміст навчального матеріалу програми «Основи медіаграмотності»	Державні вимоги щодо рівня загальноосвітньої підготовки учнів з предмету	Форми роботи	Очікувані результати	Матеріали до уроку
Мультимедіація (6 год)						
1.	<p>Українська народна казка «Рукавичка» Інценізація казки. (урок 25)</p> <p>Мета уроку: Розширювати знання учнів про казку, як жанр усної народної творчості; навчати розпізнавати такі твори, орієнтуватися в їх особливостях; учити визначати головну думку казки, розвивати вміння відтворювати зміст прочитаного; виховувати інтерес до казок.</p>	<p>Хто створює мультфільми</p> <p>Складові мультфільму: музика, слово, малюнки (ляльки) Знайомство з мовою кіно. «Медійні технології» (знайомство з професіями, які за допомогою певних технологій створюють мультфільми)</p>	<p>Учень/учениця має уявлення про те, які твори за жанром, тематичним спрямуванням опрацьовувалися; правильно називає кілька українських народних казок; визначає складники сюжету: початок, основну частину, кінцівку; відтворює послідовність подій у творі</p>	<p>Робота з дитячою книжкою</p> <p>Перегляд мультфільму</p> <p>Порівняння мультфільмів різних режисерів;</p> <p>Бесіда за змістом казки</p> <p>Робота в парах, групах</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до культури і традицій України, до праці</p>	<p>«Українські народні казки» Видавництво: Веселка Рік видання: 1989 Мультфільм «Рукавичка» https://www.youtube.com/watch?v=rIPmutMN7E https://www.youtube.com/watch?v=iffk_iFBhRA https://www.youtube.com/watch?v=RzG0XXZFqMI</p>
2.	<p>Хитра лисичка – героїня багатьох казок. Російська народна казка «Лисичка» (урок 31)</p> <p>Мета уроку: ознайомити дітей з російською народною</p>	<p>Історія мультимедіації.</p> <p>Студія УДіС-нея</p>	<p>Учень/учениця має уявлення про те, які твори за жанром, тематичним спрямуванням опрацьовувалися; визначає складники сюжету: початок, основну частину,</p>	<p>Пошукова робота «Хитра лисичка – героїня багатьох казок»</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до культури і традицій країн світу</p>	<p>https://ru.wikipedia.org/wiki/Лисичка http://kinokrad.co/280865-lis-i-pjos.html</p>

<p>казкою «Лисичка»; удосконалювати техніку виразного свідомого читання; учити переказувати прочитане близько до тексту, характеризувати дійових осіб; виховувати любов до художнього слова.</p>		<p>кінцівку; відтворює послідовність подій у творі</p>	<p>Перегляд мультфільму «Лис і лис» студії У.Діснея. Бесіда за змістом казки. Вікторина «Хто це?» (за зображенням героя назвати мультфільм, визначити вид мультфільму)</p>		<p>https://www.youtube.com/watch?v=7sL8ZU3BuQ</p>
<p>3. Чому виникла війна між тваринами? Чеська народна казка «Собаки, коти та миші» Чеська народна казка «Собаки, коти та миші» (урок 35) Мета уроку: удосконалити навички свідомого виразного читання; навчати учнів самостійно визначати дійових осіб, давати їм характеристику; удосконалити вміння ділити текст на логічно завершені частини, стисло переказувати прочитане; виховувати почуття відповідальності за свої вчинки.</p>	<p>Мультфільм «Гом і Джері» Кадр у фільмі: з чого складається фільм? Перше поняття про кадр. Кадр як частина простору (фотографічний кадр). Кіно (анімація) – розповідь в кадрах</p>	<p>Учень/учениця має уявлення про те, які твори за жанром, тематичним спрямуванням опрацьовувалисяж визначає складники сюжету: початок, основну частину, кінцівку; відтворює послідовність подій у творі. Учень/учениця висловлюється, щодо теми твору – що в ньому зображено, про що він написанийж відповідає на запитання про кого, про що йдеться у творі? Що основне хотів сказати письменник?</p>	<p>Перегляд і аналіз мультфільму. Гра «Зроби комплімент» (діти знаходять позитивне в образах мультфільмів) Інтерактивна вправа «Займи позицію»; Створення діалогов (окремих кадрів) або коміксів</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дружби</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=Qcuwj4aYz4</p>

4.	<p>Грамоти вчиться завжди знобиться Ю. Ярмиш «Зайчаткова казочка» Ю. Ярмиш «Зайчаткова казочка» (урок 81) Мета уроку: вчити дітей правильно та виразно читати; розвивати вміння висловлювати свою думку, характеризувати дійових осіб, оцінювати їхні вчинки, давати відповіді на запитання; виховувати повагу до знань.</p>	<p>Мультфільм «Ну, пострівай» Особливості кіномови. Го-лоси героїв та музика</p>	<p>Учень/учениця визначає складники сюжету: початок, основну частину, кінцівку; відтворює послідовність подій у творі; висловлюється, щодо теми твору – що в ньому зображено, про що він написаний; відповідає на запитання про кого, про що йдеться у творі? Що основне хотів сказати письменник? Учень/учениця висловлює елементарні узагальнені оцінні судження: лисиця – хитра, вовк – злий; заєць – блягуз і т. ін.; пояснює, що літературна казка – це авторський твір</p>	<p>Перегляд і аналіз мультфільму. Гра «Зроби комплімент» (діти знаходять позитивне в образах мультфільмів) Вікторина «Розпізнай по голосу характер героя»</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дружби</p>	<p>https://ru.wikipedia.org/wiki/Румянова Клара https://ru.wikipedia.org/wiki/Папанов https://www.youtube.com/results?search_query=ну+погоди</p>
5.	<p>Сучасні письменники – дітям. Ніна Найдич «Музичні казки». Уривок «Василь Тимофійович мандрує» Урок позакласного читання. (урок 90) Мета уроку: розвивати вміння висловлювати свою думку, характеризувати дійових осіб, оцінювати їхні вчинки, давати відповіді на запитання; виховувати інтерес до читання</p>	<p>Я обираю мультфільм Кілька серій «Том і Джері», «Ну, пострівай». Обери мультфільм для перегляду. Продовження знайомства з мовою кіно</p>	<p>Учень/учениця відповідає на запитання про кого, про що йдеться у творі? Що основне хотів сказати письменник?; має уявлення про один із способів зображення персонажа – опис його зовнішності. розповідає про домінуючі риси їх характеру, передає це голосом під час читання, інсценування</p>	<p>Перегляд і аналіз мультфільмів. Робота в групах. Обговорення: чи схожі між собою коти?</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дружби, мистецтва</p>	<p>Хрестоматія сучасної дитячої літератури для читання в 1 – 2 класах. Серія «Шкільна бібліотека», «Видавництво Старого Лева», – Львів – 2016 https://www.slideshare.net/ssuserd5398a/12-70203810 Ніна Найдич. Музичні казки. – Київ: Веселка, 2015</p>

6.	<p>Сучасні письменники – дітям. Зірка Мезантюк «Каша» Урок позакласного читання . (урок 97)</p> <p>Мета уроку: розвивати вміння висловлювати свою думку, характеризувати дійових осіб, оцінювати їхні вчинки, давати відповіді на запитання; виховувати інтерес до читання</p>	<p>Проект «А що далі?» Дописати фінал мультфільму. Порівняти з оригіналом. Склади топ-список найулюбленіших мультфільмів</p>	<p>Учень/учениця відтворює послідовність подій у творі усвідомлює наявність персонажа (низки персонажів) як дійової особи (дійових осіб) у творі; розрізняє їх за вчинками (позитивними, негативними і); має уявлення про один із способів зображення персонажа – опис його зовнішності.</p>	<p>Робота в парах, групах</p> <p>Інтерактивна вправа «Передбачення»</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дружби, мистецтва</p>	<p>Хрестоматія сучасної дитячої літератури для читання в 1 – 2 класах. Серія «Шкільна бібліотека», «Видавництво Старого Лева», – Львів – 2016 https://www.slideshare.net/ssuserd5398a/12-70203810 Зірка Мезантюк. Зварю тобі борщик. – Львів: Видавництво Старого Лева, – Львів – 2012</p>
Дитячі журнали (4 год)						
7.	<p>Що таке «періодичні видання» для дітей? Урок позакласного читання.</p> <p>Урок позакласного читання. Бібліотечний урок (урок 106)</p> <p>Мета уроку: розширювати коло дитячого читання шляхом ознайомлення з періодичними виданнями та вміння з ними працювати (орієнтуватися в рубриках журналів та газет, розрізняти твори різних жанрів) ; збагачувати словниковий запас; виховувати бажання працювати з різними видами літератури, створеної для дитячого читання</p>	<p>Розглядаємо зміст Знайомство з рубриками журналів</p>	<p>Учень/учениця самостійно розглядає дитячі періодичні видання; за завданням вчителя знаходить, показує відповідну рубрику в кількох числах журналу. розуміє роль заголовка у сприйманні тексту (з допомогою вчителя); знає про різні форми заголовка; вміє пояснити смисл заголовка (з допомогою вчителя);</p>	<p>Вікторина «Про що нам каже назва»</p> <p>Практичне ознайомлення учнів з поняттям «рубрика». Розвиток умінь самостійно працювати з дитячими періодичними виданнями</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до діяльності, самоосвіти</p>	<p>«Яблушка» Пізнавально-розважальне видіння для дітей Видавництво: Дім, сад, город «Пізнайко» Дитячий міжнародний журнал</p>

8.	<p>Періодичні видання для дітей. Урок позакласного читання. (урок 110) Мета уроку: розширювати коло дитячого читання шляхом ознайомлення з періодичними виданнями та вміння з ними працювати (орієнтуватися в рубриках журналів та газет, розрізняти твори різних жанрів); збагачувати словниковий запас; виховувати бажання працювати з різними видами літератури, створеної для дитячого читання.</p>	<p>«Маленький Розумник» Журнал для дітей від 5 до 9 років Журнал «Професор Крейд». Аналіз медійних текстів</p>	<p>Учень/учениця самостійно розглядає дитячі періодичні видання; за завданням вчителя знаходить, показує відповідну рубрику в кількох числах журналу. розуміє роль заголовка у сприйманні тексту</p>	<p>Робота в групах. Обмін інформацією Інтерактивна вправа «Наші очікування» Розв'язування кросвордів. Запропонуй свій матеріал для рубрики.</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності. Бажання створювати власний медіа продукт.</p>	<p>Пізнавально-розважальний журнал для дітей 6-10 років, м. Київ professor@kraid.com.ua</p>
9	<p>Періодичні видання для дітей. Урок позакласного читання (урок 115) Мета уроку: розширювати коло дитячого читання шляхом ознайомлення з періодичними виданнями та вміння з ними працювати (орієнтуватися в рубриках журналів та газет, розрізняти твори різних жанрів); збагачувати словниковий запас; виховувати бажання працювати з різними видами літератури, створеної для дитячого читання.</p>	<p>«Колосок», дитячий журнал для молодшого і середнього шкільного віку Аналіз медійних текстів</p>	<p>Учень/учениця самостійно розглядає дитячі періодичні видання; за завданням вчителя знаходить, показує відповідну рубрику в кількох числах журналу. розуміє роль заголовка у сприйманні тексту</p>	<p>Попередня робота: підготувати матеріал по рубриках журналу Робота в групах. Обмін інформацією. Створення власної сторінки в журналі Інтерактивна вправа «Передбачення»</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності</p>	<p>Науково-популярний природничий журнал для дітей. Видавництво: СТ «Міські інформаційні системи», м.Львів</p>

10	<p>Мої майбутні канікули. Підсумковий урок – колаж (урок 119) Мета уроку: розширювати коло дитячого читання шляхом ознайомлення з періодичними виданнями та вміння з ними працювати (ознайомлювати з професіями, які долучаються до створення журналу (редактор, художник, фотокореспондент, журналіст тощо); добирати матеріал відповідно до рубрик журналу, розрізняти твори різних жанрів); збагачувати словниковий запас; виховувати бажання власноруч створювати дитячий журнал.</p>	<p>Проект створення обкладинки та зміст журналу Аналіз медійних текстів</p>	<p>Учень/учениця самостійно розглядає дитячі періодичні видання; за завданням вчителя знаходить, показує відповідну рубрику в кількох числах журналу. розуміє роль заголовка у сприйманні тексту</p>	<p>Підготувати матеріал для виготовлення аплікації – колажу (вирізки з журналів, малюнки, заготовки для заголовків) Робота в групах. Обмін інформацією. Створення колажу обкладинки «Мої канікули»</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до самоосвіти, самовиховання</p>	
Дитяче кіно і телебачення (4год)						
11	<p>Історії зі шкільного життя. М. Чумарна «Хто сьогодні зірка в класі?». Л. Вахніна «Кордон». Прислів'я Мета уроку: продовжити формування в учнів правильного, свідомого, виразного читання; навчати аналізувати прочитаний твір; збагачувати словниковий запас учнів; розвивати зв'язне мовлення;</p>	<p>Кіно як вид мистецтва. Дитячий фільм Кіно як різновид екранних мистецтв. Фільми для дітей</p>	<p>Учень/учениця: відповідає на запитання: про кого, про що йдеться у творі? вирізняє оповідання серед інших літературних творів Учень/учениця висловлюється щодо теми та основної думки твору (з допомогою вчителя) Визначає невеликих за обсягом і нескладних за будовою творах початок, основну частину, кінцівку;</p>	<p>Попередня робота: перегляд кінофільму «Где это видно, где это слышно», режисер: Валентин Горлов, 1973р</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до свого внутрішнього стану</p>	<p>https://www.iviv.ru/movies/detskiy/page5</p>

	<p>учити розрізняти справжніх друзів, бути добрими, чуйними.</p>		<p>знаходить у творі частину про окрему подію (за завданням учителя); відтворює послідовність подій у творі, у тому числі за допомогою малюнків, ілюстрацій; визначає й називає персонажів оповідання; висловлює свою думку щодо поведінки героїв; знаходить у тексті опис зовнішності персонажа, факти про його вчинки, події, які з ним відбуваються; встановлює й пояснює зв'язок між двома подіями</p>	<p>Попередня робота : інтерактивна вправа «Інтерв'ю» (улюблене кіно моїх батьків) Бесіда «Чим кіно відрізняється від мультфільму?»</p>	
<p>12 Веселе слово. Г. Бойко «Ділові розмови». Розігрування діалогу (урок 6) Мега урок: удосконалювати навички свідомого, виразного читання, уміння читати за особами; учити ставити запитання за прочитаним; розвивати зв'язне мовлення, уміння висловлювати оцінні судження; виховувати пізнавальний інтерес.</p>	<p>Знайомство з короткометражним вігчизняним фільмом Формування початків аналізу фільму. Розвиток критичного мислення</p>	<p>Учень називає персонажів твору, визначає й називає персонажів оповідання; висловлює свою думку щодо поведінки героїв; розрізняє позитивні й негативні вчинки персонажів</p>	<p>Робота в парах Перегляд серії кіножурналу «Сралаш» Обговорення ситуацій Інтерактивна вправа «Займи позицію»</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до людини</p>	<p>https://www.ivivi.ru/watch/etalash</p>
<p>13 Культура спілкування. Розпізнавання невербальних знаків, сигналів, жестів («Основи здоров'я» (урок 32))</p>	<p>Той ще Карлсон Аналіз сюжету мультфільму (розвиток і</p>	<p>Учень/учениця пояснює, як уміння приймати рішення допомагає уникати небезпек, розуміє взаємозв'язок прав</p>	<p>Перегляд і аналіз мультфільмів.</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до сімейних</p>	<p>Астрід Линдгрен: Малюк і Карлсон Видавництво: Самовар, 2006 г.</p>

	<p>Мета уроку: формувати навички культури спілкування; навчати дітей розрізняти вербальні і невербальні способи спілкування, надавати дітям інформацію про мовний етикет; показати важливість ставлення до інших з повагою, навчити робити компліменти, виховувати культуру поведінки, ввічливість</p>	<p>вдосконалення умінь аналізу медійних текстів). Який має бути фінал</p>	<p>і обов'язків людини; намагастися знаходити спільні інтереси з іншими людьми; обирати безпечні для здоров'я заняття</p>	<p>Робота в групах Бесіда</p>	<p>традицій, до здоров'я, до спорту</p>	<p>https://www.iviv.ru/watch/malysh_i_karlson</p>
14	<p>Людяність, вдячність, співчуття. Як надати підтримку і допомогу Мета уроку: формувати навички культури спілкування; сприяти розвитку емпатії і поваги до людей з вадами здоров'я, мотивувати учнів надавати підтримку дітям з особливими потребами, виховувати свідоме ставлення до власного здоров'я.</p>	<p>Той ще Карлсон Очікування дітей. Герой мультфільму Формування початкових умінь аналізу героїв фільму</p>	<p>Учні пояснюють вплив смаків і захоплення на здоров'я людини; значення життєрадісності для збереження і зміцнення здоров'я; необхідність гуманного ставлення до хворих і людей з особливими потребами; умінуть знаходити спільні інтереси з іншими людьми; обирати безпечні для здоров'я заняття; висловлювати вдячність, співчуття; надавати допомогу людям.</p>	<p>Перегляд і аналіз мультфільмів. Робота в групах Обмін інформацією Обговорення ситуацій Інтерактивна вправа «Займи позицію»</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до сімейних традицій, до здоров'я, до спорту</p>	<p>Астрід Ліндгрен: Малюк і Карлсон Видавництво: Самовар, 2006 г https://www.iviv.ru/watch/malysh_i_karlson</p>
Комп'ютерні ігри (3 год)						
15	<p>Вибір друзів. Друзі за інтересами (урок 10) Мета уроку: сприяти підвищенню самоповаги та поваги</p>	<p>Види комп'ютерних ігор Знайомство з новими медіа.</p>	<p>Учень/учениця розповідає про особисті інтереси, смаки і захоплення; пояснює вплив смаків і захоплення на здоров'я людини;</p>	<p>Робота в групах. Обмін інформацією. Інтерактивна вправа «Займи позицію».</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до здоров'я, до</p>	<p>Презентація за темою уроку</p>

	до інших людей, розбудові дружніх стосунків, вчити толерантно ставитися до відмінностей у смаках та захопленнях, шукати спільні інтереси.	Вплив комп'ютерних ігор на людину. Як запобігти ігromанії	значення життєрадісності для збереження і зміцнення здоров'я; уміє: знаходити спільні інтереси з іншими людьми; обирати безпечні для здоров'я заняття	комп'ютерна гра – це добре чи погано?	спорту, до свого внутрішнього стану	https://pustunchik.ua/ua/games/logical http://es-area.net/logichni.htm настільні ігри за вибором учителя
16	Користування телевізором, комп'ютером, мобільним телефоном. Практична робота. Створення пам'ятки щодо перегляду телевізійних передач, користування комп'ютером, мобільним телефоном (урок 15) Мета уроку: Дати дітям поради щодо перегляду телепередач та користування комп'ютером; формувати вміння і навички, що допоможуть уникнути небезпечних ситуацій вдома під час відсутності батьків; спонукати учнів до виконання правил користування найуживанішими побутовими приладами; виховувати обережність, вміння чинити розсудливо.	Логічні ігри Розвиток і вдосконалення умінь аналізу медійних текстів. Що дає гра в логічні ігри	Учень/учениця називає переваги користування телевізором, комп'ютером, мобільним телефоном розповідає: про особисті інтереси, смаки і захоплення; пояснює вплив смаків і захоплень на здоров'я людини; значення життєрадісності для збереження і зміцнення здоров'я; уміє знаходити спільні інтереси з іншими людьми; обирати безпечні для здоров'я заняття	Евристична бесіда Порівняння логічної настільної гри з комп'ютерною Гра «Пазли» Розучування настільних ігор	Формування ціннісного ставлення до здоров'я, до спорту, до свого внутрішнього стану	https://pustunchik.ua/ua/games/logical http://es-area.net/logichni.htm настільні ігри за вибором учителя
17	Узагальнюючий урок за темою «Соціальна складова здоров'я» (урок 20)	Турнір з логічних ігор Розвиток логічного мислення	Учні називають правила користування телевізором, комп'ютером, мобільним телефоном розповідають: про особисті	Конкурсно – розважальна програма, командні змагання.	Формування ціннісного ставлення до здоров'я,	https://pustunchik.ua/ua/games/logical http://es-area.net/logichni.htm

	Мета уроку: Закріпити отримані знання, формувати у дітей корисні звички, пропагувати здоровий спосіб життя.		інтереси, смаки і захоплення; пояснюють: вплив смаків і захоплень на здоров'я людини; значення життєрадісності для збереження і зміцнення здоров'я; уміють: знаходити спільні інтереси з іншими людьми; обирати безпечні для здоров'я заняття	Створення стіннівки, фо-токолажу	до спорту, до свого внутрішнього стану	
3 клас						
№ з/п	Зміст навчального матеріалу курсу «Літературне читання» 3 клас	Тема та зміст навчального матеріалу програми «Основи медіаграмотності»	Державні вимоги щодо рівня загальноосвітньої підготовки учнів з предмету	Форми роботи	Очікувані результати	Матеріали до уроку
Мультиплікація (8год)						
1.	Як же гарно, чудово, привітно, ніби в казці, в осінньому лісі. Олесь Донченко «Лісовою стежкою» (урок 8) Мета уроку: вчити учнів знаходити в текстах описи, роздуми; формувати в учнів уміння аналізувати, узагальнювати, робити висновки з прочитаного, побаченого;	Комп'ютерна анімація. Засоби створення комп'ютерної анімації Розгляд сучасних 3D фільмів. Пояснення етапів створення.	Учень/учениця: визначає тему твору; визначає (з допомогою вчителя) основну думку твору; визначає у структурі епічного твору початок, основну частину, кінцівку; пояснює їх взаємозв'язок після аналізу твору; знаходить потрібний епізод у творі за завданням учителя; спів ставляє ілюстрацію до твору з відповідним епізодом; знаходить	Евристична бесіда Презентації зі слайдами 3D фільмів, показ фрагментів фільмів про природу.	Формування ціннісного ставлення до культури і традицій України, до праці Формування ціннісного ставлення до людини	https://uk.wikipedia.org/wiki http://online-docfilm.com/bbc/bnature/

	<p>збагачувати словниковий запас учнів; вчити складати словесний портрет; розвивати фантазію</p>	<p>Апаратне та програмне забезпечення. Засоби виразності</p>	<p>у структурі тексту художні описи природи, зовнішності людини, інших живих істот; пояснює їх роль у творі; знаходить у тексті діалог; називає учасників діалогу; виділяє у художньому тексті та вживає у своєму мовленні під час характеристики персонажів творів, опису природи, яскраві, образні вислови, епітети, порівняння, метафори (без уживання термінів, практично) з твору; пояснює їхню роль у тексті;</p>	<p>Інтерактивна вправа «Співставлення» (порівняння прочитаного і побаченого)</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, самоосвіти</p>	
<p>2 Народ – мовтворець залишив нам безцінний скарб. Як з'явилась друкована книга. За Віктором Дацкевичем (урок 19) Мета уроку: розкрити дітям значення книги в житті людини, ознайомити з історією друкованих книг, виховувати бережне ставлення до книги, сприяти формуванню інтересу до читання та навчання.</p>	<p>Сучасні історичні мультфільми Продовження знайомства з мовою кіно. Аналіз мультфільмів</p>	<p>Учень/учениця називає ознаки науково-художніх творів: наявність художньої і пізнавальної інформації; визначає смислові частини твору, встановлює між ними зв'язки, складає словесний, малюнковий план, визначає основну думку, переказує зміст; виокремлює науково-пізнавальний матеріал, пояснює його значення для розуміння подій твору, вчинків персонажів; знаходить у тексті слова-терміни та пояснює їхнє значення;</p>	<p>Попередня робота: перегляд мультфільму «Моя країна – Україна. Мандри Сашка Лірика» студія Новаторфільм Робота в групах</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до культури і традицій країн світу Формування ціннісного ставлення до військово-патріотичної діяльності, ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, самоосвіти</p>	<p>ovelylife.in.ua/tvorchist/kino/suchasni-ukrayinski-multyky-yaki-varto-pereglyanuty</p>	

3	<p>Казка – це диво, сповнене краси Позакласне читання</p> <p>Мета уроку: продовжити ознайомлення учнів з кращими зразками усної народної творчості казками); вчити дітей визначати головну думку твору, вдосконалювати вміння учнів інтонувати мову дійових осіб; поглиблювати уявлення про етику людських стосунків.</p>	<p>Мультфільм за мотивами казки Лесі Українки «Біда навчить» – «Некмітливий горобець»</p> <p>Формування і розвиток умінь аналізу медійних текстів</p>	<p>розрізняє художній та науково-художній твори (за наявності чи відсутності наукової інформації).</p> <p>Учень/учениця: вирізняє казки; знаходить у змісті казки і називає (зачитує) приклади вимислу та фантазії, правильно визначає, називає героїв; пояснює, які якості виявляє герой (персонаж), здійснюючи позитивні й негативні вчинки (самостійно і з допомогою вчителя); висловлює свою оцінку щодо поведінки, вчинків персонажів; робить висновок про перемогу добра над злом (з допомогою вчителя); знає сюжет казок, з якими познайомився на уроках читання;</p>	<p>Перегляд і аналіз мультфільму</p> <p>Гра «Зроби комплімент»</p> <p>Діти знаходять позитивне в образах мультитипікаційних героїв</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дружби</p> <p>Формування ціннісного ставлення до сімейних традицій, до здоров'я, до спорту, ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, самоосвіти</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=oeKilLYQDmU</p>
4	<p>До джерел народної мудрості. Позакласне читання (урок 37)</p> <p>Мета уроку: розширювати знання учнів про пісні, як жанр усної народної творчості; порожніми засобами пісні; учити характеризувати і визначати дійових осіб; розвивати уяву, мовлення,</p>	<p>Мультфільм «Коліскова Діви Марії</p> <p>Формування і розвиток умінь аналізу медійних текстів</p>	<p>Учень/учениця називає основні ознаки пісні: наявність рими, ритму, мелодики, поділ на строфи – без вживання терміну) з опорою на текст та знаходить римовані слова, зачитує строфи; створює словесні малюнки за змістом; пояснює, які почуття висловлює поет у</p>	<p>Перегляд і аналіз мультфільмів.</p> <p>Порівняння колискових пісень у виконанні різних співаків</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дружби</p> <p>Формування ціннісного ставлення до сімейних традицій, до здоров'я,</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=ct3FR_5TM6c&list=PLn0nq2G03TCNltLEvhbY4CxOImizZdev</p> <p>www.youtube.com/watch?v=PpVDNmQ9FjA&list=PLn0nq2G03TCNltLEvhbY4CxOImizZdev-&index=4</p>

	<p>уміння інсценізувати; вдосконалювати навички художнього читання</p>		<p>творі; розповідає про власні почуття, які викликала пісня під час слухання чи читання; наводить приклади пісень, різних за емоційним забарвленням; обирає темп читання, тон, гучність голосу з урахуванням змісту і мелодики вірша і читає виразно вірш після попередньої підготовки;</p>	<p>Чим коліскова пісня відрізняється від інших пісень?</p>	<p>до релігії, Формування ціннісного ставлення до свого внутрішнього стану</p>	
<p>5</p>	<p>Позитивні та негативні персонажі. Юрій Ярмиш «Місто дружніх майстрів» (урок 43) Мега урок: продовжити роботу над літературною казкою, удосконалювати навички літературного аналізу твору, вчити складати характеристики дійових осіб; виховувати дружні стосунки.</p>	<p>Гра «Складасмо каталог мультфільмів» Зробити добірку мультфільмів за тематикою: дружба/про відносини людей, навчання, пригоди, спорт, про природу. Розвиток аналітичних умінь, критичного мислення</p>	<p>Учень/учениця: вирізняє казки; знаходить у змісті казки і називає (зачитує) приклади вимислу та фантазії, правильно визначає, називає героїв; пояснює, які якості виявляє героєм (персонаж), здійснюючи позитивні й негативні вчинки (самостійно і з допомогою вчителя); висловлює свою оцінку щодо поведінки, вчинків персонажів; робить висновок про перемогу добра над злом (з допомогою вчителя); знає сюжети казок, з якими познайомився на уроках читання;</p>	<p>Попередня робота для груп: перегляд мультфільму «Йшов трамвай дев'ятого номеру» режисер Степан Коваль, 2002 рік «Чарівний горох» Україна мафільм Опитування батьків «Улюблений мультфільм дитинства»</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до людини, творин, мистецтва Формування ціннісного ставлення до військово-патріотичної діяльності, до сімейних традицій, до здоров'я, до спорту, туризму, краєзнавства Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до самоосвіти</p>	<p>ovelylife.in.ua/tvorchist/kino/suchasni-ukrayinski-multyky-yaki-varto-pereglyanuty</p>

6	<p>Прославлення героїзму в народних казках. Народний герой «Кирило Кожум'яка» (українська народна казка) (урок 31)</p> <p>Мета уроку: розширювати уявлення учнів про героїко-фантастичні казки, формувати вміння читати в особах; виявляти залежність мовної та інтонаційної характеристики дійових осіб від їхньої ролі у творі; виховувати любов та повагу до усної народної творчості.</p>	<p>Проект. «Мультифільми твоєї Батьківщини»</p> <p>Розглянути кілька мультфільмів із створеного каталогу. Проаналізувати зміст, відповідність</p>	<p>Учень/учениця: вирізняє героїко-фантастичні казки; знаходить у змісті (тексті) героїко-фантастичної (чарівної) казки і називає (зачитує) приклади вимислу та фантазії: таємничі, зачаровані, незвичайні предмети, істоти, чудесні перетворення, надзвичайна сила героїв; правильно визначає, називає героїв чарівних казок; пояснює, які якості виявляє герой (персонаж), здійснюючи позитивні й негативні вчинки (самостійно і з допомогою вчителя); висловлює свою оцінку щодо поведінки, вчинків персонажів; робить висновки про перемогу добра над злом (з допомогою вчителя); знає сюжети героїко-фантастичних казок, з якими познайомився на уроках читання</p>	<p>Робота в групах. Аналіз результатів опитування батьків. Створення каталогу</p> <p>Попередня робота: перегляд мультфільмів ційного фільму «Микита Кожум'яка»</p> <p>Робота в групах.</p> <p>Обмін інформацією</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до людини, тварин, мистецтва. Формування ціннісного ставлення до військово-патріотичної діяльності, до сімейних традицій, до здоров'я, до спорту, туризму, краєзнавства. Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до самоосвіти</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=М0па5RyReIU</p>
---	--	--	--	---	--	--

7	<p>До джерел народної мудрості Українська народна казка «Котигорощко» Позакласне читання (урок 47) Мета уроку: розширювати коло дитячого читання та уявлення учнів про героїко-фантастичні казки, формувати уміння читати в особах; виявляти залежність мовної та інтонаційної характеристик дійових осіб від їхньої ролі у творі; виховувати любов та повагу до усної народної творчості.</p>	<p>Проект. «Мультифільми твоєї Батьківщини» Розглянути кілька мультифільмів із створеного каталогу. Проаналізувати зміст, відповідність</p>	<p>Учень/учениця вирізняє героїко-фантастичні казки; знаходить у змісті (тексті) героїко-фантастичної (чарівної) казки і називає (зачитує) приклади вимислу та фантазії: тасмнічі, зачаровані, незвичайні предмети, істоти, чудесні перетворення, надзвичайна сила героїв; правильно визначає, називає героїв чарівних казок; пояснює, які якості виявляє герой (персонаж), здійснюючи позитивні й негативні вчинки (самостійно і з допомогою вчителя); висловлює свою оцінку щодо поведінки, вчинків персонажів; робить висновок про перемоту добра над злом (з допомогою вчителя); знає сюжети героїко-фантастичних казок, з якими познайомився на уроках читання</p>	<p>Попередня робота: перегляд мультиплікаційного фільму «Пригоди Котигорощка та його друзів» Робота в групах. Обмін інформацією: порівняння сюжету літературного твору з мультиплікаційним фільмом. Створення діяльноту за серією малюнків до казки</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до людини, тварин, мистецтва Формування ціннісного ставлення до героїко-патріотичної діяльності, до сімейних традицій, до здоров'я, до спорту, туризму, краєзнавства Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до самоосвіти</p>	<p>https://www.youtube.com/watch?v=eBIR2B8cwWk http://www.rulit.me/books/kotigoroshko-download-free-358047 Казки народів світу. Видавництво: Веселка, 1985</p>
8	<p>Залізо іржа роз'їдає, задрісний від задрощів погибає Вадим Скомаровський «Чому в морі вода солона» Інтегрований урок (літературне читання і природознавство) (урок 42)</p>	<p>Проект. «Мультифільми твоєї Батьківщини» Розглянути кілька мультифільмів із</p>	<p>Учень/учениця: вирізняє казки; знаходить у змісті казки і називає (зачитує) приклади вимислу та фантазії, правильно визначає, називає героїв; пояснює, які якості виявляє герой (персонаж), здійснюючи позитивні</p>	<p>Перегляд мультиплікаційного фільму з серії «Це наше – це твоє. Сіль» телеканал «ПЛЮС-ПЛЮС»</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до людини, тварин, мистецтва Формування ціннісного</p>	<p>www.youtube.com/watch?v=8YXdNNU5L1c&list=PLmMdc5EtRgSgzRldOn6yvSu4coKy6Ofqt&index=6</p>

<p>Мета уроку: вдосконалювати навички читання віршованих творів, формувати уміння працювати над текстом, вникати в його зміст; збагачувати активний словник учнів; розвивати уяву; викликати негативне ставлення до проявів жадібності та задрощів; узагальнити знання учнів про прісну і морську воду.</p>	<p>створеного ка- талогу. Проана- лізувати зміст, відповідність</p>	<p>й негативні вчинки (само- стійно і з допомогою вчите- ля); висловлює свою оцінку щодо поведінки, вчинків персонажів; робить висновок про перемогу добра над злом (з допомогою вчителя); знає сюжети казок, з якими позна- йомився на уроках читання;</p>	<p>Робота в гру- пах. Обмін інформацією про солони водойми Укра- їни (доповіді, презентації)</p>	<p>ставлення до військово-па- тріотичної діяльності, до сімейних традицій, до здоров'я, до спорту, туриз- му, краєзнав- ства Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до самоосвіти</p>	
<p>Дитячі книги (10 год)</p>					
<p>9 Вступ до теми «Похвала книгам!». Як з'явилася книга. «Як з'явилася друко- вана книга» (за В. Дацкеви- чем) (урок 19) Мета уроку: розкрити зна- чення книги в житті людини, ознайомити з історією дру- кованих книг; виховувати бережне ставлення до книги, сприяти формуванню інтер- есу до читання та навчання; відпрацьовувати навички читання, вчити переказувати текст.</p>	<p>Розглядаємо обкладинки Знайомство з жанрами книг. Вікторина «Про що нам каже назва»</p>	<p>Учень/учениця називає ознаки науково-художньої творів: наявність художньої і пізнавальної інформації; визначає смислові частини твору, встановлює між ними зв'язки, складає словесний, малюнковий план, визначає основну думку, переказує зміст; виокремлює (за допо- могою вчителя) науково-піз- навальний матеріал, пояснює його значення для розуміння подій твору, вчинків персо- нажів;</p>	<p>Фронтальна робота: еврис- тична бесіда, презентація, виставка різно- жанрової дитя- чої літератури різних років.</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до люди- ни, тварин, мистецтва Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до самоосвіти</p>	<p>Презентація, виставка дитячої літератури різних років.</p>

				знаходить у тексті слова-терміни та пояснює їхнє значення; розрізняє художній та науково-художній твори (за наявності чи відсутності наукової інформації).							
10	<p>Книги в Київській Русі. «Як жила книга за часів Київської Русі» (за О.Єфімовим) (урок 21)</p> <p>Мета уроку: продовжити ознайомлення учнів з історією створення книг, навчати дітей аналізувати думки твору; формувати вміння працювати з науково – популярними текстами, збагачувати словниковий запас, удосконалювати навички читання</p>	<p>Ілюстровані книжки Комікси, картинки. Розмальовки, витинанки. Розповіді за картинками</p>	<p>Учень/учениця називає ознаки науково-художніх творів: наявність художньої і пізнавальної інформації; визначає смислові частини твору, встановлює між ними зв'язки, складає словесний, малюнковий план, визначає основну думку, переказує зміст; виокремлює (за допомогою вчителя) науково-пізнавальний матеріал, пояснює його значення для розуміння подій твору, вчинків персонажів; знаходить у тексті слова-терміни та пояснює їхнє значення; розрізняє художній та науково-художній твори (за наявності чи відсутності наукової інформації).</p>	<p>Робота в групах. Обмін інформацією. Гра «Веселі картинки» Гра «Маятник» (добре – погано) Створення власного медіапродукту (коміксу).</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до людини, тварин, мистецтва Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до самоосвіти</p>	<p>Презентація, яка порівнює сучасну ілюстрацію із старовинною.</p>					
11	<p>Які бувають казки. Позакласне читання. (урок 53)</p> <p>Мета уроку: розширювати коло дитячого читання та уявлення учнів про казки</p>	<p>Книжки для читання. Казки. Аналіз медійних текстів</p>	<p>Учень/учениця: вирізняє казки; знаходить у змісті казки і називає (зачитує) приклади вимислу та фантазії, правильно визначає,</p>	<p>Робота в групах. Обмін інформацією.</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до людини, тварин,</p>	<p>Виставка казок різних видів. Матеріали до вікторини «Пізнай казку за ілюстрацією»</p>					

	<p>різних видів (чарівні, соціально-побутові, про тварин), формувати уміння читати в особах; виявляти залежність мовної та інтонаційної характеристик дійових осіб від їхньої ролі у творі; виховувати любов та повагу до усної народної творчості.</p>		<p>називає героїв; пояснює, які якості виявляє герой (персонаж), здійснюючи позитивні й негативні вчинки (самостійно і з допомогою вчителя); висловлює свою оцінку щодо поведінки, вчинків персонажів; робить висновок про перемогу добра над злом (з допомогою вчителя); знає сюжети казок, з якими познайомився на уроках читання;</p>	<p>Гра «Історія, яку розповіли з кінця»</p>	<p>мистецтва Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до самоосвіти</p>	
12	<p>Книга дітей до себе манить. Л. Повх «У бібліотеці» (урок 25) Мета уроку: формувати уміння сприймати зміст вірша, образність мови; розвивати творче мислення, зв'язне мовлення; виховувати любов і повагу до книжок.</p>	<p>Книжки для читання. Казки. Аналіз медійних текстів</p>	<p>Учень/учениця бере участь у колективному обговоренні змісту самостійно прочитаних книжок: уважно слухає думки, міркування однокурсників; висловлює власні міркування щодо прочитаного: що вразило, що змусило задуматися, чому цю книжку варто прочитати; виявляє толерантність, повагу до однолітків під час діалогу, колективної дискусії.</p>	<p>Перегляд мультфільму «Грицькові книжки» режисер Є.Пружанський Київ-наукфільм 1979 Робота в групах: складання пам'ятки «Як працювати з книгою», «Рекомендації улюбленої казки», «Як поводити себе в бібліотеці». Обмін інформацією.</p>		

13	<p>Все так цікаво навкруги. Олег Будень «Наше відкриття» (урок 75) Мета уроку: розширювати і поглиблювати уявлення дітей про цікаве та надзвичайне у природі; удосконалювати навички правильного і різного читання та навички літературного аналізу твору; розвивати спостережливість, фантазію.</p>	<p>Дитяча творчість Дитячі оповідання. Доповнити подіями. Змінити характер героїв, щоб змінити фінал розповіді. Невибачливі</p>	<p>Учень/учениця визначає за змістом і називає подію (випадок), про яку (який) розповідається в оповіданні; співвідносить подію в оповіданні з подіями в реальному житті і пояснює, що відбувається в оповіданні, чому оповідання не є точною копією з реального життя; називає героїв (персонажів) оповідання; визначає головних героїв оповідання; називає теми дитячих оповідань, які опрацьовувалися під час навчання; висловлює оцінні судження морального і етичного характеру про вчинки героїв прочитаних оповідань. доводить думку прикладами з тексту;</p>	<p>Перегляд мультиплікаційного фільму «Чудасія» Київнаукфільм 1987 Робота в парах, групах Гра «Дивне оповідання». Питання та відповіді: порівняння реального та вимислу.</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до самоосвіти</p>	<p>С.Руданський «Вір, не вір, а не кажи «брешеш» https://mala.stoginka.org/переслів%27я-вір-не-вір-а-не-кажи – брешеш-степан-руданський – співомов ки-з-ілюстраціями //www.youtube.com/watch?v=gmUQYcXv5Q4</p>
14	<p>Життєвий і творчий шлях Ярослава Стельмаха. Ярослав Стельмах «Ловись рибок» (уривок з повісті «Найкращий намет») (урок 77)</p>	<p>Дитяча творчість Дитячі оповідання. Доповнити подіями.</p>	<p>Учень/учениця визначає за змістом і називає подію (випадок), про яку (який) розповідається в оповіданні; співвідносить подію в оповіданні з подіями в реальному житті і пояснює, що</p>	<p>Робота в парах, групах (створи власну історію за переліком та характеристикою дійових осіб).</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до самоосвіти</p>	<p>Стельмах Я. «Найкращий намет», Київ: Веселка, 1979 Виставка оповідань для дітей різних авторів</p>

<p>Мета уроку: продовжити знайомити учнів з творчістю Ярослава Стельмаха, визначати стан дійових осіб, відповідно до цього інтонувати діалог; збагачувати словник учнів; розвивати уміння передавати голосом здивування, сум, захоплення, радість.</p>	<p>Змінити характер героїв, щоб змінити фінал розповіді. Невбилиці</p>	<p>Відображені події у тому чи іншому оповіданні не є точною копією з реального життя; називає героїв (персонажів) оповідання; визначає головних героїв оповідання; називає теми дитячих оповідань, які опрацьовувалися під час навчання; висловлює оцінні судження морально-етичного характеру про вчинки героїв прочитаних оповідань. доводить думку прикладами з тексту;</p>	<p>Гра «Дивне оповідання». Питання та відповіді.</p>		
<p>15 Образ природи в творчості Т.Г. Шевченка Інтегрований урок: літературне читання + образотворче мистецтво. (урок 83) Мета уроку: продовжити знайомити учнів із поезією Т.Шевченка, розкрити красу поетичних образів, допомогти змилювання учнями поетичним малюнком природи, удосконалити читачькі уміння; продовжити знайомство з одним із жанрів живопису – пейзажем; закріпити знання учнів з основ кольорознавства; вдосконалити</p>	<p>Ілюструємо книжки Розвиток творчих здібностей. «Медійні агенції»</p>	<p>Учень/учениця створює словесні малюнки за змістом вірша; пояснює, які почуття висловлює поет у творі; розповідає про власні почуття, які викликав вірш під час слухання чи читання; наводить приклади віршів, різних за емоційним забарвленням; обирає темп читання, тон, гучність голосу з урахуванням змісту і мелодики вірша і читає виразно вірш після попередньої підготовки</p> <p>Учень/учениця милується та</p>	<p>Попередня робота: підготовка доповідей про життєвий і творчий шлях Т.Шевченка. Індивідуальна робота, робота в групах: ілюструємо вірші Т.Шевченка</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до людини, тварин, мистецтва Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до самоосвіти</p>	<p>Презентація «Т.Г.Шевченко – художник»</p>

	вміння малювати акварельними фарбами; уміння передавати настрої весняного сюжету; вчити малювати за уявою, вмiти передавати зображення з пам'яті і власних спостережень; сприяти вихованню любові до природи рідного краю		виражає емоційне ставлення (мімікою, мовленнєвими й образотворчими засобами): до краси природи навколишнього світу та відображеної у творах графіки та живопису; має уявлення про: основні жанри образотворчого мистецтва: пейзаж (краєвид), портрет, натюрморт, анімалістичний;	Індивідуальна робота, робота в групах «Ілюстрація до казки»	Формування ціннісного ставлення до людини, тварин, мистецтва Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до самоосвіти	Виставка казок Брати Грімм. Казки. Видавництво: Веселка, 1987 Брати Грімм. Казки. Видавництво: СЕПТІМА 2005 Волшебные сказки и сказочные истории. Видавництво: АСТ, 2007
16	Чудові казки братів Грімм Інтегрований урок літературне читання та образотворче мистецтво. (урок 89) Мета уроку: вчити стежити за логікою описуваних подій, орієнтуватися у структурі тексту, збагачувати словниковий запас, удосконалювати читацькі навички, розвивати стисло відтворювати послідовність подій поглиблювати знання учнів про художню ілюстрацію як вид книжкової графіки; самостійно обирати сюжет та композиційне рішення; поглиблювати уявлення про малювання фігури людини; розвивати навички роботи за уявленням; формувати	Ілюструємо книжки Розвиток творчих здібностей. «Медійні агенції»	Учень/учениця: вирізняє казки і знаходить у змісті казки і називає (зачитує) приклади вимислу та фантазії, правильно визначає, називає героїв; пояснює, які якості виявляє герой (персонаж), здійснюючи позитивні й негативні вчинки (самостійно і з допомогою вчителя); висловлює свою оцінку щодо поведінки, вчинків персонажів; робить висновок про перемогу добра над злом Учень/учениця аналізує й інтерпретує (на елементарному рівні та при підтримці вчителя): живописні та графічні твори; висловлює елементарні судження про ілюстрацію як малюнок до літературного твору;	Формування ціннісного ставлення до людини, тварин, мистецтва Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до самоосвіти	Виставка казок Брати Грімм. Казки. Видавництво: Веселка, 1987 Брати Грімм. Казки. Видавництво: СЕПТІМА 2005 Волшебные сказки и сказочные истории. Видавництво: АСТ, 2007	

<p>в дітей образне, логічне, просторове мислення, уміння аналізувати, порівнювати, узагальнювати; розвивати творчу уяву; розвивати вміння міркувати, гарний смак, акуратність, увагу; стимулювати розвиток допитливості; виховувати любов до книги.</p>		<p>про значення терміну «композиція» та роль ескізу у створенні композиції; має елементарне уявлення про: професію художників у театрі (декоратор, костюмер, гример тощо); уміє передавати індивідуальні характеристики героїв казок через особливості зовнішніх ознак та одягу</p>	<p>Робота в групах. Обмін інформацією. Порівняння науково-популярного і художнього творів</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до людини, тварин, мистецтва</p> <p>Формування ціннісного ставлення до військово-патріотичної діяльності, до сімейних традицій, до здоров'я, до спорту, туризму, краєзнавства</p> <p>Формування ціннісного ставлення до дослідницької</p>	<p>Презентація «Які бувають енциклопедії»</p> <p>Виставка «Які бувають енциклопедії»</p> <p>https://urok.ua.com/duyacha-entsyklopediya-pro-tvarun-chytaty-onlajn/</p> <p>http://iknigi.net/avtor-tetyana-ovlyeva/62719-vidatn-naukov-vdkritya-dityacha-enciklopediya-tetyana-ovlyeva/read</p> <p>http://tvaruni.com.ua/</p>
<p>17 Березнева казка природи. Тамара Коломієць «Березень» (урок 97)</p> <p>Інтегрований урок літературне читання та природознавство.</p> <p>Мета уроку: формувати уявлення про характерні ознаки березня, вдосконалювати навички читання поетичних творів, збагачувати словниковий запас учнів, вчити відчувати образність художнього слова, розвивати творчу уяву, виховувати естетичні почуття.</p> <p>Дослідити, які зміни відбулися ранньої весни у неживій природі, у житті тварин і рослин; розвивати спостережливість; виховувати дбайливе ставлення до природи.</p>	<p>Пізнавальна література</p> <p>Дитячі енциклопедії, ігри.</p> <p>Розвиток умінь аналізу</p>	<p>Учень/учениця називає основні ознаки вірша: наявність рими, ритму, мелодики, поділ на строфи – без вживання терміну з опорою на текст вірша та знаходить у вірші римовані слова, зачитує строфи; створює словесні малюнки за змістом вірша; пояснює, які почуття викликає поезія; обирає темп читання, тон, гучність голосу з урахуванням змісту і мелодики вірша і читає виразно вірш після попередньої підготовки.</p> <p>Називає ознаки науково-художніх творів: наявність художньої і пізнавальної інформації; визначає смислові частини твору.</p>			

18	<p>Підсумковий урок з літературного читання (урок 117) Мета уроку: узагальнити і систематизувати знання учнів, здобуті протягом року, удосконалити навички свідомого виразного читання, збагачувати словниковий запас, розвивати зв'язне мовлення, образне мислення, спостережливість, уяву і фантазію, виховувати любов до художнього слова.</p>	<p>Проект. «Створюємо книжкову полицю». Розвиток умінь добирати літературу, яка відповідає віку</p>	<p>Учень/учениця: знаходить у книжці, показує і правильно називає її структурні елементи: титульний аркуш, анотація, відомості про письменника; пояснює їх призначення; прогнозує за анотацією зміст книжки; розповідає коротко про письменника; озайомлюється з новою дитячою книжкою з опорою на зміст обкладинки, титульний аркуш, прикніжну анотацію, передмову; прогнозує її орієнтовний зміст добирає і читає дитячі книжки на рекомендовану вчителем тему читання (із запропонованого переліку); будує зв'язне висловлювання за змістом твору (творів висловлюється щодо орієнтовного змісту книжок на виставці, їх тематики; здійснює пошук потрібної книжки у відкритому фонді бібліотеки і з допомогою Інтернет-ресурси бібліотеки;</p>	<p>Робота в групах. Обмін інформацією: «Моя улюблена книга, яку я хочу порадити своєму другу»</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до людини, тварин, мистецтва Формування ціннісного ставлення до військово-патріотичної діяльності, до сімейних традицій, до здоров'я, до спорту, туризму, краєзнавства Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до самоосвіти</p>	<p>Виставка улюблених книжок.</p>
----	--	---	---	---	--	-----------------------------------

				пояснює призначення довідкової літератури; користується нею для пошуку потрібної інформації, розширення та поповнення своїх знань;				
Комп'ютерні ігри (10 год)								
№ з/п	Зміст навчального матеріалу курсу «» 3 клас	Тема та зміст навчального матеріалу програми «Основні медіаграмотності»	Державні вимоги щодо рівня загальноосвітньої підготовки учнів з предмету	Форми роботи	Очікувані результати	Матеріали до уроку		
19		Нові медіа. Комп'ютерні енциклопедії Початкові уявлення про нові медіа		Евристична бесіда	Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до самоосвіти			
20		Нові медіа. Комп'ютерні енциклопедії Початкові уявлення про нові медіа		Евристична бесіда	Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до самоосвіти			
21		Навчальні комп'ютерні ігри Важливість навчальних комп'ютерних ігор		Евристична бесіда. Робота в парах. Обмін інформацією	Формування ціннісного ставлення до самоосвіти, самовиховання			

					<p>Формування ціннісного ставлення до людини, тварин, мистецтва</p> <p>Формування ціннісного ставлення до культури і традицій України, до праці, до мистецтва</p>	
22		<p>Навчальні комп'ютерні ігри</p> <p>Важливість навчальних комп'ютерних ігор</p>		<p>Евристична бесіда. Робота в парах. Обмін інформацією</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до самоосвіти, самовиховання</p> <p>Формування ціннісного ставлення до людини, тварин, мистецтва</p> <p>Формування ціннісного ставлення до культури і традицій України, до праці, до мистецтва</p>	

23		Турнір на кра- щого знавця комп'ютерних ігор з навчаль- них предметів Узагальнення набутих знань		Робота в гру- пах	Формування ціннісного ставлення до самоосвіти, самовихован- ня	
24		Турнір на кра- щого знавця комп'ютерних ігор з навчаль- них предметів Узагальнення набутих знань		Робота в гру- пах	Формування ціннісного ставлення до самоосвіти, самовихован- ня	
25		Інтернет – бібі- ліотеки Нові медіа. Корисні ресур- си інтернету. Як не заблукати в павутині. Як відшукати не- обхідну інфор- мацію. Аналіз медіаповідо- млень		Робота в парах	Формування ціннісного ставлення до культури і тра- дицій України, до праці, до мистецтва Формування ціннісного ставлення до самоосвіти, самовихован- ня	
26		Інтернет – без- пека		Індивідуальна робота	Формування ціннісного ставлення до самоосвіти, самовиховання	

27		Дитячі Інтернет – ресурси Що цікавого і корисного можна відшукати в інтернеті		Евристична бесіда. Робота в парах. Обмін інформацією	Формування ціннісного ставлення до діяльності, до самоосвіти	
28		Дитячі Інтернет – ресурси Що цікавого і корисного можна відшукати в інтернеті		Евристична бесіда. Робота в парах. Обмін інформацією	Формування ціннісного ставлення до діяльності, до самоосвіти	
Телебачення (4год)						
№ з/п	Зміст навчального матеріалу курсу «Я у світі» 3 клас	Тема та зміст навчального матеріалу програми «Основи медіаграмотності»	Державні вимоги щодо рівня загальноосвітньої підготовки учнів з предмету	Форми роботи	Очікувані результати	Матеріали до уроку
29		Проект «Створення новосних програм» «Медійні агенції». Як підготувати програму новин. Добір матеріалів. Зйомка відеосюжетів		Робота в групах	Формування ціннісного ставлення до культури і традицій України, до праці, до мистецтва Формування ціннісного ставлення до	

					самоосвіти, самовиховання Формування ціннісного ставлення до свого внутрішнього стану	
30		Проект «Створення новосних програм» «Медійні агенції». Як підготувати програму новин. Добір матеріалів. Зйомка відеосюжетів		Робота в групах	Формування ціннісного ставлення до культури і традицій України, до праці, до мистецтва Формування ціннісного ставлення до самоосвіти, самовиховання Формування ціннісного ставлення до свого внутрішнього стану	
31		Проект «Створення новосних програм»	Робота в групах		Формування ціннісного ставлення до культури і	

				<p>традицій України, до праці, до мистецтва</p> <p>Формування ціннісного ставлення до самоосвіти, самовиховання</p> <p>Формування ціннісного ставлення до свого внутрішнього стану</p>	
				<p>Формування ціннісного ставлення до культури і традицій України, до праці, до мистецтва</p> <p>Формування ціннісного ставлення до самоосвіти, самовиховання</p> <p>Формування ціннісного ставлення до</p>	
				<p>Робота в групах</p>	
				<p>«Медійні агенції». Як підготувати програму новин. Добір матеріалів. Зйомка відеосюжетів</p>	
				<p>Проект «Створення новосних програм»</p> <p>«Медійні агенції». Як підготувати програму новин. Добір матеріалів. Зйомка відеосюжетів</p>	
32					

33			<p>Презентація програми новин «Медійні агенції».</p>			Презентація наробок	<p>Формування ціннісного ставлення до культури і традицій України, до праці, до мистецтва</p> <p>Формування ціннісного ставлення до самоосвіти, самовиховання</p> <p>Формування ціннісного ставлення до свого внутрішнього стану</p>	свого внутрішнього стану	
----	--	--	---	--	--	---------------------	--	--------------------------	--

4 клас

№ з/п	Зміст навчального матеріалу курсів «Літературне читання», «Я у світі», «Природознавство», «Образотворче мистецтво» 4 клас	Тема та зміст навчального матеріалу програми «Основи медіаграмотності»	Державні вимоги щодо рівня загальноосвітньої підготовки учнів з предмету	Форми роботи	Очікувані результати	Матеріали до уроку
Мистецтво фотографії (8 годин)						
1.	<p>Олександр Олесь «Степ». (Літературне читання. Урок №43) Мета: Доповнити знання дітей про творчість Олександра Олеся; вчити розуміти красу поетичних творів, допомагати відчувати багатство мислення, уяву; збагачувати мову епітетами і порівняннями</p>	<p>Художник і фотограф Фотографія як застигла мить. Про що може розповідати фотографія. Які бувають фотографії – перше уявлення про види і жанри фотографії (пейзаж, портрет, жанровий знімок). Фотографія і картина – чим вони різняться. Засоби виразності. Сприйняття фотографії, її аналіз,</p>	<p>Учень/учениця: висловлює міркування про читання як важливе джерело знань; читання як цікаве дозвілля; читає вголос свідомо, правильно, виразно із дотриманням основних норм літературної мови і мовчки (усвідомлено) в оптимальному для розуміння темпі; готується до виразного читання: обирає та застосовує тон, темп, гучність читання, логічний наголос з урахуванням змісту та жанрової специфіки твору; називає ознаки вірша як жанру; теми опрацьованих віршів; визначає у вірші слова, які передають почуття автора; знаходить в тексті</p>	<p>Евристична бесіда Фотовиставка (пейзаж, портрет, жанровий знімок)</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до культури і традицій країни світу, до праці, до людини, до дослідницької діяльності, самоосвіти</p>	<p>https://sites.google.com/site/moiezahoplenna9076/fotografia-ak-vid-mistectva http://www.chik.lviv.ua/fotodrafiy-imena-yakuh-potribno-znaty/ http://photography.in.ua/category/persons/photographer/</p>

			<p>твору й зачитує частину з описом пейзажу; виділяє окремі слова, вислови, які допомагають яскраво уявити картину; використовує їх у розповідях за змістом твору; встановлює зв'язок між пейзажем і діями та вчинками героями, пояснює цей зв'язок; знаходить в тексті засоби художньої виразності (епітет, метафору, порівняння без вживання терміна); пояснює їхнє значення у творах різних жанрів, у створенні художніх образів, описів; використовує художні засоби у власному мовленні (в описах, розповідях, творах), розуміє їх роль у тексті. висловлює емоційно-оцінні судження (морально-етичного й естетичного характеру); обґрунтовує свою думку; пояснює ставлення автора до зображеного; висловлює думку про власне ставлення до зображеного, порівнює її з авторською.</p>		
--	--	--	--	--	--

2 – 3.	Читання плану і карти з використанням умовних знаків і масштабу (Природознавство. Урок №17) Мета: закріпити і поглибити знання учнів про план місцевості, масштаб, карту; вчитися читати план місцевості, відрізняти план від карти; виховувати любов до природи, акуратність, спостережливість	Фото-екскурсії в природу Поняття план, сюжет, освітлення, ракурс	Учень/учениця: має уявлення про план місцевості, масштаб; розрізняє план і карту; володіє елементарними прийомами читання плану і карти; знає способи орієнтування на місцевості, деякі умовні знаки на плані та карті; орієнтується на місцевості за Сонцем та місцевими ознаками; застосовує знання про план місцевості і карту для розв'язання навчальних і життєвих ситуацій.	Екскурсія Фотовиставка (пейзаж) Робота в групах (порівняння фотографії з планом і картою)	Формування ціннісного ставлення до культури і традицій країн світу, до природи, до дослідницької діяльності, до самоосвіти	Фотографії місцевості
4.	Роль сім'ї в моєму житті. Мій родовід (Я у світі. Урок №10) Мета: розширювати знання учнів про права та обов'язки батьків та дітей. Розвивати аналітико-синтетичне мислення. Виховувати повагу до старших, любов до близьких та рідних	Фотомонтаж «Моя родина» Розвиток творчих здібностей. Розвиток і вдосконалення вмінь аналізу медійних повідомлень	Учень/учениця: має уявлення про неповторність кожної людини (зовнішність, поведінка, здібності, характер), неприпустимість заподіяння будь-якої шкоди собі й іншим; пояснює, чому права та обов'язки батьків і дітей є взаємними; бере участь в дискусії; вислуховує, погоджується, відстоює власну точку зору, домовляється;	Індивідуальна робота Фотовиставка (Портрети моєї родини) Групова робота (створення презентації «Мій клас – моя родина»)	Формування ціннісного ставлення до сім'ї, дружби, до сімейних традицій, до здоров'я, до спорту, ставлення до дослідницької діяльності	Фотографії з шкільного життя класу
5 – 6	Марко Вовчок «Літній ранок», Михайло Коцюбинський «Літній день» (Літературне читання. Урок № 44-45)	Відвідування фотовиставки. Віртуальна фотовиставка. Аналіз робіт з	Учень/учениця: висловлює міркування про читання як важливе джерело знань; читання як цікаве дозвілля; читає вголос	Віртуальна екскурсія Фотовиставка (пейзаж)	Формування ціннісного ставлення до дружби, до людини, до	https://photographers.ua/photo/litniy-den-1125546/ http://www.rabstol.net/oboi/summer/3883-solnechniy-litniy-den.html

<p>Мета: вчити учнів сприймати словами змальовані образи природи; вчити розкривати зміст образних висловів; формувати уміння робити висновки з прочитаного; розвивати зв'язне мовлення</p>	<p>виставки. Розвиток і вдосконалення умінь аналізу медійних повідомлень</p>	<p>свідомо, правильно, виразно із дотриманням основних норм літературної мови і мовчки (усвідомлено) в оптимальному для розуміння темпі; готується до виразного читання: обирає та застосовує тон, темп, гучність читання, логічний наголос з урахуванням змісту та жанрової специфіки твору; знаходить в тексті твору й зачитує частину з описом пейзажу; виділяє окремі слова, вислови, які допомагають яскраво уявити картину; використовує їх у розповідях за змістом твору; встановлює зв'язок між пейзажем і діями та вчинками героями, пояснює цей зв'язок; знаходить в тексті засоби художньої виразності (епітет, метафору, порівняння без вживання терміна); пояснює їхнє значення у творах різних жанрів, у створенні художніх образів, описів; використо- вує</p>	<p>Робота в групах (порівняння фотографії з текстом)</p>	<p>сімейних традицій, до релігії, до свого внутрішнього стану</p>	<p>https://photographers.ua/photo/litniy-ranok-814379/ https://photographers.ua/photo/litniy-ranok-bilya-psla-1126017/</p>
---	--	---	--	---	---

			<p>художні засоби у власному мовленні (в описах, розповідях, творах), розуміє їх роль у тексті. висловлює емоційно-оцінні судження (морально-етичного й естетичного характеру); обґрунтовує свою думку; пояснює ставлення автора до зображеного; висловлює думку про власне ставлення до зображеного, порівнює її з авторською.</p>			
<p>7 – 8</p> <p>Надія Кир`ян «Євшан» (Літературне читання. Урок № 46) Мета: дати уявлення про рослини-символи рідної землі, удосконалювати читацькі навички, вчити доводити свої міркування, формувати оцінні судження</p>	<p>Створюємо фотогалерею. «Медійні агенції». Розвиток творчих здібностей.</p>	<p>Учень/учениця: виділяє в тексті науково-пізнавальну й художню інформацію; пояснює пізнавальне значення твору; висловлює міркування про читання як важливе джерело знань; читання як цікаве дозвілля; читає вголос свідомо, правильно, виразно із дотриманням основних норм літературної вимови і мовчки (усвідомлено) в оптимальному для розуміння темпі; готується до виразного читання: обирає та застосовує тон, темп, гучність читання, логічний наголос з урахуванням змісту та жанрової специфіки твору;</p>	<p>Робота в групах</p> <p>Евристична бесіда (порівняння фотографії з текстом)</p> <p>Групова робота (створення презентації «Рослини України»)</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до людини, світу природи, мистецтва, до військово-патриотичної діяльності, до сімейних традицій, до здоров'я, до спорту, туризму, краєзнавства до дослідницької діяльності, до самоосвіти</p>	<p>Фотографії рослин України</p>	

			знаходить в тексті засоби художньої виразності (епітет, метафору, порівняння без вживання терміна); пояснює їхнє значення у творах різних жанрів, у створенні художніх образів, описів; використовує художні засоби у власному мовленні (в описах, розповідях, творах), розуміє їх роль у тексті. висловлює емоційно-оцінні судження (морально-етичного й естетичного характеру); обгрунтовує свою думку; пояснює ставлення автора до зображеного; висловлює думку про власне ставлення до зображеного, порівнює її з авторською.				
Дитячі газети (7 годин)							
9 – 10	Урок позакласного читання	Огляд сучасних дитячих газет. Інтернет-видання. Інтернет-газети. Дитячий інтернет-журнал «UA. Ромчик» «Велика дитяча газета»	Учень/учениця: знаходить потребу навчально-пізнавальну інформацію, користуючись різними джерелами друкованої продукції (науково-популярні книжки з різних галузей знань, словники, енциклопедії, періодичні видання для дітей); бере участь у обговоренні змісту прочитаного;	Робота в парах, групах Вправа для розвитку медіаграмотності «Думка чи факт»	Формування ціннісного ставлення до культури і традицій України, до праці, до мистецтва, до патріотичної діяльності, до сімейних традицій, до	Дитячі періодичні видання http://improvisus.com/romchik.htm http://fcya.net.ua/%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8/ http://kazkovy.com.ua/	

		<p>Для дітей від 9 до 12 років. Сайт: http://www.feua.net.ua/vyubannia/4/ Казковий вечір – дитяча газета для дбайливих батьків, Розвиток і вдосконалення умінь аналізу медійних текстів</p>	<p>уважно слухає й розуміє запитання вчителя, думки, міркування однокласників; доповнює їхні відповіді, відстоює власну позицію); дотримується норм культури спілкування під час дискусії; висловлює власні оцінки судження щодо прочитаного; твори, які найбільше вразили, змусили замислитися, викликали сміх тощо.</p>			<p>здоров'я, докраснавства, до дослідницької діяльності, до самоосвіти</p>	
11	Урок позакласного читання	<p>Опрацювання рубрик друкованого та інтернет – видань. Стрічка новин. Зміст. Знайомство з жанрами книг. Розвиток і вдосконалення умінь аналізу медійних текстів</p>	<p>Учень/учениця: знаходить потрібну навчально-пізнавальну інформацію, користуючись різними джерелами друкованої продукції (наукowo-популярні книжки з різних галузей знань, словники, енциклопедії, періодичні видання для дітей); бере участь у обговоренні змісту прочитаного; уважно слухає й розуміє запитання вчителя, думки, міркування однокласників; доповнює їхні відповіді, відстоює власну позицію); дотримується норм культури</p>	<p>Вікторина «Про що нам каже стрічка новин» Виставка книг та періодичних видань Вправа для розвитку медіаграмотності «Новина одна – аудиторії різні»</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, самоосвіти, культури і традицій України, до праці, до мистецтва</p>	<p>Дитячі періодичні видання http://improvisus.com/romchik.htm http://feua.net.ua/%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8/ http://kazkovy.com.ua/</p>	

			<p>спілкування під час дискусії; висловлює власні оцінки судження щодо прочитаного: твори, які найбільше вразили, змусили замислитися, викликали сміх тощо.</p>			
12	<p>Вчимось писати замітки, листи (Урок розвитку зв'язного мовлення) Мета: вчити дітей систематизувати спостереження, послідовно і логічно висловлювати думку. Формувати навички грамотного письма і вміння правильно будувати лист, складати і писати замітки до газети поповнювати словник дітей</p>	<p>Хто такий журналіст. Твої ровесники в газетах і журналах. Ознайомлення з професією журналіста. Функціонал професії. «Медійні агенції»</p>	<p>Учень/учениця: знаходить потрібну навчально-пізнавальну інформацію, користуючись різними джерелами друкованої продукції (наукowo-популярні книжки з різних галузей знань, словники, енциклопедії, періодичні видання для дітей); бере участь у обговоренні змісту прочитаного; уважно слухає й розуміє запитання вчителя, думки, міркування однокласників; доповнює їхні відповіді, відстоює власну позицію); дотримується норм культури спілкування під час дискусії; висловлює власні оцінки судження щодо прочитаного: твори, які найбільше вразили, змусили замислитися, викликали сміх тощо.</p>	<p>Робота в групах Фотовиставка «Відомі журналісти світу» Вправа для розвитку медіаграмотності «Фільм новин»</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до людини, до людини, тварин, мистецтва.</p>	<p>http://virtuni.education.zp.ua/info_cpu/node/1087 https://gdz4you.com/prezentaciyi/inshi/profesiograma-profesiyi-zhurnalist-18974/ https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%B0%D0%B3%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE</p>

13	<p>Відмінність декоративної манери зображення від реалістичної. Особливості декоративного образу. «Світ декоративної іграшки» (Образотворче мистецтво. Урок №9)</p> <p>Мета: поглибити знання учнів про декоративно-прикладне мистецтво та його основні виражальні засоби; поглибити розуміння учнів щодо відмінностей декоративної манери зображення від реалістичної; ознайомити учнів з особливостями декоративного образу на прикладах творів народних майстрів; сформувати в учнів уявлення про основні особливості традиційних українських народних розписів; формувати інтерес до творів образотворчого мистецтва та художньої діяльності; розвивати в учнів образне мислення; розвивати творчу уяву та фантазію учнів</p>	<p>Художнє оформлення газет та журналів. Аналіз малюнків, фотокарток у дитячій пресі. Розвиток і вдосконалення умінь аналізу медійних текстів. Розвиток творчих здібностей, аналітичних умінь, критичного мислення</p>	<p>Учень/учениця виявляє прагнення до власної художньо-творчої праці; Висловлює власну думку: про художній образ в мистецтві; вживає у спілкуванні з приводу мистецтва спеціальну термінологію має уявлення про: – основні виражальні засоби графіки описує й інтерпретує (на елементарному рівні та при підтримці вчителя/вчительки): твори живопису, графіки, скульптури; уміє: створювати виразні художні образи на площині за допомогою графічних та живописних матеріалів;</p>	<p>Робота в групах.</p> <p>Обмін інформацією.</p> <p>Вправа для розвитку медіаграмотності «про одне і теж – по-різному»</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до культури і традицій України, до праці, до мистецтва</p>	<p>Дитячі періодичні видання</p> <p>http://improvivus.com/romchik.htm</p> <p>http://feya.net.ua/%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8/</p> <p>http://kazkovy.com.ua/</p>
–	14					

15	<p>Ознайомлення зі шрифтом. Уведення слів та чисел у декоративно-орнаментальну композицію. «Святкова листівка». (Образотворче мистецтво. Урок №11) Мета: ознайомити учнів із поняттям «шрифту» та окремими видами шрифтів; ознайомити учнів з найпростішими приййомами написання літер і слів; навчити учнів виконувати текстову композицію; розвивати логічне та конструктивне мислення учнів</p>	<p>Презентація власної газети-листівки. Опис та художнє оформлення життя класу. Оформлення літературної сторінки. Оформлення стрічки новин.</p>	<p>Учень/учениця виявляє прагнення до власної художньо-творчої праці; Висловлює власну думку про художній образ в мистецтві; вживає у спілкуванні з приводу мистецтва спеціальну термінологію має уявлення про: – основні виражальні засоби графіки описує й інтерпретує (на елементарному рівні та при підтримці вчителя/вчительки); твори живопису, графіки, скульптури; уміє: створювати виразні художні образи на площині за допомогою графічних та живописних матеріалів; приййоми написання слів (чисел) пензлем (паличкою, пальцем);</p>	<p>Індивідуальна робота</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, самоосвітї, самовиховання</p>	<p>Дитячі періодичні видання http://improvisus.com/romchik.htm http://feya.net.ua/%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8/ http://kazkovy.com.ua/</p>
Реклама (9 годин)						
16	<p>Вплив реклами на рішення і поведінку людей. (Основи здоров'я Урок 11) Мета. Ознайомити із рекламою та її видами; вчити розпізнавати вплив реклами на</p>	<p>Види реклами Телереклама, вулична реклама. Розвиток і вдосконалення</p>	<p>Учень/учениця називають: родинні традиції, сприятливі для збереження здоров'я; різні способи казати «НІ»; правила користування телефоном, комп'ютером,</p>	<p>Евристична бесіда</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності,</p>	<p>https://pidruchniki.com/1238060450037/marketing/osnovni_vidi_reklami_harakteristika</p>

<p>рішення і поведінку людей; розвивати критичне мислення і адекватне ставлення до рекламної продукції.</p>	<p>умінь аналізу медійних текстів, критичного сприйняття медіаповідомлень</p>	<p>мобільним телефоном; розпізнають: ознаки дружніх стосунків; способи тиску (умовляння, лестощі, погрози); небезпечні ситуації, які потребують категоричної відмови; аналізують: вплив шкідливих звичок (куріння, вживання алкоголю) на здоров'я; уміють: знайомитися з людьми; аналізувати позитивний і негативний вплив друзів; критично ставитися до реклами алкоголю і тютюну</p>	<p>Вправа для розвитку медіаграмотності «Реклама як засіб маніпуляції»</p>	<p>самоосвіти, самовиховання, до сімейних традицій, до здоров'я, до спорту</p>	<p>http://edufuture.biz/index.php?title=%D0%A0%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0_%D0%92%D0%B8%D0%B4%D0%B8_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B8.%D0%9F%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D1%96_%D1%83%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%B8</p>
<p>17 Вплив реклами на рішення і поведінку людей. (Основи здоров'я Урок 12) Мета. Ознайомити із рекламою та її видами; вчити розпізнавати вплив реклами на рішення і поведінку людей; розвивати критичне мислення і адекватне ставлення до рекламної продукції.</p>	<p>Психологія сприйняття рекламного повідомлення. Основні мотиви реклами. Вплив реклами. Як уникнути маніпулювання з боку реклами.</p>	<p>Учень/учениця називають: родинні традиції, сприятливі для збереження здоров'я; різні способи казати «Ні!»; правила користування телевізором, комп'ютером, мобільним телефоном; розпізнають: ознаки дружніх стосунків; способи тиску (умовляння, лестощі, погрози); небезпечні ситуації, які потребують категоричної відмови; аналізують: вплив шкідливих звичок (куріння, вживання алкоголю) на здоров'я;</p>	<p>Робота в групах. Обмін інформацією. Інтерактивна вправа «Займи позицію»: «Реклама: добре чи погано»</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до культури і традицій України, до праці, до мистецтва</p>	

				уміють:знайомитися з людьми; аналізувати позитивний і негативний вплив друзів; критично ставитися до реклами алкоголю і тютюну				
18 – 19	Вплив друзів. Протидія небажаним пропозиціям. Моделювання ситуацій відмови від пропозицій, що можуть мати негативні наслідки. (Основи здоров'я Урок 13) Мета. Вчити учнів різними способами казати «Ні!» на небезпечні пропозиції друзів; формувати уявлення про поширені способи тиску (умовляння, лестоці, погрози), небезпечні ситуації, які потребують категоричної відмови; чинити опір тиску однолітків; розвивати вміння відстоювати власні інтереси та переконання; приймати правильні рішення.	Аналіз рекламного повідомлення. Розвиток і вдосконалення умінь аналізу медійних текстів.	Учень/учениця називають: родинні традиції, сприятливі для збереження здоров'я; різні способи казати «Ні!»; правила користування телевізором, комп'ютером, мобільним телефоном; розпізнають: ознаки дружніх стосунків; способи тиску (умовляння, лестоці, погрози); небезпечні ситуації, які потребують категоричної відмови; аналізують: вплив шкідливих звичок (куріння, вживання алкоголю) на здоров'я; уміють:знайомитися з людьми; аналізувати позитивний і негативний вплив друзів; критично ставитися до реклами алкоголю і тютюну	Робота в групах. Обмін інформацією.	Формування ціннісного ставлення до самоосвіти, самовиховання.			
20	Вплив реклами на рішення і поведінку людей. (Основи здоров'я Урок 14)	Диспут «Реклама – це добре чи погано?» Розвиток аналітичних умінь та	Учень/учениця називають: родинні традиції, сприятливі для збереження здоров'я; різні способи казати «Ні!»; правила користування телевізором, комп'ютером,	Диспут	Формування ціннісного ставлення до самоосвіти, самовиховання.			

<p>Мета. Ознайомити із рекламою та її видами; вчити розпізнавати вплив реклами на рішення і поведінку людей; розвивати критичне мислення і адекватне ставлення до рекламної продукції.</p>	<p>аналізу медійних повідомлень, критичного мислення</p>	<p>мобільним телефоном; розпізнають: ознаки дружніх стосунків; способи тиску (умовляння, лестоці, погрози); небезпечні ситуації, які потребують категоричної відмови; аналізують: вплив шкідливих звичок (куріння, вживання алкоголю) на здоров'я; уміють: знайомитися з людьми; аналізувати позитивний і негативний вплив друзів; критично ставитися до реклами алкоголю і тютюну</p>	<p>Інтерактивна вправа «Займи позицію»: «Реклама: добре чи погано»</p>	
<p>21 Василь Сухомлинський «Не забувай про джерело» (Літературне читання. Урок № 54) Мета: розвивати в учнів допитливість, інтерес до навколишнього життя, удосконалювати навички виразного і правильного читання, літературного аналізу твору</p>	<p>Створення рекламного слогану до мажорки, фотокартки. «Медійні агенції». Вироблення початкових умінь самостійного створення медійної продукції</p>	<p>Учень/учениця: висловлює міркування про читання як важливе джерело знань; читання як цікаве дозвілля; читає вголос свідомо, правильно, виразно із дотриманням основних норм літературної вимови і мовчки (усвідомлено) в оптимальному для розуміння темпі; готується до виразного читання: обирає та застосовує тон, темп, гучність читання, логічний наголос з урахуванням змісту та жанрової специфіки твору;</p>	<p>Індивідуальна, групова робота</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, до культури і традицій України, до праці, до мистецтва</p> <p>https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%B8_%D0%BC%D0%B0%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%97_%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97</p>

				знаходить в тексті твору й зачитує частину з описом пейзажу; виділяє окремі слова, вислови, які допомагають яскраво уявити картину; використовує їх у розповідях за змістом твору; встановлює зв'язок між пейзажем і діями та вчинками героями, пояснює цей зв'язок; знаходить в тексті засоби художньої виразності (епітет, метафору, порівняння без вживання терміна); пояснює їхнє значення у творах різних жанрів, у створенні художніх образів, описів; використовує художні засоби у власному мовленні (в описах, розповідях, творах), розуміє їх роль у тексті. висловлює емоційно-оцінні судження (морально-етичного й естетичного характеру); обґрунтовує свою думку;				
22 – 23	Формування негативного ставлення до куріння та алкоголю. (Основи здоров'я. Урок 16) Мета: формувати в учнів уявлення про згубну дію на	Створення ре-кламного про-дукту «Учитися – це круто», «Займатися спортом – це	Учень/учениця називають: родинні традиції, сприятливі для збереження здоров'я; різні способи казати «Ні!»; правила користування телевізором, комп'ютером,	Робота в групах. Обмін інформацією	Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, самоосвіти, самовиховання			

	<p>дитячий організм куріння, вживання алкоголю, наркотичних речовин; формувати уявлення про «пасивного курця»; продовжувати формувати в учнів уявлення про права дитини. Розвивати вміння оцінювати свої вчинки і приймати рішення відповідне до ситуації. Виховувати в учнів здатність протидіяти пропозиціям щодо куріння, вживання алкоголю, наркотичних речовин.</p>	<p>круто», «Допомагати слабшим – це добра справа» Медійні агенції. Вироблення початкових умінь самостійного створення медійної продукції.</p>	<p>мобільним телефоном; розпізнають: ознаки дружніх стосунків; способи тиску (умовляння, лестоці, погрози); небезпечні ситуації, які потребують категоричної відмови; аналізують: вплив шкідливих звичок (куріння, вживання алкоголю) на здоров'я; уміють:знайомитися з людьми; аналізувати позитивний і негативний вплив друзів; критично ставитися до реклами алкоголю і тютюну</p>	
<p>24</p> <p>Вчимосся розрізняти види текстів (Урок розвитку зв'язного мовлення №8) Мета: закріпити знання учнів про типи текстів, удосконалювати вміння визначати типи текстів за запитаннями і добирати заголовки, розвивати уміння зіставляти, порівнювати, аналізувати тексти різних видів, складати пам'ятки за аналогією; збагачувати активний і пасивний словник учнів</p>	<p>Пам'ятка «Я в інформаційному світі». Розробка пам'ятки для людини, яка живе у світі ЗМІ. Розвиток критичного мислення</p>	<p>Учень/учениця називають: родинні традиції; різні способи казати «Ні!»; правила користування телевизором, комп'ютером, мобільним телефоном; розпізнають: ознаки дружніх стосунків; способи тиску (умовляння, лестоці, погрози); небезпечні ситуації, які потребують категоричної відмови; аналізують: вплив шкідливих звичок (куріння, вживання алкоголю) на здоров'я; уміють:знайомитися з людьми; аналізувати позитивний</p>	<p>Мозковий штурм Робота в групах «Розробка пам'ятки»</p>	<p>Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, самоосвіти, самовиховання, до сімейних традицій, до здоров'я, до спорту до свого внутрішнього стану, до культурної і традицій України,</p>

			і негативний вплив друзів; критично ставитися до ре-клами алкоголю і тютюну			до праці, до мистецтва	
Кіно (6 год)							
25	Олександр Пушкін «Казка про царя Салтана...» (Літературне читання. Урок № 91) Мета: викликати інтерес до творчості О.Пушкіна, зацікавити школярів змістом казки, привернути увагу до засобів характеристики поетичних образів, вчити зіставляти епізоди тексту з ілюстраціями, кадрами мультфільму та фільму-казки	Фільми-казки Жанр кіноказки. Риси, характерні казці взагалі: наявність чудес, чарівні предмети, добрі та злі герої, боротьба за справедливість, добрі помічники героїв і т.ін.	Учень/учениця: називає з кола опрацьованих творів основні теми читання; твори різних жанрів; визначає жанр прочитаного твору: казка, легенда, вірш, оповідання, повість, повість-казка, байка, п'єса; пояснює свій вибір; розрізняє казку народну і літературну; пояснює спільне та відмінне у цих творах; розрізняє прозові, поетичні, драматичні твори; висловлює міркування про читання як важливе джерело знань; читання як цікаве дозвілля;	Домашній перегляд фільмів Евристична бесіда за змістом фільмів Інтерактивна вправа «Співставлення» (порівняння прочитаного і побаченого) Створення власного мультфільму (коміксу).	Формування ціннісного ставлення до діяльності, самоосвітня, до людини, тварин, мистецтва, до культури і традицій України, до праці, до мистецтва	Виставка «Казки О.С.Пушкіна» https://www.youtube.com/watch?v=q-yO_m3FKJk https://www.youtube.com/watch?v=f0Sfwa9VqT8	
26 – 27	Урок позакласного читання	Перегляд і обговорення фільмів («Морозко», «Вогонь, вода і мідні труби», реж. А.Роу Формування глядацької культури, здатності	Учень/учениця: називає з кола опрацьованих творів основні теми читання; твори різних жанрів; визначає жанр прочитаного твору: казка, легенда, вірш, оповідання, повість, повість-казка, байка, п'єса; пояснює свій вибір; розрізняє казку народну і літературну;	Домашній перегляд фільмів Робота в групах. Обмін інформацією Питання та відповіді: порівняння реально-го та вимислу.	Формування ціннісного ставлення до діяльності, самоосвітня, до людини, тварин, мистецтва, до культури і	Виставка книг «Казки, які надихнули режисерів» https://www.youtube.com/watch?v=QTE1ognhT1o https://www.youtube.com/watch?v=HJ2XMvGrIE https://www.youtube.com/watch?v=61n3yK-a3C4	

		орієнтуватися в потоці аудіовізуальної інформації, вміння знаходити те, що їм цікаво в репертуарі кінотеатру або серед списків відеопродукції чи програми телепередач.	розрізняє прозові, поетичні, драматичні твори; висловлює міркування про читання як важливе джерело знань; читання як цікаве дозвілля; визначає відносно завершені і самостійні частини тексту (епізоди); факти, події, персонажів, їх вчинки; пояснює, хто герої твору, що і як про це сказано в тексті; які події, пригоди трапилися, місце та час подій; визначає головних і другорядних персонажів твору; пояснює й обґрунтовує вчинки героїв та їхні мотиви; оцінює дії та вчинки персонажа й робить висновок про те, позитивний чи негативний вчинок; обґрунтовує свою думку; підтверджує свою думку про формування автором твору враження щодо героя твору рядками з тексту	Вправа для розвитку медіаграмотності «Сильні та слабкі сторони різних медіа»	традицій, до праці, до мистецтва	
30 – 31	Урок позакласного читання	Пригодницький фільм. Перегляд і аналіз фільму «П'ятнадцятирічний Капітан», реж. В. Журавля	Учень/учениця: називає з кола опрацьованих творів основні теми читання; твори різних жанрів; визначає жанр прочитаного твору: казка, легенда, вірш, оповідання, повість, повість-казка, байка, п'єса;	Домашній перегляд фільму. Обмін інформацією	Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності, самоосвіти,	Виставка книг Ж.Верна https://www.youtube.com/watch?v=1c5Qfa_VZE4 https://www.youtube.com/watch?v=PsC7CpL4JKU

		Ознайомити з жанром пригодницького фільму. Особливості жанру. Характери героїв у пригодницькому фільмі.	<p>пояснює свій вибір; розрізняє казку народну і літературну; пояснює спільне та відмінне у цих творах; розрізняє прозові, поетичні, драматичні твори; висловлює міркування про читання; визначає відносно завершені і самостійні частини тексту (епізоди); факти, події, персонажів, їх вчинки; пояснює, хто герої твору, що і як про це сказано в тексті; які події, пригоди трапилися; визначає головних і другорядних персонажів твору; пояснює й обґрунтовує вчинки героїв та їхні мотиви; оцінює дії та вчинки персонажа й робить висновок про те, позитивний чи негативний вчинок; обґрунтовує свою думку; підтверджує свою думку про формування автором твору враження щодо героя твору рядками з тексту</p>	Порівняння фільму та діалогов фільму Робота в парах, групах (створи власну історію за переліком та характеристикою дійових осіб).	самовиховання, до людини, тварин, мистецтва, до культури і традицій, до мистецтва	
Комп'ютерні ігри (2 години)						
32	Вплив телебачення, комп'ютера, мобільних телефонів та інших електронних засобів на здоров'я. (Основи здоров'я Урок 17)	Мої улюблені комп'ютерні ігри. Складання пам'ятки «Я і комп'ютерні ігри»	Учень/учениця називають: правила користування телевізором, комп'ютером, мобільним телефоном; розпізнають: ознаки дружніх стосунків; способи тиску	Робота в групах. Обмін інформацією.	Формування ціннісного ставлення до дослідницької діяльності,	

<p>Мета: вчити учнів аналізувати небезпеку порушення правил користування комп'ютером, мобільним телефоном, планшетом для здоров'я; активувати критичне ставлення дітей до впливу телебачення на свідомість людей; ознайомити з новим видом психічних хвороб – ігроманією; розвивати вміння протистояти шкідливому впливу електронних засобів</p>	<p>Продовження знайомства з новими медіа. Які комп'ютерні ігри ми обираємо і чому. Робота пам'ятки, як запобігти ігроманії. Розвиток критичного мислення</p>	<p>(умовляння, лестоці, погрози); небезпечні ситуації, які потребують категоричної відмови; уміння: знайомитися з людьми; аналізувати позитивний і негативний вплив друзів; критично ставитися до реклами</p>	<p>Мозковий штурм. Складання пам'ятки «Я і комп'ютерні ігри»</p>	<p>самоосвіти, самовиховання, до людини, тварин, мистецтва, до культури і традицій, до праці, до мистецтва</p>	
---	--	---	--	--	--

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про освіту»
2. Концепція нової української школи
3. Типові освітні програми для ЗЗСО, 2018
4. Навчальні програми для ЗНЗ, 2012
5. «Основи медіаграмотності: взаємодія з медіа» для учнів 1 – 4 класів загальноосвітньої школи. Авторський колектив Волошенюк О., Дегтярьова Г., Кравченко Г.
6. Кітаєва М. Використання мультимедійних технологій / Початкова освіта, №38, 2011, ст.7
7. Колодко А. Українська мультиплікація як самобутній вид образотворчого мистецтва / Народознавчі зошити, №5, 2014, ст. 1027
8. Кожанова А. Впровадження елементів медіаосвіти в навчально-виховний процес початкової школи / Антоніна Кожанова: збірник статей Третьої міжнародно-методичної конференції «Практична медіа грамотність: міжнародний досвід та українські перспективи: К: Центр Вільної преси, Академія української преси, 2015. – С. 91–100
9. Крутій К. Л. Медіадидактичні особливості використання мультфільмів як засобу навчання мови і розвитку зв'язного мовлення дошкільників / Катерина Леонідівна Крутій // Обдарована дитина. Як виховати генія разом! – 2013. – № 7. – С. 20–25
10. Носаченко І. М. Медіаосвіта як напрям навчально-виховного процесу / Ірина Миколаївна // Обдарована дитина. Як виховати генія разом! – 2013. – № 7. – С. 2–9
11. Петлюшенко Н. Упровадження комп'ютерних технологій у початковій школі/ Початкове навчання і виховання, №1, 2012, ст.12
12. Пономаренко Л. Мультимедійна підтримка навчального процесу / Початкова освіта, №1-2, 2012, ст.16
13. Пономаренко Л. В. Особливості впливу мас-медіа на школяра / Лариса Вікторівна Пономаренко // Обдарована дитина. Як виховати генія разом! – 2013. – № 7. – С. 51–57.
14. Сітцева М. Сутність та структура мультиплікаційного образу / Психологія особистості, №1(4), 2013, ст.169
15. Шаханська А. Психологические особенности восприятия мультипликационных фильмов детьми младшего школьного возраста / Теория и практика общественного развития, №8, 2013, ст. 190
16. Череповська Н. І. Медіакультура та медіаосвіта учнів ЗОШ: візуальна медіа культура / Наталія Череповська. – К: Шк. Світ, 2010. – 128 с. – (Бібліотека «Шкільного світу»).

Ю.В.Волкова учитель Изюмской гимназии №1

Т.Р. Ныч учитель Изюмской гимназии №1

ИНТЕГРАЦИЯ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В ПРЕДМЕТЫ НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЫ

В предложено систему интеграции медиаобразования в учебно-воспитательный процесс начальной школы; приведены примеры упражнений для формированию детей медиаграмотности и медиакомпетентности.

Ключевые слова: медиаграмотность. медиаобразование, медиапродукция,

J.Volkova teacher Izum gymnasium №1

T. Nych teacher Izum gymnasium №1

THE INTEGRATION OF MEDIA EDUCATION INTO THE PRIMARY SCHOOL SUBJECTS

The proposed system for the integration of media education in the educational process of primary school; examples of exercises for the formation of children of media literacy and media competence are given.

Keywords: media literacy. media education, media products

*Гонгало Тетяна Василівна,
Шкребець Олена Олексіївна,
учителі Харківської гімназії № 46
імені М.В. Ломоносова*

НОВА УКРАЇНСЬКА ШКОЛА: МЕДІАКОНТЕНТИ В РЕФЛЕКСИВНІЙ ОСВІТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ УЧНІВ

Анотація. У статті викладено умови організації освітньої діяльності молодших школярів з медіаресурсами. Представлені інтерактивні техніки, які використовуються вчителем для створення умов роботи з медіаконтентами під час рефлексії при вивченні окремих тем на уроках «Літературне читання», «Трудове навчання», «Я у світі», «Українська мова». Зокрема описуються педагогічні техніки, які застосовуються в освітній діяльності учнів під час рекламування дитячої книги, поліпшення головної сторінки сайту, якою вони користуються, формування вражаючого, привабливого заголовку до реклами, гасел до малюнків на патріотичну тематику. Освітня діяльність при цьому здійснюється на підставі первинних медіаконтентів, які добирають учні. Наводиться статистика досліджень того, як учні сприймають освітню діяльність з медіаконтентами, що вони усвідомлюють під час рефлексії.

Ключові слова: *медіапродукція, медіаконтент, контент-аналіз, рефлексивна освітня діяльність, свідомість, рефлексивний компонент освітньої діяльності.*

Актуальність проблеми. Разом з технологічним прогресом прийшли зміни у спілкування між людьми. Комунікація перейшла в інший вимір – віртуальний. Згідно з результатами досліджень Київського міжнародного інституту соціології 62% дорослого населення України користуються Інтернетом. Частка користувачів Інтернетом серед людей 18–39 років в Україні сягнула 91% [10]. Поряд з цим відомо, що засоби масової інформації активно впливають на свідомість, маніпулюють, привертаючи увагу лише до певних подій. І в таких реаліях соціального устрою діти проводять значну частку свого часу у віртуальному світі, який не пов'язаний з навчанням. Цей виклик сучасності змушує педагогів звернути увагу на електронні ресурси й розглянути можливості їх інтегрування в освітню діяльність з метою залучення школярів до створення різного виду медіаконтентів під час рефлексії, оскільки вплив на аудиторію стає все більшим.

«Сьогодні Інтернет генерує величезний обсяг контенту (до якого входить як первинний контент, так і його вторинне тиражування). Палітра його залучення дуже широка: від коментарів, голосувань, опитувань та власне аматорських відео-, фото – та текстових матеріалів до смс-порталів та соцмереж на сайті» [1, 212]. І ця палітра може стати практичним навчальним матеріалом для організації освітньої діяльності молод-

ших школярів. При цьому вчитель повинен пам'ятати, що його задача полягає не в дослідженні медіаресурсів, медіаконтентів, а в створенні умов для залучення школярів до рефлексивної регуляції, використання первинних медіаконтентів для розвитку навичок їх критичного осмислення, вироблення вмінь осмислено поводитися в інформаційному середовищі.

Постановка завдань дослідження. Для формування й практичної реалізації ефективних концепцій медіаосвіти, на думку М.М. Коропатника, важливим є не лише врахування сучасного стану інформаційного суспільства, але й філософсько-педагогічних поглядів теоретиків і практиків освітянських моделей минулого, у т. ч. і з точки зору використання медіа в навчальному процесі [5, 159]. Включення медіаресурсів в освітній процес відкриває великі можливості для розвитку творчого потенціалу й самостійного мислення учнів, умінь орієнтуватися в сучасних інформаційних потоках, змінювати позицію з пасивного сприйняття інформаційних потоків до критичного їх аналізу.

У порадах щодо використання медіа на уроках рекомендується застосовувати такі форми роботи як інформування в Twitter, ведення блогу, демонстрування учнівських робіт в Instagram. Усе це сприяє в основному розвитку уміння формувати інформаційні повідомлення, а не осмислювати критично медіа [7]. До того ж вчителям пропонується використовувати медіа таким чином: поєднувати виклад теоретичної інформації з показом демонстраційного матеріалу, вести словникову роботу, здійснювати пошук необхідної інформації, створювати медіапродукти, інтерпретувати медіатексти, методом дискусії визначити можливості документального кіно [9]. Безумовно це спрацьовує на формування медіаграмотності. Але серед названих видів роботи не зосереджується увага на створенні медіаконтентів в освітній діяльності учнів під час рефлексії. А саме такий вид роботи, як створення власного навчального продукту для молодших школярів є доступним, цікавим і розвивальним. Педагогічна проблема вчителів початкової школи полягає ще й у тому, що впровадження інформаційно-комунікаційних технологій само по собі не змінює й не поліпшує якість освіти, означену вимогами Нової української школи – уміння критично сприймати медіаповідомлення, рефлексувати й створювати власну навчальну продукцію.

Мета дослідження полягає в тому, щоб виявити доцільність залучення учнів до створення медіаконтентів під час рефлексивної діяльності та можливості цієї роботи у формуванні навички критичного ставлення до медіа-повідомлень.

Завдання: під час вирішення поставленої проблеми з'ясувати:

- якими сайтами користуються молодші школярі для задоволення власних потреб і цілей;
- можливості молодших школярів у створенні привабливих медіаконтентів на основі аналізу медіа, якими вони користуються;
- ставлення молодших школярів до створення медіаконтенту як компоненту освітньої діяльності під час рефлексії.

Об'єкт дослідження: процес розвитку в учнів навичок рефлексивної діяльності на основі медіаресурсів.

Предмет дослідження: сприйняття школярами освітньої діяльності з медіаконтентами під час рефлексії.

Методи і прийоми дослідження:

- теоретичні: аналіз наукової, методичної літератури для порівняння та зіставлення різних поглядів на досліджувану проблему,
- емпіричні: спостереження за освітньою діяльністю учнів

- статистичні: графічне викладення статистики сприйняття учнями роботи з медіа.

Наукові основи: медіаконтент і рефлексивна освітня діяльність. Процес трансформації інформаційних потоків набирає обертів і врешті-решт дійде до всіх без винятку. Сьогодні ми вже можемо констатувати, що не стільки технології адаптуються до медіа, скільки медіа під впливом технологій змінюють свої форми діяльності. Тому для уникнення небезпеки використання «псевдотехнік» у роботі з медіа, для того, щоб вони не були самоціллю, а виступали засобом досягнення поставленої мети, проведено дослідження наукових визначень «медіаконтент» і його можливостей щодо здійснення рефлексії.

Прийнятним для нашого дослідження є визначення В.О. Садівничого про те, що «Медіаконтент – це змістове наповнення друкованого, аудіовізуального, електронного чи конвергентного засобу масової інформації матеріалами у формі тексту, зображення чи звукозапису з метою передачі інформативних, загальнозначимих, естетично привабливих різножанрових повідомлень, спрямованих на масову аудиторію [8, 41], а також К.О. Горської, яка зосереджує увагу на тому, що складник «медіа» є вказівкою на належність контенту до медіасередовища, виокремлюючи його від контенту будь-якої іншої інформації, повідомлень вербальної та невербальної комунікації [2, 51].

Нами ураховуються рекомендації Комітету міністрів Ради Європи стосовно прийняття нового визначення медіа, які цитуються К. О. Афанасьєвою (Горською). У цьому документі до категорії «медіаконтент» зараховується як власне первинний контент (інформація, аналіз, коментар, думка, освіта, культура, мистецтво та розваги в текстовій, аудіо-, візуальній, аудіовізуальній чи іншій формі) і прикладні програми, які створюються з метою сприяння інтерактивним засобам масової інформації (наприклад, соціальним мережам), так і інші масштабні інтерактивні види діяльності на основі первинного медіаконтенту [1, 211]. У нашому дослідженні приймається рекомендація стосовно можливості здійснення інтерактивних видів діяльності на основі чинного медіаконтенту.

Важливим для нашого дослідження є означення поняття «контент-аналіз», яке полягає в систематизації інтуїтивних відчуттів, можливості зробити їх наочними й такими, що перевіряються..., і визначити, на яких медіа відчуття ґрунтуються. При цьому передбачається, що озброєний методикою дослідник зможе не просто упорядкувати свої відчуття й зробити свої висновки більш обґрунтованими, але навіть дізнатись з тексту більше, ніж хотів сказати його автор...» [3, 1]

Також ураховується визначення Б. Берельсона про те, що «контент-аналіз – це дослідницька техніка для об'єктивного, системного і кількісного опису наявного змісту інформації, яка відповідає цілям її дослідника». Автор вважав контент-аналіз універсальним інструментом для суспільних наук. У соціальних комунікаціях контент-аналіз «дає можливість шляхом певної перебудови структури висловлювання вказати предметну область, у межах якої дане висловлювання може бути істинним або хибним. За допомогою контент-аналізу вивчають проблеми соціальної дійсності, висловлені чи, навпаки, приховані в документі» [4].

Означені вище наукові розвідки вказують на те, що медіаконтент – це продукт зі змістовим наповненням, який спрямовується на маси й виражений у будь-якій формі. Цей продукт створюється особистістю на основі дослідницьких технік для приваблювання аудиторії до повідомлень. Медіа вказує на те, що створений продукт не є вербальною або невербальною комунікацією. Для організації освітньої діяльності учнів важливим є й те, що контент-аналіз дозволяє виявляти інтуїтивні відчуття, зверненням

до досвіду і власної свідомості, а створення медіаконтенту можливо під час організації інтерактивних видів діяльності на основі первинного медіаповідомлення.

До того ж, рефлексивні можливості медіаконтенту доводяться ще й тим, що за визначенням психологів рефлексією вважається будь-яке міркування людини, спрямоване на аналіз самого себе – власних станів, своїх учинків і минулих подій, спрямованість свідомості на себе – таке визначення співвідноситься з вище означеними можливостями роботи з медіаконтентом. Ураховується також те, що визначає В.В. Давидов про рефлексію як компонент теоретичного мислення, уміння розглядати підстави своїх дій, застосування способів вирішення завдань. Виходячи з цього, рефлексія може здійснюватися не лише наприкінці уроку, як це прийнято вважати, а на будь-якому його етапі й спрямовуватися на усвідомлення або збирання спільної скарбнички. І мета рефлексії полягає в тому, щоб учень вийшов з уроку не просто із зафіксованим результатом, а побудував смислове значення, смисловий ланцюжок, порівняв свої способи й результати з іншими.

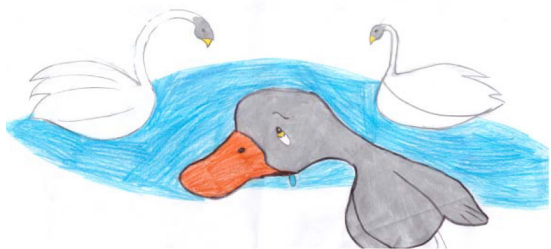
Тож роздуми, почуття, що виникають на підставі медіа й виражені в будь-якій формі створеного медіаконтенту під час рефлексії можуть виступати важливим компонентом освітньої діяльності учнів, тим більше, що в Новій українській школі необхідною пізнавальною освітньою діяльністю вважається рефлексія і не менш важливим завданням початкової школи є формування навичок медіаграмотності.

Виклад основного матеріалу: педагогічні техніки. Статистика останніх років свідчить про те, що діти майже не читають книжок. Однією з основних причин такої статистики є недостатня популяризація книги в медіа. Тож, беручи до уваги цей аспект, учитель на уроках «Літературне читання» під час опанування теми «Казки з усього світу» пропонуємо учням створити медіаконтент (рекламувати одноліткам казку так, щоб у них виникло бажання її прочитати). Напередодні учні з'ясовують, що в медіа ця казка не рекламується. Учитель на етапі рефлексії пропонує учням об'єднатися в групи («Герой», «Подія», «Враження», «Емоція») і створити рекламу казці «Гидке каченя». У створених медіаконтентах учні виявляють елементи, які приваблюють більше за все.



Медіаконтент групи «Емоція»

ГИДКЕ КАЧЕНЯ-ЧАРІВНЕ



Медіаконтент групи «Герой»



Медіаконтент групи «Подія»

ГИДКЕ КАЧЕНЯ



Медіаконтент групи «Враження»

На уроках «Трудове навчання» під час роботи з папером учням надається домашнє завдання: ознайомитися з кращими дитячими роботами, які розміщені на сайтах. На уроці вчитель демонструє головні сторінки цих сайтів і пропонує до кожної додати такий елемент, щоб вона стала більш привабливою. Робота виконується 4-ма групами. Кожна група після виконаного завдання доводить, що додавання їхнього елемента зробили сторінку більш привабливою.

Колаж сторінок сайту з доданими учнівськими елементами. Запропоновані учнями елементи привабливання свідчать про те, що вони вважають привабливими елементами веселкову гаму кольорів.

НАШИ ДІТКАМ!

Среда, 09 Ноя 2016, 14:37 Вітаю Вас, Гість

ГОЛОВНА ФАЙЛИ СТАТТІ ВИКРАДИ ПСИХОЛОГІЯ ФОРУМ АСУСТВА ВАМ ПИТАННЯ БЛОГ

ДЛЯ ДІТЕЙ

- ГОЛОВНА СТОРІНКА
- ВСІ ФАЙЛИ САЙТА
- ДИТЯЧІ ПРЕЗЕНТАЦІЇ
- ЛІТЕРАТУРА
- МУЗИКА
- МУЛЬТИКИ ОНЛАЙН
- ВІДЕО ДІТКАМ
- ІГРИ
- АУДИОКНІЖКИ
- БІБЛІОТЕКА-ОНЛАЙН
- Як додати матеріал н...
- Відео

Вітаю, мене звуть Зрина, це сайт Вас на цьому сайті, який присвячений діткам-дошкільняткам, та ранньому розвитку дітей. Пропоную Вам, ознайомитись з матеріалами зібраними мною для наших малят. Раджу приділити увагу дитячим презентаціям - це дуже ефективний навчальний матеріал, я сама робила для свого сина презентації і вирішила поділитись з Вами .
(Що таке дитячі електронні презентації?).
Все можна викачати абсолютно безкоштовно, а перед тим як качати презентації та кліпи, можна продивитися їх онлайн, та обрати те, що сподобалось Вашому малюку.
Впевнена Вам та Вашим діткам сподобається . Приємного Вам перегляду, та відпочинку.

МАЙСТЕРНЯ

- ВАННЯ
- АПЛЕКАЦІЮ
- ЛІПЛЕННЯ
- ДІТКАМ ВІД 1-3 РОКІВ
- САМОРОБКИ

ПОШУК

Найти

ОНЛАЙН

- АУДИОКАЗКИ СЛУХАТИ
- РОЗВИВАЮЧІ ФЛЕШ-ІГРИ
- РОЗМАЛЮВКИ ОНЛАЙН

СВІТ ДИТИНИ
Юлія Турчина . Дівчина в вишиванці

ГОЛОВНА Про мене Контакти FAQ

Українські загадки
Категорія: [Мої колекції](#), [Моя творчість](#)

Українські загадки: 5 найцікавіших добірок Українські загадки допомагають дітям пізнавати світ у цікавій формі. Цей специфічний жанр має чимало особливостей. Загадки зазвичай короткі, влучні, образні, метафоричні. Серед загадок українською мовою є й давні, фольклорні, і сучасні. Читати та розгадувати їх разом з дитиною варто з кількох причин: Розширення кругозору; Активізація процесів мислення; Пояснення складних понять через прості; Розвиток пам'яті; Розширення

Моя творчість

- Всеукраїнський фестиваль дитячої поезії.
- Абетка-логопедка
- Мої пісні
- Тлумачний словник
- Пальчикова гімнастика
- Дайте відповідь мені...

Найважливіше

- Я можу вам допомогти
- Я хочу...
- Зворотній зв'язок

Мої друзі

- Вебмайстерка мого сайту
- Малюємо з моєю подругою

ДІТЯЧИЙ СВІТ

ВІДЕО БАТЬКАМ ВЕСЕЛА ШКОЛА ВІРШКИ ВЛАСНОРУЧ ВСЕ ДЛЯ СВЯТА ІГРОТЕКА КАЗКИ ОН

Незалежній Україні

Контакти
levkoland@gmail.com
Чекаємо на ваші листи :)

Реклама від Google

Онлайн
Казки

Ваші коментарі
Левко до Тереди апельсин -

Саморобки
Гігантські мильні бульбашки
ВЛАСНОРУЧ – Як зробити велетенські мильні бульбашки (рецепт)
Власноруч - Дуже простий рецепт надзвичайно великих мильних бульбашок, які принесуть неймовірну радість і дорослим, і [Читати далі...]

Онлайн ігри
Онлайн гра – Angry Birds Rio (Енгри Бірдс Ріо)
Angry Birds Rio – Енгри Бірдс Ріо онлайн гра Це флеш версія всесвітньо відомої гри Angry Birds Rio. Цього разу Злі Пташки
Онлайн гра – Нагодуй собаку
Нагодуй собаку онлайн гра. Ця маленька собака дуже любить ласувати кістками. Допоможи їй – скажи дорогу до

Веселий алфавіт Казки, оповідання Ігри, головоломки Розмальовки Енциклопедія Чомучки Стихи, сказки, загадки

Дитячі пісні

Збірник дитячих пісень

Пісні з мультфільмів

Пісні до свят

Обрядові пісні

Колядки та щедрівки

Хороводні та ігрові веснянки

Гра-хоровод "Голубка"

Ангелику (Небесній сотні), Олег Герман

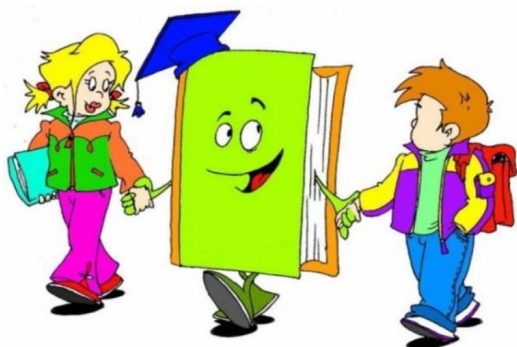
Збірник пісень

Збірник дитячих пісень на всі смаки

- пісні з мультфільмів українською мовою;
- пісні для дітей, написані відомими українськими поетами, піснярами;
- тексти та ноти дитячих пісень, складені вчителями, батьками, учнями;
- обрядові пісні на цілий рік: колядки, щедрівки, веснянки, гаївки, хороводи;
- пісні-таночки (з нотним матеріалом, описом танців та текстом пісень).

Пісні

Невід'ємним складником сучасного дитячого життя є реклама, до якої вони звикли й інколи навіть не помічають. Дітям пропонується дібрати рекламні малюнки, на яких відсутні тексти. На уроці «Українська мова» при опануванні теми «Види речень за метою висловлювання» учитель залучає школярів до створення медіаконтенту до обраних безтекстових рекламних малюнків. Нижче надаються учнівські речення до малюнків.



Сім небес у бібліотеці! Книга-найкращий товариш! Вона допоможе пізнати світ.



Без іграшок світ сірий і сумний!

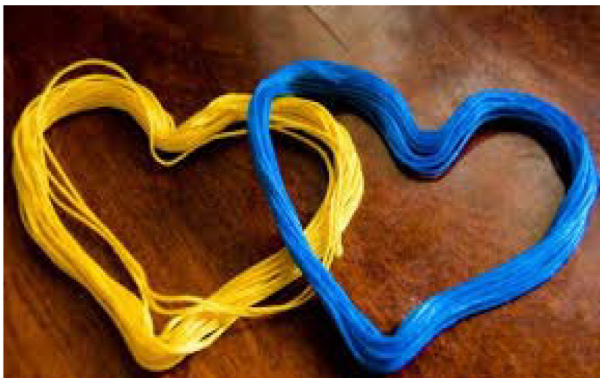


Дитячий центр. Ми покращуємо дітям життя.



Хочеш виглядати стильним у школі – заходь до нас!

Через предмет «Я у світі» в учнів формується уявлення про Україну, українців, їх вчинки, інтереси, ставлення до інших людей, людське «Я». Напередодні знайомства з Україною (тема «Моя Батьківщина») учням пропонується дібрати малюнки, на яких простежується патріотичний зміст. Об'єднавшись у групи, учні створюють патріотичне гасло до обраних малюнків. Нижче надаються патріотичні гасла, створені учнями 3-Б класу:



Єднайтеся й усім серцем любіть Україну!



Бережіть природу: без неї немає України!



Пишайтесь своєю історією й шануйте її!



Любіть Україну, як свою родину!

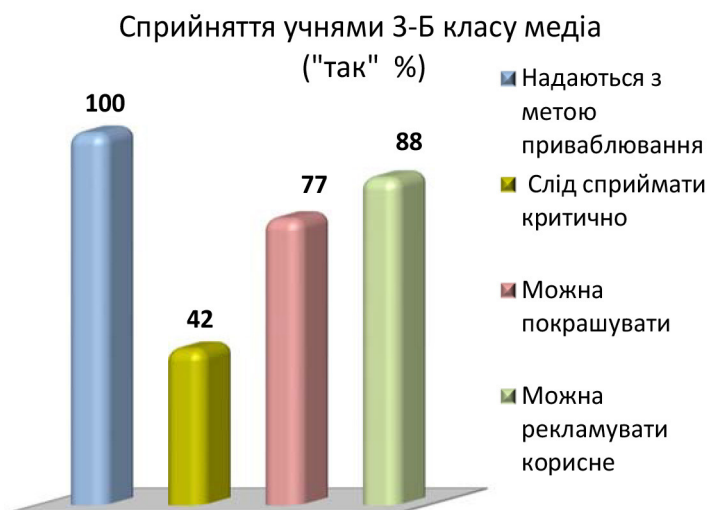
Під час роботи з медіа ресурсам було з'ясовано, якими сайтами користуються молодші школярі. Задовольняють вони свої потреби відвідуванням таких сайтів: www.google.com, www.youtube.com; www.wikipedia.com; www.aliexpress.com; translate.google.com; www.gismeteo.ua; uti-puti.com.ua; logiclike.com; Wikipedia.org; <https://kids.gallerix.ru/avatar/?make>; <https://uafilm.tv>. Виявилось, що школярі в основному цікавляться сайтами, на яких відео, створені відвідувачами віртуального світу, розвиваючі ігри, задовольняють потреби в отриманні інформації про погоду й користуються словниками.

З метою виявлення ставлення молодших школярів до медіаконтенту як до компонента освітньої діяльності під час рефлексії та його можливостей були розроблені питання (Опитувальник).

Шановний школярику!

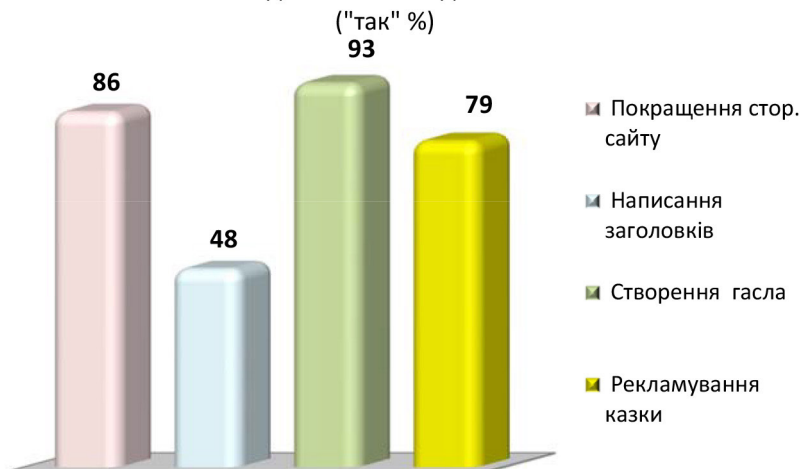
Надай відповіді на питання «Як ти сприймаєш рефлексивну освітню діяльність з медіаконтентами?» Ми вдячні тобі за співпрацю.

Під час роботи з медіа мені подобається:		«так» (%)	«ні» (%)
1.	Робити головну сторінку сайту більш привабливою		
2.	Писати вражаючі заголовки до реклами		
3.	Створювати гасло до малюнку з патріотичної тематики		
4.	Рекламувати книжку		
5.	Нічого не подобається		
У процесі роботи з медіа ти усвідомив, що:			
1.	У медіа надається багато повідомлень з метою приваблювання		
2.	Будь-які медіаповідомлення слід сприймати критично		
3.	Медіаповідомлення можна покращувати для своїх цілей		
4.	Можна рекламувати корисне й те, що навчає, виховує		
5.	Нічого не усвідомив		



Результати опитування вказують на те, що більшості учнів подобається працювати з медіаконтентами (в середньому 75,7%). Важливим є те, що під час рефлексивної освітньої діяльності 100% учнів усвідомлюють, що медіаконтенти створюються з метою приваблювання, 88% – що можна рекламувати корисне або те, що навчає й виховує, а не тільки приваблює, 77% – схильні покращувати те, що пропонується.

Сприйняття учнями 3 - Б класу рефлексивної освітньої діяльності з медіаконтентами



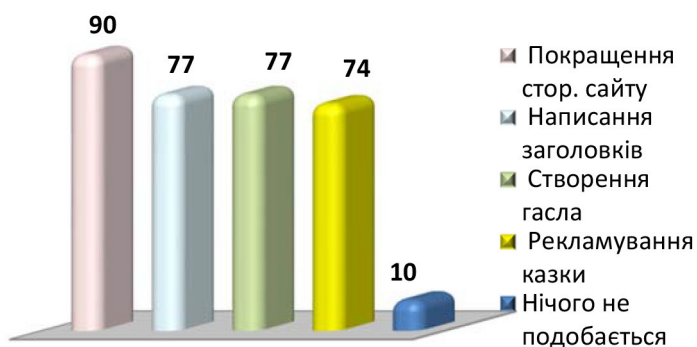
Очевидним є те, що запропоновані види рефлексивної освітньої діяльності подобаються учням, особливо створення гасла (93%). При цьому у 48% учнів виникають утруднення під час написання заголовків до малюнків.

Сприйняття медіа учнями 4-А класу ("так" %)



Результати опитування учнів 4-А класу підтверджують, що більшості учням також подобається працювати з медіаконтентами (у середньому 88,4%). Під час рефлексивної освітньої діяльності 93% учнів усвідомлюють, що медіаконтенти надаються з метою приваблювання, а 100% учнів сприйняли, що можна рекламувати корисне, 84% – покращувати, 77% – зрозуміли, що медіа слід сприймати критично.

Сприйняття учнями 4 - А класу рефлексивної освітньої діяльності з медіаконтентами ("так" %)



Запропоновані види рефлексивної освітньої діяльності більшості учнів подобаються, особливо покращення сайту (90%).

Висновки:

По-перше, для молодших школярів створення навчального продукту на основі первинних медіаконтентів виявляється цікавою рефлексивною освітньою діяльністю, про що свідчать результати опитування.

По-друге, в учнів формується уявлення про те, що медіаконтенти створюються для привабливання і їх слід сприймати критично.

По-третє, школярі усвідомили те, що медіаконтенти, якими користуються можна покращувати й створювати вторинні.

По-четверте, важливим для молодших школярів є усвідомлення того, що можна рекламувати корисне й пізнавальне.

Проведені дослідження свідчать про те, що робота з медіаконтентами є доцільною, оскільки сприяє розвитку в учнів творчих здібностей, умінь критично їх осмислювати, створювати власні медіаконтенти.

Перспективами дослідження у цьому напрямі є виявлення педагогічних умов застосування інформаційних медіаконтентів у рефлексивній освітній діяльності молодших школярів з метою розвитку в них умінь виявляти привабливі, зайві елементи в текстах та створювати власні тематичні інформаційні повідомлення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Афанасьєва (Горська) К. О. Пошуки нових механізмів у глобальній архітектурі регулювання медіаконтенту TITLE: Afanasieva (Horska) Kateryna. The search for new mechanisms in the global regulatory architecture of media content
2. Горська К.О. Термінологічні концепти медіаконтенту в теорії масової комунікації [Електронний ресурс]. Режим доступу: [PDF] Термінологічні концепти медіаконтенту в теорії масової комунікації seanewdim.com/.../k._horska_terminology_concepts_of_media_content_in_the_theor
3. Історія контент-аналізу – Вікіпедія [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Історія_контент-аналізу
4. Контент-аналіз – ВУЕ <https://vue.gov.ua/Контент-аналіз> Матеріалом контент-аналітичного дослідження є різножанрові документи: публікації Б. Берельсон.
5. Коропатник М. М. Медіаосвіта в Україні: історія і сьогодення – Наукова електронна dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/109905/16-Koropatnyk.pdf?...1c.159
6. Огар Е. Читання в Україні [Електронний ресурс] / Е. Огар // Результати дослідження читацьких звичок та ставлення до читання, проведеного у 2013-2014 роках. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.bookplatform.org/images/activities/275/>
7. Використання соціальних медіа на уроках – Освіта.UA Поради педагогам щодо використання соціальних медіа [Електронний ресурс] Режим доступу: osvita.ua > Середня освіта > Сучасна освіта > Методика і технологія
8. Садівничий В.О. Типи види та особливості подачі контенту кросмедіа [Електронний ресурс] Режим доступу: www.academia.edu/.../

9. Формування медіа-компетентності учнів на уроках історії Методичні рекомендації. [Електронний ресурс] Режим доступу: www.soipro.edu.ua/.../ Метод_реком_Формування_медіа-компетентності_учнів
10. Харченко Наталя Динаміка використання Інтернет в Україні: лютий-березень 2016 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=621&page=1&t=5>

***Аннотація.** В статті изложены условия организации образовательной деятельности младших школьников с медиаресурсами. Представлены интерактивные техники, которые используются учителем для создания условий работы с медиаконтентом во время рефлексии при изучении отдельных тем по предметам «Литературное чтение», «Трудовое обучение», «Я в мире», «Украинский язык». В частности, описываются педагогические техники, которые применяются в образовательной деятельности учащихся при создании рекламы детской книги, улучшения главной страницы сайта, которой они пользуются, формирование впечатляющего, привлекательного заголовка к рекламе, лозунгов к рисункам на патриотическую тематику. Образовательная деятельность при этом осуществляется на основании первичных медиаконтентов, которые выбирают ученики. Приводится статистка исследований того, как школьники воспринимают учебную деятельность с медиаконтентом и что они осознают во время рефлексии.*

***Ключевые слова:** медианпродукция, медиаконтент, контент-анализ, рефлексивная образовательная деятельность, сознание, рефлексивный компонент образовательной деятельности.*

***Annotation.** The article outlines the conditions for organization of educational media resources activities of younger schoolchildren. Here we have presented interactive techniques used by a teacher to create conditions for working with media content while studying individual topics on the subjects : «Literary reading», «Labor education», «I am in the world», «Ukrainian language».*

In particular, we have described pedagogical techniques, which are used in the educational activities of students in creating advertisements for children's books, improving the home page of the site, which they use, forming an impressive, attractive headline for advertising, slogans to pictures on patriotic themes.

The educational activity is carried out on the basis of primary media contents, chosen by the students themselves. Also there is a statistic of research of how students perceive learning activities with media content and what they realize during the feedback.

***Key words:** media production, media content, content analysis, reflexive educational activity, consciousness, reflective component of educational activity.*

*Олександра Савченко,
Інститут педагогіки НАПН України,
гол. науковий співробітник*

ПОТЕНЦІАЛ НОВОГО ЗМІСТУ ПОЧАТКОВОЇ ОСВІТИ В КОНТЕКСТІ ФОРМУВАННЯ У МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ МЕДІАГРАМОТНОСТІ

Анотація. Розглянуто проблему медіаграмотності молодших школярів як новий вимір результатів початкової освіти, відображений у державному стандарті, типовій освітній програмі.

Розкрито досвід реалізації нової змістової лінії «Досліджуємо медіа» у підручнику «Читання».

Ключові слова: державний стандарт, типова програма, медіаграмотність, читацька компетентність, підручник, досліджуємо медіа.

Якісна шкільна освіта має якточніше відповідати потребам особистості щодо її успішної адаптації, розвитку і саморозвитку у швидко змінюваному, перенасиченому інформацією світі. Ця глобальна проблема у різних варіантах задекларована в українському суспільстві, освітньому і науковому просторі вже понад двадцять років. Значні напрацювання у цьому напрямі здійснено як в царині проектної роботи різних організацій, авторських шкіл, наукових колективів, так і владними структурами різних рівнів.

Маємо на увазі методологію «Національної програми «Освіта ХХІ» (1993), «Національної доктрини розвитку освіти України (2002), «Концепцію загальної середньої освіти (12-річна школа (2001).

Однак проблема освітніх результатів, їх структури та вимірювання постала як обов'язкова складова реформи шкільної освіти лише у низці взаємопов'язаних документів, створених і затверджених упродовж 2016-2018 років, у розробленні яких брали участь науковці НАПН України.

Приверну увагу до принципово нового тлумачення сукупності освітніх результатів. Так, у законі України «Про освіту» (вересень, 2017 р.) вперше визначено особистісні і навчальні досягнення здобувачів [1]. Зокрема, йдеться про: *результати навчання* (знання, уміння, навички, способи мислення, погляди, цінності, інші особистісні якості, набуті у процесі навчання та розвитку, які можна ідентифікувати, спланувати, оцінити і виміряти), *ключові компетентності* (11 назв), які необхідні кожній люди-

ні для успішної життєдіяльності; *спільні для всіх компетентностей наскрізні вміння* (читання з розумінням, уміння висловлювати власну думку усно і письмово; критичне і системне мислення; здатність логічно обґрунтовувати свою позицію; творчість, ініціативність; вміння конструктивно керувати емоціями; оцінювати ризики; приймати рішення; розв'язувати проблеми; здатність співпрацювати з іншими людьми). Обов'язкові результати, законодавчо затверджені для здобувачів освіти, зумовили масштабні зміни в усіх рівнях шкільної галузі. В контексті теми виступу зупинюсь на тому, яким чином проблему медіаграмотності представлено у «Державному стандарті початкової освіти» (лютий, 2018) [2] і типових освітніх програмах.

Принагідно актуалізуємо останні рекомендації Європейської комісії про «Ключові компетентності для навчання впродовж життя» (січень 2018 р.), оскільки вони, з нашого погляду, прямо вказують на потреби оволодіння учнями медіа грамотністю. Перелік компетентностей (їх 8) розпочинає *компетентність* грамотності, яка тлумачиться досить широко, як здатність людини, що має індивідуальну і соціальну значущість. Конкретизуємо лише окремі аспекти: «Ця компетентність також включає в себе здатність відрізнити та використовувати різні типи джерел, шукати, збирати та обробляти інформацію, використовувати засоби, формулювати та висловлювати свої усні і письмові аргументи переконливо, відповідно до контексту.

Позитивне ставлення до грамотності передбачає відданість критичному та конструктивному діалогу, оцінку естетичних якостей та інтерес до взаємодії з іншими. Це означає усвідомлення впливу мови на інших людей та необхідність розуміти та позитивно використовувати мову з усією соціальною відповідальністю».

З урахуванням вищесказаного коротко охарактеризую наш підхід до відображення проблеми формування у молодших школярів основ медіаграмотності у такій послідовності: Державний стандарт – Типова освітня програма – реалізація вимог програми у підручнику з читання.

У процесі розроблення Державного стандарту виникла проблема яким чином відобразити у його змісті орієнтовний обсяг і вимоги до умінь з медіа грамотності молодших школярів, які адресовано для першого і другого циклів можуть вимірюватися за циклами як індивідуальні досягнення учня. Вивчення стану досліджень із впровадження медіаосвіти у вітчизняному просторі засвідчило значні напрацювання саме в галузі початкової школи. Передусім, це посібники для вчителів, підготовлені Академією вільної преси, [3], доробок науковців Інституту соціальної і політичної психології; експериментальні навчальні програми, створені у межах всеукраїнського і регіональних експериментів з впровадження медіаосвіти у початковій школі (Харків, Дніпро, Миколаїв).

Ознайомлення із зазначеними матеріалами і зарубіжним досвідом засвідчує гостру потребу відображення цього складника змісту на рівні Державного стандарту. У процесі дискусій щодо пошуку прийняттого для НУШ варіанту розробники *мовно-літературної галузі* визначили такі досягнення здобувача початкової освіти:

- взаємодіє з іншими особами усно, сприймає і використовує інформацію для досягнення життєвих цілей у різних комунікативних ситуаціях;
- сприймає, аналізує, інтерпретує, критично оцінює інформацію в текстах різних видів, медіатекстах та використовує її для збагачення свого досвіду;
- висловлює думки, почуття та ставлення, взаємодіє з іншими особами письмово та в режимі реального часу, дотримується норм літературної мови.

В інших освітніх галузях з-поміж результатів виділяємо також і уміння: знаходити, аналізувати, критично оцінювати інформацію, дотримуватись етичних, міжкультурних та правових норм інформаційної взаємодії.

Як бачимо, у Державному стандарті окреслено орієнтири для втілення зазначених вимог на рівні Типових освітніх програм МОН України затверджено два варіанти програми: розроблений під керівництвом Р. Б.Шияна і під керівництвом О. Я. Савченко (лютий 2018 р.) [6].

У програмі, створеній за нашим керівництвом, мовно-літературна галузь реалізується через такі змістові лінії: «Взаємодіємо усно», «Читаємо», «Взаємодіємо письмово», «Досліджуємо медіа», «Досліджуємо мовні явища», які є наскрізними для початкової школи [6]. Змістова лінія «Досліджуємо медіа» передбачає: формування в учнів умінь аналізувати, інтерпретувати, критично оцінювати інформацію в медіатекстах та використовувати її, створювати прості медіапродукти. Ці результати конкретизовано для кожного класу. Так, на завершення циклу (1-2 класи) запропоновано такі очікувані результати.

Учень:

- *сприймає* прості медіапродукти;
- *обговорює* зміст і форму простих медіапродуктів, розповідає, про що в них ідеться;
- *визначає*, кому і для чого призначений медіапродукт;
- *пояснює* зміст вербальної і невербальної інформації в медіапродуктах;
- *висловлює* свої думки і почуття з приводу прослуханих/ переглянутих медіапродуктів (коміксів, дитячих журналів, афіш, реклами);
- *створює* прості медіапродукти (листівка, sms – повідомлення, фотоколаж) з допомогою інших.

Окрім того, у змістовій лінії «Читаємо» для 2 класу передбачено з-поміж низки очікуваних результатів також ті, що належать до медіаграмотності. Зокрема, учень:

- *знає і називає* найважливіші інформаційні ресурси (бібліотека, Інтернет, телебачення, дитячі газети, журнали, книжки, довідкові видання);
- *здійснює пошук* необхідної інформації у тексті, висловлює до неї ставлення.

Отже, у Типовій освітній програмі щодо медіаграмотності визначено: три базові уміння: оволодіння учнями уміннями знаходити і правильно користуватися різними видами інформації, створювати елементарні медіапродукти.

Презентуємо свій досвід реалізації зазначених вимог програми у проекті підручника з читання для 2 класу (2019 р.).

Медіауміння ми розглядаємо як складник читацької компетентності, тому передбачаємо в структурі цього процесу *знанневий компонент* ознайомлення учнів із сутністю понять *інформація, медіа* – різні, способи збереження і передачі інформації; *діяльнісний* – уміння знаходити, аналізувати, інтерпретувати інформацію з різних джерел; *уміння її оцінювати*, виявляючи своє ставлення, висловлюючи різні види оцінювальних суджень; уміння *створювати* елементарні медійні продукти (індивідуально, в парі, в групі). Дидактичною основою формувального процесу є перехід на засади діяльнісно-результативної освіти, інструментами якої є особистісно-розвивальна взаємодія молодших школярів одне з одним і з сучасним інформаційним простором.

Оволодіння медіаграмотністю у процесі читацької діяльності безпосередньо пов'язане із розвитком в учнів *критичного мислення* [5].

У створенні проекту підручника ми здійснили копійку роботи з відбору особистісно-значущих для 7-8-річних дітей текстів із потенціалом для постановки проблемних задач і медійних завдань. У цьому процесі, окрім рекомендацій КЛЮЧА, використовували методи анкетування, інтерв'ю із вчителями, а також бесіди з другокласниками. Ми враховували провідну функцію *досвіду здобувачів освіти*, який вони можуть успішно накопичувати за умов, якщо робота з медіапродукцією вмотивована їхніми особистісно-значущими потребами активно пізнавати і діяти в різних навчальних і соціальних ситуаціях. При цьому виключно важливо, щоб, враховуючи реальні можливості дітей молодшого шкільного віку, вчитель створював умови, які зорієнтовані на зону їхнього найближчого розвитку.

Змістова лінія «Досліджуємо медіа» у змісті підручника «Читання» була реалізована шляхом включення окремих блоків «Медіавіконце» і медійних завдань до різних текстів. У «Медіавіконцях» (їх вісім) реалізовано різні аспекти ознайомлення учнів із основами медіаграмотності. Тематично кожне «Медіавіконце» було певною мірою пов'язане із змістом текстів відповідного розділу підручника.

<i>Назва розділу</i>	<i>Назва Медіавіконця. Ключові слова.</i>
До школи, до книги, до друзів душа поривається знов!	<i>Читаю, слухаю, бачу.</i> Поняття: інформація; медіа. Робота в групі: тематична павутинка «Медіа»
Читаємо і пізнаємо таємниці української мови.	<i>Книжка.</i> Як побудована книжка? Створи рекламу улюбленої книжки за опорними реченнями.
В кожній казці є урок, мов у квіточці медок.	<i>Мандрівка у бібліотеку.</i> Віртуальна екскурсія в Національну бібліотеку для дітей. Бібліотека, читальний зал. Як можна вибрати книгу? Робота в групі: створіть листівки про користь читання.
Зачарувала все зима...	<i>Вітальна листівка</i> Як створити вітальну листівку? Ідеї, джерела, варіанти.
Світ дитинства у творах українських письменників. Вірші. Оповідання.	<i>Вистава.</i> Як підготувати виставу? Текст, ролі, костюми, афіша. Актори: почуття, жести, міміка. Помічник: <i>театральний словничок.</i>
	<i>Вистава.</i> Як підготувати виставу?
У колі літературних казок	<i>Малюнок. Ілюстрація.</i> Як «прочитати» малюнок? Колір, розмір, композиція як джерела інформації. Малюнок, який передає твоє ставлення до персонажа казки.
Скільки на землі іще цікавого! Що? Де? Чому? Навіщо?	<i>Сторінками журналів для дітей.</i> Робота в групах: Дослідження журналів. Чим схожі всі журнали? Чим відрізняються від підручників? Поради: як спілкуватися з журналами: Створи <i>рекламу</i> «свого» журналу.

Особливий блок: *Медіапроект*: «Класна газета».

У газеті кожен зможе сказати своє слово про свій зірковий клас!

- Обговорюємо в групах пропозиції щодо змісту газети.
- Вибираємо найкращі ідеї.
- Розподіляємо обов'язки: Що зроблю **Я**? Що зробимо **Ми**?
Хто читачі газети?
- Інтерв'ю. Які думки, почуття викликає наша газета?

Помічник: *Словничок настрою і почуттів*.

У змісті підручника вміщено низку медійних завдань, які передбачають індивідуальну, групову і колективну роботу учнів з метою вичерпування смислів у багатошарових текстах, перегляд і оцінювання фрагментів мультфільмів, розв'язання морально-етичних завдань, складання схем, таблиць за прочитаним, тематичних павутинок, створення реклами, листівки, афіши.

Доречно привернути увагу до результатів першого циклу загальнодержавного моніторингового дослідження сформованості читацької компетентності молодших школярів (учні 4 класів), які 28 лютого ц.р. оприлюднив Український центр оцінювання якості освіти [2]. Понад 4,5 тисячі випускників початкової школи, які працюють за чинними навчальними програмами, виконували тестові завдання (від 11 до 14 завдань до 8 текстів). Мета завдань – з'ясувати здатність учнів знаходити інформацію в текстах трьох функціональних видів – художніх, науково-пізнавальних і рекламних, робити висновки з одержаної інформації, інтерпретувати й узагальнювати її. А також оцінювати зміст і форму текстів з огляду на їхню функцію. Дані моніторингу засвідчують, що понад 86% випускників початкової школи досягли базового рівня читацької компетентності; у понад 16% дітей читацька компетентність на високому рівні. Ці учні можуть у тексті знаходити інформацію як у сусідніх реченнях, абзацах, так і розосереджену в тексті. Окрім формулювання прямих висновків, вони добре справляються із завданнями на аналізування й оцінювання тексту, здатні інтерпретувати й узагальнювати інформацію, що може бути розосереджена в окремих фрагментах тексту, малюнках, таблицях, переліках. Водночас близько 14% школярів мають суттєві проблеми із читанням і розумінням текстів як художнього, так і інформаційного характеру. Дослідники прогнозують, що школярі, які не мають достатньо сформованих умінь працювати з інформаційними текстами, будуть мати значні проблеми у навчанні в базовій школі.

Як бачимо, вимоги до належно сформованої читацької компетентності суголосні із ознаками медіаграмотності. Це, з нашого погляду, є аргументом на користь її інтеграції у контекст мовно-літературної галузі як у вигляді окремих блоків, так і медіазавдань у структурі методичного апарату.

Розроблення і впровадження нового змісту, у який органічно входить змістова лінія «Досліджуємо медіа», передбачає подальше дослідження низки проблем, зумовлених необхідністю перевірки якості підготовленого ресурсу для учнів і учителів, що є складним завданням як з методичного боку, так і соціальної відповідальності.

Методичною проблемою, яка поки що на периферії уваги науковців, є обґрунтування об'єктів контролю результатів молодших школярів з медіаграмотності і розроблення адекватної критеріально-рівневої бази для вимірювання їх поступу в оволодінні медіауміннями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про освіту». Київ, 2017. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
2. ЗВІТ про результати першого циклу загальнодержавного моніторингового дослідження якості початкової освіти «Стан сформованості читацької та математичної компетентностей випускників початкової школи закладів загальної середньої освіти». Частина III. Читання. Київ, 2019. http://testportal.gov.ua/wp-content/uploads/2019/03/2018_ZVIT_MDYAPO_CHYTANNYA_Sajt-1.pdf
3. Медіаграмотність та критичне мислення в початковій школі : посібник для вчителя / Бакка Т., Гольщачова В., Дегтярьова Г., Євтушенко Р., Іванова І., Крамаровська С., Мелещенко Т., Шкребець О. / За редакцією Волошенюк О., Дегтярьової Г., Іванова В. – К. : ЦВП, АУП, 2017. – 197 с.
4. Практична медіаосвіта : авторські уроки Збірка / Ред. – упорядник В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За наук. редакцією В. В. Різуна та В. В. Літостанського. – Київ, Академія української преси, 2013. – 447 с.
5. Путівник з розвитку критичного мислення в учнів початкової школи : методичний посібник для вчителів (автори – укладачі: О. І. Пометун, І. М. Сущенко). – Київ, 2017. – 96 с.
6. Типова освітня програма для 1–2 класів закладів загальної середньої освіти. Київ, 2018. URL : <https://mon.gov.ua/ua/osvita/zagalna-serednya-osvita/navchalni-programi/navchalni-programi-dlya-pochatkovoyi-shkoli>

***Аннотація.** Рассмотрена проблема медиаграмотности младших школьников как новый вид результатов начального образования, представленный в государственном стандарте, типовой образовательной программе.*

Раскрыт опыт реализации новой образовательной линии «Исследуем медиа» в учебнике «Чтение».

***Ключевые слова:** Государственный стандарт, типовая образовательная программа, читательская компетентность, учебник, исследуем медиа.*

***Resume.** The author analyses an issue of primary school pupils' media literacy as a new dimension of the primary education outcomes that is indicated in the State Standard and Sample Educational Programme. The experience of realisation of a new content line "Research media" in the textbook "Reading" is characterized.*

***Keywords:** State Standard, Sample Programme, media literacy, reading competences, textbook, to research media.*

МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТІСТЬ У ЗАГАЛЬНІЙ СЕРЕДНІЙ ОСВІТІ

Воробйова А.А.

Криворізька гімназія № 127

директор

СУТНІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ СТАРШОКЛАСНИКІВ В УМОВАХ МЕДІАОСВІТИ

Розкрито сутнісні характеристики мовної особистості старшокласників в умовах медіаосвіти. Обґрунтовано методичну доцільність застосування завдань, спрямованих на формування складників мовної особистості старшокласників філологічного профілю. Розглянуто питання розроблення алгоритмів лінгвокультурологічного аналізу мовних одиниць у контексті медіакомунікації.

Ключові слова: мовна особистість, медіаосвіта, профільна підготовка, філологічний напрям, мовно-літературна освіта, лінгвокультурологічний підхід.

Теоретичні аспекти мовної підготовки старшокласників загалом, інформаційно спрямованої, лінгвокультурологічної – на рівні профілю – зокрема конститууються на таких аспектах: медіаосвіта як предмет інформаційно-комунікаційної компетенції (Г. Атанов, В. Беспалько, М. Жалдак, В. Лапінський); культура як предмет культурологічної освіти (Б. Єрасов, М. Каган, Е. Маркарян, В. Межуєв, В. Розін, А. Флієр).

Параметри мовної особистості старшокласників з позиції медіаосвіти визначаються такими рівневими характеристиками:

1. Поняття медіакомунікації. Перемикання кодів.
2. Ціннісні аспекти вербальної та невербальної комунікації.
3. Мовно-культурна особистість та її сутнісні характеристики. Культурний код мовної особистості.
4. Культура мовлення особистості як показник лінгвокультурологічної ідентичності.
5. Культура мовлення особистості співвідносно до медіадискурсу (культура обміну інформацією, культура форматування предметної інформації).

Потреба в діалогічному спілкуванні, як і потреба в діяльності, у праці, є визначальною для становлення особистості. Відповідно, особливого значення набуває проблема формування умінь діалогічного спілкування особистості як такої, яка виявляє високий рівень мовної і мовленнєвої компетентностей, які є критеріями сформованості мовної особистості.

Медіадискурс висуває нові вимоги до реалізації мовної особистості, які полягають в інтеракції. Інтерактивний проект передбачає організацію проектних груп; прогнозування колективних та індивідуальних потреб для організації діяльності у проекті,

формування колокаційних рамок тезаурусу спілкування в межах теми проекту; систему рольових настанов в межах проекту «Ділова розмова»; моделювання індивідуальних / групових проектів; презентацію-захист індивідуальних / групових досліджень.

Прикладом медіапроекту може слугувати Інтерактивний шкільний клуб, форми організації навчально-пізнавальної й наукової діяльності яких визначаємо: участь старшокласників у науково-практичних учнівських конференціях, засіданнях наукових гуртків, виступи в програмах телебачення, радіомовлення, підготовка шкільного інформаційного випуску «Шкільні новини», створення інформаційного сайту в Інтернеті і робота на інтерактивних шпальтах сайту, випуск інформаційного бюлетеня для учнів.

В умовах філологічної профільної підготовки організаційно-педагогічними умовами формування умінь діалогічного спілкування старшокласників визначаємо: соціально-ціннісна мотивація старшокласників до оволодіння уміннями діалогічного спілкування; діалогізація змісту гуманітарних предметів старшої школи; актуалізація діалогічного досвіду старшокласників у процесі навчання гуманітарних предметів; орієнтація процесу формування умінь діалогічного спілкування на профільне навчання; застосування навчальних технологій у процесі формування умінь діалогічного спілкування старшокласників.

Розглядаючи ціннісні аспекти вербальної й невербальної комунікації, говоримо насамперед про полікультурну реальність, яка створює безпрецедентні умови й можливості задля міжкультурного спілкування, провідним принципом якого є знання, розуміння й усвідомлення особливостей інших культур (у порівнянні з українською) та їх впливу на комунікативний процес, а також уміння уникати непорозумінь та конфліктних ситуацій, зумовлених культурним дисонансом.

У розглядуваному контексті виклад мовно-літературного матеріалу і його лінгвокультурологічний коментар спрямований на:

- а) розвиток мовної картини світу, лінгвокультурологічного світогляду старшокласників та їхню підготовку до сприйняття себе як носіїв національних цінностей, національних культур через призму мови;
- б) розвиток загальної культури старшокласників, засвоєння національних і загальнолюдських цінностей у мовній системі;
- в) навчання етики спілкування і взаємодії з носіями української лінгвокультури, а також людьми різних поглядів і культур;
- г) розвиток умінь старшокласників використовувати набуті соціокультурні й лінгвокультурологічні знання під час навчальної й міжкультурної комунікації згідно із ситуацією спілкування.

Лексична робота старшокласників із паремійним фондом на етапі профілізації та з урахуванням медійного дискурсу спирається на такі аспекти [1; 2]: 1) спостереження над особливостями функціонування паремій в українському письменстві, а також у вітчизняній публіцистиці; 2) моделювання лінгвокультурологічного фонового поля, яке дозволяє розширити уявлення про мовну картину світу українців; 3) з'ясування варіантів переосмислення усталених значень фразеологічних сполук відповідно до соціолінгвістичних і соціокультурних чинників; 4) виокремлення національно-культурних дескрипторів у значеннєвій структурі фразеологізмів.

Наприклад, у межах розглядуваного розділу «Стилістичні засоби фразеології» пропонується підготувати інформаційний лінгвокультурологічний проект «Фразеологізми як вияв національного характеру українця». Можемо говорити про лінгвокультурологічні особливості культури: Сунути свого носа в чужий город (між городами

пролягають межі як символіка свого і чужого); Знімати шапку / ламати шапку / зняти з когось шапку; Покласти руку на серце; Бити по руках; Ставати на рушник / зав'язати хустку / зав'язати коси; Ударити в закаблуки (закаблук – задня частина взуття, що охоплює п'яту); вибрикувати гопки.

Лінгвокультурема [1; 3], як об'єкт лінгвокультурологічного аналізу, акумулює в собі як власне мовні уявлення, так і пов'язане позамовне культурне середовище; може бути вираженою словом, словосполученням, реченням, текстом; носій конотативного смислу, який повною мірою реалізується лише у випадках повного володіння мовою та культурою певного етносу. Робота з лінгвокультуремою передбачає семантизацію аналізованих мовних одиниць з урахуванням тісного взаємозв'язку мови й культури.

Проективно до медіаосвіти в умовах сучасного полікультурного суспільства ідеться насамперед про такі параметри мовної особистості учнів старшої школи філологічного профілю, які засвідчують реалізацію:

- комунікативного рівня, що передбачає оволодіння формами й засобами міжкультурної комунікації, послуговування принципами здійснення діалогового (полілогового) спілкування шляхом оволодіння основними його механізмами й кодами в соціумі, орієнтованими на забезпечення процесів міжособистісної взаємодії в навчально-виховному процесі;
- інтеріоризаційного рівня, що передбачає оволодіння способами саморегуляції особистісного і фахового розвитку, переведення набутих ціннісних орієнтацій у моральний імператив.

Оскільки формування мовно-літературної наукової картини світу учнів на етапі профільної підготовки розглядається через призму концептосфери (упорядкована сукупність концептів, наявних у свідомості окремо взятої людини, а також певної групи людей, об'єднаних за якоюсь ознакою; певним способом організована система художніх концептів, представлених у творчості того чи того митця (наприклад, художника або письменника), інформаційний складник, побудований на медіаосвітньому дискурсі, передбачати як фахове спрямування обізнаності учнів, так і усвідомлення аксіологічного ресурсу інформаційного складника.

З урахуванням специфіки філологічної підготовки старшокласників, робота в межах медіа освітнього простору спрямована на вироблення культури наукової мови, ознайомлення зі специфікою написання наукової роботи філологічного профілю / інформаційного оброблення інформації на рівні філіації й семантизації (робота з корпусною лінгвістикою) [3], що сприяє в подальшому виконанню студентом курсової / магістерської роботи на відповідному рівні якості.

Медіаосвіта в умовах інноваційного освітнього середовища загальноосвітнього закладу передбачає формування мовної особистості учнів з урахуванням дидактичного потенціалу інтерактивного проекту, мультимедійного ракурсу освітнього середовища, а також полікультурного чинника сучасності, що актуалізує лінгвокультурологічний аналіз мовної одиниці в тісному взаємозв'язку з культурним контекстом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Флорій Сергійович Бацевич. – Київ : Довіра, 2007. – 205 с.
2. Карпіловська Є. А. Вступ до комп'ютерної лінгвістики / Є. А. Карпіловська. – Донецьк, 2003. – 183 с.
3. Красных В. В. Этнопсихолінгвістика и лінгвокультуро́логия: Курс лекцій / Виктория Владимировна Красных. – Москва : ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.

***Summary.** The essential characteristics of the linguistic identity of high school students in the context of media education are disclosed. The methodical expediency of the use of tasks, aimed at the formation of the linguistic components of the senior pupils of the philological profile, is substantiated. The problems of developing algorithms for linguistic-culturological analysis of language units in the context of media communication are considered.*

***Key words:** language personality, media education, specialized training, philological direction, cultural and literary education, linguistic-cultural approach.*

***Аннотація.** Раскрыты сущностные характеристики языковой личности старшеклассников в условиях медиаобразования. Обоснована методическая целесообразность применения заданий, направленных на формирование составляющих языковой личности старшеклассников филологического профиля. Рассмотрены вопросы разработки алгоритмов лингвокультурологического анализа языковых единиц в контексте медиакоммуникации.*

***Ключевые слова:** языковая личность, медиаобразование, профильная подготовка, филологическое направление, культурно-литературное образование, лингвокультурологический подход.*

*Донець Олександра Борисівна,
вчитель курсу «Медіаграмотність»,
вчитель української мови та літератури
КЗ «Станично-Луганська ЗОШ І-ІІІ ступенів
№1»;*

МЕДІАОСВІТА У СІЛЬСЬКІЙ ШКОЛІ: BEFORE – AFTER

*Щоб дійти до мети, людині потрібно тільки одне. Йти.
Оноре де Бальзак*

Сучасний світ – суцільне медіа.

***Анотація:** у статті розкривається значення медіа освіти, як важливої частини виховання дітей та молоді у ЗНЗ сільської місцевості.*

***Ключові слова:** медіаосвіта, медіаграмотність, виховання, медіаосвітні технології.*

Впровадження медіаграмотності у навчально-виховний процес є вимогою часу. Відповідно до цього у 2016 році було переглянуто головні завдання та принципи впровадження медіаграмотності й оновлено Концепцію. У новій версії враховується вплив інформаційної війни, медійна ретравматизація постраждалих від військових дій.

Із 2017 року розпочався наступний етап експерименту з медіаосвіти, який триватиме до 2022 року. На цьому етапі наявну наскрізну модель викладання медіаграмотності перевірять на ефективність і попрацюють над підвищенням рівня медіакомпетентності самих педагогів[1].

Саме медіаосвіта, за свідченнями фахівців ЮНЕСКО, є інструментом захисту від шкідливих ефектів і трендів, бо пов'язана з усіма видами медіа – друкованими, графічними, звуковими, візуальними тощо. Вона має дати людям можливість зрозуміти, як масова комунікація використовується в їхніх соціумах, навчити використовувати медіа у спілкуванні з іншими людьми; забезпечити знаннями створення, аналізу, інтерпретації медіатекстів, знаходження нестандартних рішень [3, 3].

У загальноосвітніх школах впровадження медіаосвіти відбувається в різних формах, внаслідок чого підтримуються та розвиваються різні аспекти медіавикладання – від психологічного (критичне мислення) до суто практичного – створення медіапродук-

тів. Включення курсу в навчальні плани та розвиток інтегрованого навчання – є кроком у майбутнє української освіти.

Згідно з концепцією і програмою, найбільша група учнів, що вивчають курс медіаосвіти, навчається в 10 класах. До роботи гуртків і факультативів із медіаграмотності долучаються школярі з інших класів. Найцікавіший досвід – це розповсюдження такого предмету на всі шкільні класи, як правило, шляхом інтеграції в різні предмети, через часткове залучення до медіаосвіти старших школярів, які навчають молодших школярів. [9, 6]

Яскравими прикладами застосування отриманих знань є робота шкільного самоуправління; проведення активістами різноманітних заходів для школярів молодших класів із використанням ІКТ.

В той же час, не всі навчальні заклади готові до медіаосвіти. Особливо це стосується шкіл розташованих далеко від районного чи обласного центру – так звані школи сільської місцевості.

Чому таке трапляється?

- Далеко не всі осередки освіти якісно оснащені засобами ІКТ.
- Не всі вчителі готові до впровадження медіаграмотності й повсякденного її застосування під час викладання навчальних дисциплін.
- Не вистачає досвідчених кадрів на місцях для викладання медіаграмотності.
- Відсутність дидактичної бази для проведення уроків медіа, тобто доступної систематизованої медіатеки. Наявні підручники вчителі використовують творчо, обираючи ті теми, які будуть цікаві/ доступні школярам і можуть бути представлені в школі залежно від технічного оснащення та спеціальності вчителя. Проте, у сільських школах ситуація інша – такі підручники взагалі відсутні.
- «Законсервованість». Малокомплектні школи не є активними учасниками процесу обміну досвідом: велика відстань до центру, умови проїзду, різні соціально-економічні ситуації на місцях.

У Станично-Луганському районі форпостом на межі (1 км до лінії розмежування) з викладання курсу медіа є КЗ «Станично-Луганська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів №1». До того ж, наша школа не є експериментальним закладом регіонального рівня щодо впровадження медіаосвіти.

Одним із ключових напрямів реалізації медіаграмотності є навчання дітей знаходити, класифікувати, критично аналізувати, використовувати, розрізняти інформацію, яку дають ЗМІ. І в той же час уміти творчо її осмислювати, робити власний медіапродукт [7]. Цей процес неможливий без критичного мислення – комплексу усвідомлених дій і навичок, які застосовують, коли оцінюють інформацію: достовірна вона чи маніпулятивна. Наш заклад намагається експериментувати; впроваджує нові методики, ідеї та технології.

Очікувані результати – це підняття рівня розуміння школярами соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа та вміння використовувати їх для поглиблення знань, ефективно взаємодіяти з медіапростором, вільно орієнтуватися у світі інформації; формування політичної культури особистості, здатної самостійно оцінювати процеси, що відбуваються в країні та світі[8; 3].

Що було зроблено нами у ході підготовки до викладання медіа:

- участь у Міжнародному українсько-литовському проекті «On the way of changes»;

- участь та залученість до тренінгових програм UNICEF та ПРООН ;
- налагодження співпраці між школами району, проведення спільних заходів;
- співпраця з різними установами району у сфері медіа, а саме:
- представники шкільного самоуправління входять до складу Районного Дитячого парламенту при РДА;
- представники учнівської молоді входять до складу ГО «Золоті левенята» ;
- співпраця з Районними бібліотеками.
- попрацювали з редколегією інформаційного порталу «Український інтерес» під час спільних просвітницьких заходів;
- участь у I Всеукраїнському уроці з пошуку фактів Не вір – перевір!

Початкові результати нашої роботи:

- за результатами участі у міжнародному проекті по всій території школи було встановлено мережу wi-fi;
- оновлення 3-х мультимедійних аудиторій (2 каб. інформатики оснащені проекторами та мультимедійною дошкою; 1 сучасна мультимедійна аудиторія у вільному доступі для проведення уроків та позакласних заходів);
- інтеграція медіаграмотності у шкільні предмети та позакласну діяльність;
- не оминули зміни й педагогічний колектив. Підвищився рівень підготовки та проведення уроків, виховних заходів, класних годин, а також, батьківських зборів. Вони стали яскравіше, доступніше, цікавіше;
- зріс інтерес до використання своїх гаджетів в правильному, освітньому та творчому руслі. Ми всі не пасивні глядачі змін, які відбуваються у житті, а активні учасники.

Ми розуміємо, що для кожного своя школа найкраща. І можливо, перераховані наші кроки вам здаються мізерними. Але, для школи, яка постійно на лінії розмежування такі кроки життєвозначущі. Це новий подих, це нова віра на здійснення дитячих мрій.

Підводячи підсумки наших модернізацій можна сказати – ми змінилися. Робоча атмосфера змінилася. Ми хочемо пізнавати, розвиватися, ділитися досвідом, адже ми можемо. Ми міняємо методи і форми проведення уроків, шкільних заходів. Ми стали більш контактні. Ми впевнені, що це не все на що ми здатні. Нам є до чого прагнути, як і кожному з нас.

Тож, закликаємо до співпраці із сільськими школами, підтримки і взаєморозвитку. Спільна праця приносить набагато кращі результати. Модернізація триває.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. [Електронний ресурс] – Режим доступу : https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/
2. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://gurt.org.ua/articles/42722/>
3. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко; За науковою редакцією В. В. Різуна – Київ: Центр вільної преси, 2012. – 352 с

4. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://www.edcamp.org.ua/>
5. [Електронний ресурс] – Режим доступу : https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yak_krasche_vikladati_mediagramotnist_u_shkoli_dumka_vchiteliv/
6. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.aup.com.ua/ml/Media_Literacy_Road_Map_AUP_2016.pdf
7. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://medialiteracy.org.ua/>
8. Медіа культура особистості : соціально-психологічний підхід : Навчальний посібник / О. Т. Баришполець, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко та ін. ; за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т.Баришпольця. – К. : Міленіум, 2009. – 440 с.
9. Впровадження медіаосвіти та медіаграмотності в загальноосвітніх школах України. Звіт за результатами комплексного дослідження на замовлення Українського медійного проекту («У-Медіа») Інтерньюз Нетворк [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://docplayer.net/29390545-Vprovadzheniya-mediaosviti-ta-mediagramotnosti-v-zagalnoosvitnih-shkolah-ukrayini.html>

***Summary:** the article reveals the importance of media education as an important part of bringing up children and young people in rural general education institutions.*

***Key words:** media education, media literacy, education, media education technology.*

***Аннотация:** в статье раскрывается значение медиа образования как важной части воспитания детей и молодежи в общеобразовательных учебных заведениях сельской местности.*

***Ключевые слова:** медиаобразование, медиаграмотность, воспитания, медиаобразовательные технологии.*

*Інна Заворотюк,
директор КЗ «Полтавської загальноосвітньої
школи I–III ступенів № 28»,
Ірина Земелько,
заступник директора з навчально-виховної ро-
боти (м. Полтава)*

ІНФОРМАЦІЙНА Й МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ОСВІНЬО- МУ СЕРЕДОВИЩІ КЗ «ПОЛТАВСЬКА ЗАГАЛЬНООСВІТНЯ ШКОЛА I-III СТУПЕНІВ № 28»

***Анотація.** Визначено основні форми впровадження медіаосвіти для різних категорій учасників освітнього процесу. Представлено співпрацю учасників освітнього процесу щодо формування медіаосвітнього простору в закладі, місті.*

***Ключові слова:** медіаосвіта, форми медіаосвіти, критичне мислення, компетентності.*

Інформаційно-цифрова компетентність – одна з десяти, визначених Новою українською школою – передбачає впевнене, критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією на роботі, в публічному просторі та приватному спілкуванні. Це актуалізує завдання сучасної школи – не лише підготувати дитину до життя в умовах сучасного інформаційного суспільства, але й навчити розуміти й усвідомлювати наслідки впливу медіа на психіку та життя людини, сформувати медіаімунітет. Розвиток компетенції учнів в науково-технічному напрямі, що зумовлено розвитком інформаційного суспільства, спонукає вчителів до впровадження STEAM-освіти (від англійських слів Science-наука, Technology-технології, Engineering – інженерія, Arts-мистецтво, Math-математика), яка вчить реагувати на зміни, критично мислити і бути розвиненою творчою особистістю. STEAM-освіта, медіаосвіта передбачають підготовку учнів до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формування в них медіаобізнаності відповідно до їхніх вікових та індивідуальних особливостей, щоб виховати такого споживача медіа, який міг би ефективно задовольняти свої інтереси, використовуючи засоби масової комунікації [1]. Як зазначено в Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, залучення учнів до STEAM і медіаосвіти може підтримати не лише розвиток креативного мислення та формування компетентності дослідника, а й сприяти кращій соціалізації особистості в напрямку розвитку навичок співробітництва, комунікативності.

Вчителі школи для впровадження зазначених напрямків самі проходять навчання на семінарах, тренінгах, які проводять фахівці Центру практичної психології та кафедри менеджменту освіти ПОІППО ім. М. Остроградського. Таке навчання протягом навчального року пройшли 7 вчителів в форматі тематичних семінарів і тренінгів, 8 – в форматі вивчення тем на курсах підвищення кваліфікації при ПОІППО, вчитель інформатики Саркісова Н.Я. – на семінарі з STEAM-освіти в м. Дніпро. Отримані знання, навички презентують учителям школи. Поширюємо досвід роботи закладу з медіаосвіти. Зокрема, проведено тренінг для курсантів ПОІППО – вчителів історії «Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін» (заняття для 25 курсантів провела Земелько І.С.). Активно використовуємо відповідні джерела – «Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства», посібник для вчителя, підготовлений авторським колективом у складі Т. Бакка, О. Волошенюк, Р. Євтушенко, Т. Мелещенко, О. Мокрогуз; «Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін», Посібник для вчителя за редакцією В. Іванова, О. Волошенюк, автори: Бакка Т., Волошенюк О., Євтушенко Р., а також матеріали з ресурсів, розміщених на сайті АУП. Модель медіаосвітньої роботи колективу представлено в посібнику «Медіаосвіта у загальноосвітніх навчальних закладах Полтавської області: експериментальній пошук. Матеріали дослідно-експериментальної роботи всеукраїнського та регіонального рівнів за загальною темою «Науково-методичні засади впровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес загальноосвітніх навчальних закладів», упорядник К.М.Муліка.

Окрема увага медіаосвітнім практикам на уроках суспільних дисциплін. У вчителів цих предметів мають бути сформовані специфічні навички роботи з медіатекстами: проводити пошук інформації в джерелах різного типу; критично аналізувати джерело історичної інформації (характеризувати авторство джерела, час, обставини і мету його створення); аналізувати інформацію, подану в різних знакових системах (текст, карту, таблицю, схему, аудіовізуальний ряд); розрізняти в медіа інформації факти і думки, історичні маніпуляції та історичні пояснення; брати участь у дискусіях з історичних проблем, пов'язаних з висвітленням в медіа, формулювати власну позицію з обговорюваних питань, використовуючи для аргументації історичні відомості. [2]

В комунальному закладі «Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів № 28» медіаосвіта представлена в форматі вивчення курсу «Громадянська освіта» в 10 класі, варіативного курсу «Основи медіаграмотності» в 8-х класах, інтегровано на уроках основ правознавства, біології, зарубіжної літератури, інформатики, а також в позаурочній роботі.

Активно використовуємо елементи на уроках історії, працюючи з медіатекстами, з фото – та історичними документами. Для такої роботи використовуємо матеріали, рекомендації зазначених вище посібників. [3] На уроках правознавства, громадянської освіти використовуємо активно роботу з новинами. Учням необхідно підібрати новину, яка відображає матеріали певної теми: склад правовідносини, органи державної влади, місцеве самоврядування, тощо. В модулі «Інформація та масмедіа» в курсі «Громадянська освіта» учні також виконують завдання аналізу новинних програм різних каналів, розпізнавання маніпуляційних прийомів в ЗМК.

Окрема увага приділяється засвоєнню учнями алгоритму, спрямованого на розвиток критичного мислення засобами виконання учнями спеціальних завдань, які запропоновані в робочих зошитах[4;42]:

1. Здійсни контент-аналіз теленовин на будь-якому телеканалі протягом декількох днів та визнач застосовані медіатехнології:

Телеканал: ...	Короткий зміст відеосюжету, репортажу, повідомлення	Зміст: позит. + негатив. – нейтр. 0	Застосовані медіа-технології:
-------------------	---	--	-------------------------------

2. Визнач суть медіаприйомів, що застосовуються у теленовинах:

№	Назва «ефекту»:	сутність «ефекту»:
---	-----------------	--------------------

Як наслідок такої роботи маємо результат, виявлений дослідженням учениці Коломойченко Анастасії в своїй роботі: учні мали можливість навчитися якісно та свідомо:

- читати медіатексти -20% опитаних учнів ;
- розрізняти маніпуляції в ЗМІ-25%;
- критично сприймати інформацію-38%;
- створювати власні медіа продукти-44%.

Учениця 11-А класу Войтенко Карина провела наукове дослідження «Вплив медіа контенту інтернет-видань Полтавщини на формування іміджу освіти», керівник Цимбалюк О. В., вчитель вищої категорії, «учитель-методист», і посіла II місце на обласному етапі МАН.

Метою роботи автор визначила дослідження впливу інтернет-журналістики в системі ЗМІ Полтавської області на формування іміджу освітньої галузі. В роботі вперше досліджено медіа контентосновних інтернет-видань Полтавської області щодо діяльності освіти та розроблені рекомендації щодо створення оптимальних умов впливу інформаційних матеріалів на формування об'єктивного іміджу освітянської галузі у читачів, які представлені в буклеті. На виконання завдань наукової роботи проведено анонімний моніторинг щодо основних проблем діяльності освітньої галузі та якості контенту медіа видань Полтавщини. В опитуванні взяло участь 50 представників різних професій та вікових категорій. Серед них 30% респондентів до 30 років, 48% – від 30 до 50 років та 22% – більше 50 років.

Першим аспектом було визначення рівня довіри читачів до різних засобів масової інформації. На запитання «Якому виду ЗМІ Ви довіряєте найбільше?» респонденти до 30 років визначили Інтернет-ЗМІ (66%), від 30 до 50 років зазначили також Інтернет-видання (62,5 %), а які старше 50 років зазначили телебачення (50%).



На запитання « Якому інтернет-виданню Ви надасте перевагу?» користувачі до 30 років обрали «Kolo.News» (50%), від 30 до 50 років надають перевагу газеті «Полтавщина»(44%), старше 50 років визначили «Новини Полтавщини».



На питання про тематику цікавих для них матеріалів: користувачів до 30 років цікавлять культурні події (52%), від 30 до 50 років обирають освітню тематику новин (47%), старше 50 років читають новини на політичну (48%) та суспільну (39%) тематики.



Ще одним аспектом дослідження було визначення проблем освітньої галузі, які найчастіше висвітлюють полтавські Інтернет-ЗМІ. Опитувані до 30 років вважають, що значну кількість публікацій інтернет-газети відводять реформам освітньої галузі (42%), від 30 до 50 років реформам освітньої галузі (37%) та корупційним схемам в освіті (32%), старше 50 років – оздоровленню (29%) та проведенню ремонтів (31%).

Отже, проведене анонімне анкетування визначило коло важливих аспектів, підтвердило зацікавленість читачів полтавських інтернет-видань у новинах освітньої тематики.

Новою складовою медіаосвітнього простору міста стало запровадження медіаосвіти в Полтавському національному педагогічному університеті ім. В.Г. Короленка. Освітньо-науковою програмою підготовки магістра спеціальності «Журналістика» передбачено вивчення обов'язкової дисципліни «Медіаосвіта». Загальна кількість 180 годин. Зміст дисципліни передбачає такі теми як, оновні етапи формування медіаосвіти (медіаграмотності), медіаосвітні проекти ЮНЕСКО та Ради Європи, сучасна екранна культура та аудіовізуальна грамотність, тощо. Також запропоновано вибірккову дисципліну «Методика викладання медіаосвіти в навчальних закладах різних типів». Загальна кількість 90 годин. Зміст програми містить, зокрема, такі теми як методика аналізу медіамеседжів учнівської і студентської молоді, критичне мислення у процесі формування медіакомпетентності майбутніх фахівців. Підготовка магістрантів передбачає проходження медіаосвітньої практики в навчальних закладах різних типів. В 2017-2018 н.р. та 2018-2019 н.р. в закладі практику проходили 3 студентки. Значну підготовчу роботу провела професор кафедри журналістики Світлана Василівна Семенко. У ході практики її керівниками від кафедри журналістики та загальноосвітніх і позашкільних

навчальних закладів м. Полтави й області глибоко і всебічно вивчаються ділові, моральні та особисті якості магістрантів із метою вирішення питань щодо їх найбільш доцільного використання у реалізації концепції «Нової української школи» та «Концепція впровадження медіаосвіти в Україні», а також здатності майбутнього фахівця виконувати функціональні обов'язки на тих чи інших посадах.

Учителі, батьки, фахівці ПОШПО, кафедра журналістики ПНПУ ім. В.Г. Короленко – ось коло тих, хто сьогодні бере участь у формуванні медіаосвітнього простору учнів КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів № 28». Педагогічний колектив продовжує роботу з упровадження медіаосвіти, реалізує поставлені завдання, зокрема: розвиток умінь і навичок споживання медіапродукції, формування критичного мислення; розвиток вміння створювати власні медіапродукти; формування медіакультури родини.

Впровадження медіаосвіти сприяє адаптації учнівської особистості в умовах інформаційного суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ :

1. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ispp.org.ua/news_44.htm
2. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: Посібник для вчителя; За редакцією В. Іванова, О. Волошенюк. – К.: Центр вільної преси, 2013.-202с.
3. Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства : посібник для вчителя / Т. Бакка, О. Бурім, О. Волошенюк, Р. Євтушенко, Т. Мелещенко, О. Мокрогуз ; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. – Київ : ЦВП, АУП, 2016. – 243 с.
4. Практикум «Медіакультура»: Робочий зошит курсу за вибором для учнів 10 класу загальноосвітніх навчальних закладів / Л. А.Найдьонова, О. Т. Баришполець, О. Є. Голубева та ін.; наук. ред. Л. А.Найдьонова ; Ін-т соц. та політ. психології НАПН України. – К., 2013. – 100 с.

***Summary.** The main forms of implementation of media education for different categories of the educational process participants are defined. The cooperation of different subjects of the process in the aspect of formation of media educational space in the educational establishment, in town, in region is developed.*

***Key words:** media education, forms of media education, critical thinking, competence.*

***Аннотация.** Определены основные формы медиаобразования разных категорий участников образовательного процесса. Представлено их сотрудничество в аспекте формирования медиаобразовательного пространства в школе, городе.*

***Ключевые слова:** медиаобразование, формы медиаобразования, критическое мышление, компетентности.*

Світлана Захаркіна, заступник директора з НВР Зміївського ліцею № 1 імені двічі Героя Радянського Союзу З. К. Слюсаренка Зміївської районної ради Харківської області
Лілія Шамрай, учитель української мови та літератури Зміївського ліцею № 1 імені двічі Героя Радянського Союзу З. К. Слюсаренка Зміївської районної ради Харківської області

МЕДІАОСВІТА В СИСТЕМІ НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОЇ РОБОТИ ОСВІТНЬОГО ОКРУГУ ЗМІЇВСЬКИЙ ЛІЦЕЙ №1 ІМЕНІ ДВІЧІ ГЕРОЯ РАДЯНСЬКОГО СОЮЗУ З. К. СЛЮСАРЕНКА ЗМІЇВСЬКОЇ РАЙОННОЇ РАДИ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

***Анотація.** Досвід демонструє систему роботи Зміївського ліцею № 1 ім. З.К. Слюсаренка у напрямку конструктивного оновлення та інноваційної діяльності освітнього округу, розвитку творчого потенціалу учасників освітнього процесу.*

Автори узагальнили практичний аспект організації діяльності педагогічного, учнівського, батьківського колективів в умовах реалізації моделі інноваційного розвитку.

Медійний супровід системи навчально-виховної діяльності щодо перспектив творчого розвитку учнівського загалу освітнього округу дозволяє свідчити про якісний рівень сформованих компетентностей учнів та визначити дієвість, інноваційність медіаосвітнього потенціалу закладу.

Творчий підхід колективу робить справу цікавою, корисною для суспільства, допомагає бути креативним і інноваційним, приносить радість і задоволення у підготовці повноцінного, життєво компетентного, конкурентно спроможного випускника.

***Ключові слова:** системність, модульність, освітній округ, освітній процес, освітня діяльність, здобувач освіти, медіаосвіта, медійний простір, медійність.*

Запропонована система організації освітнього простору забезпечує створення в закладі оптимальних умов для підвищення якості освіти через формування активного медіаосвітнього простору і може бути використана в діяльності закладів освіти.

Розроблені конкретні комплексно-цільові системні кроки є дієвим засобом стимулювання творчого розвитку учителя і учня.

Побудова нової освітньої моделі на основі реалізації діяльнісного і компетентнісного підходів, упровадження інноваційних підходів до викладання шкільних дисциплін; забезпечення професійного та особистісного зростання учасників освітнього процесу; формування ключових і предметних компетентностей у процесі освітньої діяльності; формування в учнів та вчителів компетентностей саморозвитку, самоосвіти; активізація науково-дослідницької діяльності та стимулювання творчої активності учителів і учнів на засадах медійного підходу визначили основну мету і завдання діяльності колективу.

Науковий зміст апробованого досвіду роботи полягає у системності та приведенні у відповідність основних напрямків освітньої діяльності у окрузі, у сучасному медійному супроводі розвитку творчого потенціалу здобувачів освіти.

У основу управлінської діяльності покладено ідеї концепції Л. Зайверта (економія часу), М. Вудкока і Д. Френсіса (подолання власних обмежень), А. Хроменка (підвищення особистої культури ділового життя), Б. і Х. Швальбе (досягнення особистого ділового успіху).

У основу досвіду роботи з педагогічними кадрами в ліцеї покладено визнання пріоритетної ролі творчого потенціалу педагогічного колективу та особистості учителя зокрема, забезпечення його підвищених індивідуальних освітніх потреб.

Провідною науковою ідеєю роботи з педагогічними кадрами є теоретико-практичне розкриття природи та умов реалізації особистісних розвивальних функцій методичної взаємодії в окрузі. Інноваційна розробка досвіду роботи базується на сучасних теоретичних положеннях і концепціях вітчизняної та зарубіжної педагогіки, а саме: В. Сухомлинського, М. Поташника, І. Жерносека, В. Гербутова, Л. Виготського, Л. Гальперіна, Ю. Бабанського.[3, 10]

Дослідженням впровадження медіаосвіти займалися і Маршалл Маклюен (Канада), Роберт К'юбі (США), Катлін Тайнер (США), Сесілія фон Файлітзен (Швеція). Так Роберт К'юбі вбачає мету медіаосвіти не в тому, щоб «дати учням розуміння того, як і чому медіа відображають суспільство і людей», а головне «розвивати аналітичні здібності і критичне мислення щодо медіа» разом із вивченням їхньої мови. Шведська дослідниця Сесілія фон Файлітзен особливу увагу звертає на те, що створення медіапродукції – необхідний елемент медіаосвіти.[4, 42]

В Україні проблеми медіаосвіти в контексті світового інформаційного простору досліджують такі українські вчені, як В. Іванов, О. Волошенюк, Л. Найдьонова, О. Барішполец, Г. Онкович, А. Литвин, Г. Почепцов, які обстоюють думку, що медіаосвіта – це навчання на матеріалі та за допомогою ЗМІ, кінцева мета якого – медіаграмотність, здатність до критичного творчого сприйняття медіаповідомлень. Посилаючись на вітчизняні джерела, акцентуємо увагу на тому, що в Україні згідно з Концепцією впровадження медіаосвіти «...медіаосвітою вважається частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовки особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, традиційними та ... новітніми медіа...» [6; 5, 21–22]

Принципово важливим для вчителя є наявність вільного часу для самоосвітньої діяльності, що результативно впливає на освітню діяльність та передбачає створення морально-психологічного клімату вчительської творчості, яка підтримується і матеріально-технічним оснащенням (Інтернет, сучасна комп'ютерна техніка, мультимедійне обладнання, інтерактивні дошки, можливість працювати у ново створеній медіатеці);

Реалії сьогодення підказують і педагогам, і управлінцям в освіті, що здобувачі освіти як користувачі сучасних засобів комунікації, насамперед Інтернету, комп'ютера, телебачення та відео, відчують вплив різних медіапродуктів. Деякі дослідники навіть констатують, що йдеться про формування так званого «медійного» покоління, яке зростає під активним медіавпливом [7, 26]. Серед результатів впливу мають місце негативні тенденції розвитку суспільства (надання переваги комунікації у віртуальному світі замість «живого» спілкування, занадто глибоке занурення у кіберпростір, формування «кліпової» свідомості та інше) та позитивні (можливість саморозвитку особистості, поповнення та розширення знань, набуття необхідних компетентностей, розвиток критичного та творчого мислення, творчого візуального медіасприймання), функціональна неграмотність молодого покоління. Тож медіаосвіта у закладі пронизує інноваційну модель освітнього округу та супроводжує всі модулі системної моделі освітнього округу.

Відповідно до компонентів Нової української школи структуровано модель інноваційної діяльності освітнього округу, що охоплює 8 модулів, які передбачають розробку інновацій від ідей до апробацій, аналіз результатів, розповсюдження інформації про набутий досвід, підготовку педагогічних працівників до впровадження та подальшого використання дієвих освітніх технологій. Визнання пріоритетної ролі особистості, забезпечення її індивідуальних освітніх потреб є пріоритетом роботи всього педагогічного колективу.

Висновки проведеної експертизи науково-методичної ради освітнього округу, РМК відділу освіти Зміївської районної державної адміністрації дають підставу відзначити перспективність створення моделі інноваційного освітнього простору освітнього округу.

Інноваційна модель освітнього округу Зміївський ліцей №1 ім. З. К. Слюсаренка включає такі модулі:

1. **«Модуль педагогічного експерименту»** (всеукраїнський рівень: експериментально-дослідницька робота «На крилах успіху» у початковій школі; експериментальне впровадження та дослідження медіаосвітніх інноваційних технологій у систему організації освітнього процесу класів профільної підготовки та поглибленого вивчення предметів; реалізація виховних проектів «Відкривай Україну», «Вчимося жити разом»);
2. **«Модуль навчальних досягнень»** (орієнтації на потреби учня в освітньому процесі, дитиноцентризм, формування в учнів ключових та предметних компетентностей, необхідних кожній сучасній людині для успішного життя, для успішної самореалізації в суспільстві);
3. **«Модуль розвитку творчої особистості»** (діє цільова ліцейська програма роботи з обдарованими учнями «Талант плюс творчість – крок до успіху», яка забезпечує розвиток творчої особистості, стимулювання творчої активності, особистісного розвитку всіх учасників освітнього процесу та забезпечує показники у олімпіадах, конкурсах, турнірах, конкурсі-захисті МАН на всеукраїнському та обласному рівнях);

4. **«Модуль професійного розвитку педагога»** (науково-методичний супровід освітнього процесу в окрузі побудований з позиції формування мотивації учителя, який має свободу творчості й розвивається професійно через діяльність у методичних об'єднаннях як таких, що забезпечують інформативно-організаційну функцію, діяльність у творчих динамічних групах, фокус-групах, творчих міні-проектах, що сприяють формуванню інноваційного потенціалу педагога, допомагають учителю ефективно працювати і виробити свій індивідуальний творчий стиль; обласні показники творчих професійних конкурсів свідчать про дієвість вказаного модуля);
5. **«Модуль партнерства з батьками»** (система роботи освітнього округу ґрунтується на партнерстві між учнем, учителем і батьками; наскрізний процес співпраці з батьківським загалом організовано у освітньому окрузі через практику батьківського клубу та спільних справ батьківських колективів).
6. **«Модуль сприяння здоров'ю»** (проектно-діяльнісна складова забезпечується через систему колективної, індивідуальної, секційної, гурткової роботи, що сприяє формуванню здоров'язберігаючих компетентностей, здійснюється реалізація спільного проекту округу «Ми за здоров'я»).
7. **«Модуль сприяння розвитку громадської активності»** (наскрізний процес виховання, який формує цінності; формування активної життєвої позиції, критично-конструктивного ставлення молоді до життя у суспільстві побудоване за принципом спільних творчих проектів: «Школа енергії», «Волонтерський рух «Ми разом»», «Дитина та її права», «Подаруй радість дітям», «Всесвітня Мережа День Землі», які забезпечили перемоги всеукраїнського та обласного рівнів);
8. **«Модуль моніторингового супроводу освітнього процесу як засобу інноваційної діяльності»** (у освітньому окрузі діє цілісна система опрацювання інформації, що дає оціночну характеристику управлінню освітнім округом, відображає стан та рівень освітньої діяльності колективу в цілому, кожного педагога та учнів).

Чіткість планування своєї роботи, організованість, розуміння поставлених завдань, забезпечують досягнення мети – всебічно розвинений здобувач освіти, професійно вмотивований компетентний учитель; зацікавлені у змінах батьки.

Зосередимося на **Модулі розвитку творчої особистості**, який передбачає систему дій, що забезпечують результат у формуванні життєвих компетентностей обдарованих учнів.

Управлінські дії у напрямку організації роботи з обдарованими учнями:

1. Впровадження цільової програми ліцею та філій щодо роботи з обдарованими учнями «Талант плюс творчість – крок до успіху» (2017-2022 роки), яка регламентує діяльність педагогічного колективу у напрямку розвитку творчої особистості, стимулювання творчої активності наукового товариства учнів.
2. Видання наказів про організацію та підсумки роботи з обдарованими учнями у ліцеї та філіях, організацію Літньої школи для обдарованих.
3. Планування роботи творчої групи учителів ліцею у напрямку особистісного розвитку всіх учасників освітнього процесу, розробка науково-практичних семінарських занять для учителів філій.
4. Робота координаційної ради учителів-предметників спільно із членами наукового товариства учнів ліцею, що забезпечує показники у олімпіадах, конкурсах, турнірах, конкурсі-захисті МАН на всеукраїнському та обласному рівнях.

Заходи, які вироблено у ліцеї і визначено дієвими:

1. Спільні засідання методичної ради ліцею та наукового товариства учнів.

2. Учнівські науково-практичні конференції (організаційна та у межах предметних тижнів).
3. Експрес-новини «Із наукового життя» (популяризація науково-дослідної роботи, використання можливостей установ міста та громадських організацій, а саме: НПП «Гомільшанські ліси», Зміївський краєзнавчий музей, Зміївська районна юнацька бібліотека, Спілка письменників Зміївщини, спільні творчі справи із Зміївською міською радою).
4. Діяльність медіагрупи учнів ліцею та філій.
5. Активізація творчих конкурсів, робота на онлайн-платформах «Всеосвіта», «На урок» тощо.

Традиційні творчі справи:

1. Свято ліцейської родини «Зірки ліцею» (підведення підсумків участі у олімпіадах, МАН, турнірах, творчих конкурсах, науково-практичних конференціях).
2. День науки (виїзні заходи спільно із Національним фармацевтичним університетом, Харківським національним університетом ім. В. Н. Каразіна, Харківським національним аерокосмічним університетом ім. М.Є. Жуковського „Харківський авіаційний інститут у межах договорів про співпрацю).
3. Щорічний конкурс «Учень року» (номінації «Інтелект року», «Науковець року», «Дебют року»).
4. Випуск щорічного буклета «Ось які ми!...» (містить відомості за навчальний рік, які охоплюють найвищі досягнення учнів, передача матеріалів до музейного комплексу ліцею з метою функціонування залу «Наші випускники-науковці», традиційно матеріали використовуються під час зустрічей шкільних друзів).
5. Робота Літньої школи для обдарованих, яка охоплює підготовчу роботу до нового навчального року (науково-дослідницькі роботи в МАН, підготовка команди до участі у турнірі юних фізиків, підготовка учасників олімпіад, міжнародних та всеукраїнських конкурсів).

Багаторічний досвід методичної роботи у напрямку розвитку творчості учителя дозволяє нам зосередити увагу на дієвості та інноваційному потенціалі таких форм роботи, як творчі динамічні групи, фокус-групи, творчі міні-проекти.

Робота у творчих динамічних групах, фокус-групах дозволила варіювати та змінювати їх склад за бажанням учителів. Це забезпечує для педагога демократичність вибору, можливість працювати у співтворчості з колегами, які викладають інші предмети. Підвищується ефективність процесів інтеграції у науково-методичну діяльність молодих спеціалістів, учителів філій.

Наявність сайтів дозволяє учителям презентувати результати творчої співпраці, аналізувати ступінь розвитку.

При цьому дуже важливим є відчуття кожним педагогом причетності до загальної справи, свободи творчості та вибору, стимулювання сприятливих міжособистісних взаємин, генерування ідей щодо якісної організації навчально-виховного процесу.

Результативністю роботи творчих груп є розробка колективних проектів, участь у дослідно-експериментальній роботі регіонального рівня з Медіаосвіти, упровадження моделі «Громадсько активна школа», Всеукраїнського рівня «Школа енергії», «Відкриваємо Україну», що забезпечує реалізацію нових педагогічних технологій, і є показником інноваційної діяльності педагогів опорного закладу та філій.

Підвищення результативності педагогічної праці спостерігається також і за такими показниками:

- підвищення мотивації творчої діяльності учителів, тому що спрацьовує психологія учителя філії «хочу дорівнятися до колег», психологія учителя опорного закладу «повинен поділитися з колегами дієвим досвідом»;
- підвищення рівня співпраці та партнерства;
- за показниками методичної діяльності педагогами ліцею розроблено підручники, робочі зошити, зошити для лабораторних робіт з фізики, авторські програми факультативних курсів та гуртків з фізики, англійської мови, що задовольняють потребу ранньої профілізації і використовуються у філіях, педагоги здійснюють апробацію підручників з української мови та літератури, англійської мови, математики, фізики та є їх рецензентами,
- 22 педагоги є керівниками творчих районних міні-проектів, з них 10 педагогів ШМО учителів фізики, математики, інформатики очолюють роботу районних методичних творчих міні-проектів із питань розвитку сучасної освітньої діяльності, учитель математики є керівником районного методичного об'єднання.
- учителі систематично ведуть роботу у напрямку поширення досвіду через фахові видання. Учителі фізики і математики, які мають звання учитель-методист, щорічно публікують матеріали з досвіду роботи у періодичній педагогічній пресі, мають власні сайти, через які ведуть активне педагогічне спілкування з освітянами. Учителі фізики, інформатики, математики мають підручники і посібники, що отримали гриф МОН і використовуються учителями не тільки ліцею. Вони були рецензентами підручників для учнів основної школи, розроблених за новими програмами. Затверджена авторська навчальна програма факультативного курсу з фізики «Фізика і техніка» вчителя ліцею успішно викладається вже кілька років.
- учителі широко використовують можливості платформ EdEra, Прометеус, онлайн-курси як інструментарій для забезпечення індивідуально-особистісного та професійно-діяльнісного самовдосконалення, досконалого оволодіння методикою компетентнісного навчання, успішно запроваджують нові техніки викладання навчального матеріалу. Мають перемоги у обласному фестивалі Інтернет-ресурсів (3 диплома I та II ступенів), Всеукраїнському конкурсі «Панорама творчих уроків» (6),
- підвищилася якість роботи з обдарованими учнями – цього навчального року всі учасники стали переможцями обласного етапу Всеукраїнського учнівського конкурсу-захисту МАН, 7 учнів вибороли перемоги у обласному етапі Всеукраїнських учнівських олімпіад, з них – два перших місця;
- учні опорного закладу мають перемоги всеукраїнського рівня у творчих тематичних конкурсах, турнірі юних фізиків; учні філій вперше увійшли у трійку призерів районного етапу творчих мовознавчих конкурсів;
- моніторинг рівня навчальної діяльності здобувачів освіти з базових предметів демонструє переважно достатній та високий рівень знань, що підтверджується показниками ЗНО.

Учитель-новатор завжди виховає учня-інноватора, здатного змінювати навколишній світ, розвивати економіку, конкурувати на ринку праці, вчитися упродовж всього життя.

Педагогічний колектив постійно працює над самовдосконаленням, продукує інноваційні ідеї побудови співтворчості учнівського, батьківського педагогічного загалу у межах реалізації НУШ.

Директор освітнього округу пройшла курсову підготовку при Центральному інституті післядипломної педагогічної освіти Національної академії педагогічних наук України за напрямом «Організація та зміст роботи опорної школи як закладу освіти інноваційного типу» тому завжди є генератором нових ідей».

Ліцей є учасником запровадження мультипрофільності у старшій школі, інтегрованого предмету «Природознавство».

Розвиток творчого природничо-математичного потенціалу обдарованих учнів упродовж всіх етапів функціонування закладу був провідним у організації освітнього простору. Тому на сьогодні маємо певну систему такої роботи.

Вивчення схильності дітей до природничо-математичних дисциплін та виявлення ознак обдарованості починаємо вже з 1 року навчання та залучаємо учнів до діяльності у гуртку «Логіка», з 2-го класу – до участі у Всеукраїнських конкурсах «Кенгуру», «Колосок». Ефективною є робота з організації і проведення шкільних олімпіад з математики серед учнів 2-4-х класів.

З 2017-2018 навчального року Зміївський ліцей №1 ім.З.К. Слюсаренка розширив освітні можливості для майбутніх першокласників. На підставі угоди з Інститутом педагогіки Національної академії педагогічних наук України освітній процес в одному з 1 класів організовано за освітнім проектом «На крилах успіху», що реалізується в межах дослідно-експериментальної роботи Всеукраїнського рівня. Даний проект дозволяє дітям успішно оволодіти основами логічного мислення, розвинути розумові здібності: пам'ять, критичне мислення, інтуїцію, увагу, інформаційну культуру, сформувані первинні вміння доказово міркувати і пояснювати свої дії, математизувати реальні ситуації.

Тому від проекту ми очікуємо, що до основної школи прийдуть учні, готові до активної освітньої діяльності.

Оновлюючи підходи до організації освітнього простору, ліцей запровадив ранню допрофільну підготовку у 5-7-х класах шляхом введення вивчення другої іноземної мови (німецької), використання варіативної частини для збільшення годин на вивчення математики, фізики, хімії, які будуть профільними у старшій школі, розширили мережу гуртків з цих предметів.

У 8-9-х класах організовується поглиблене вивчення окремих предметів, що є підґрунтям для успішної реалізації завдань профільного навчання у старшій школі.

Діти реально потрапляють у хороші умови навчання, отримують можливості вивчення двох іноземних мов, поглиблено вивчати предмети і мати якісну ранню допрофільну підготовку і, звісно, підготуватись до вступу у профільну школу.

У старшій школі в кожній паралелі є 1-2 класи фізико-математичного профілю. Учні цих класів успішно опановують профільні програми і виявляють високу результативність на ЗНО не тільки з математики і фізики.

Досвід підтверджує ефективність проведення Днів відкритих дверей у ліцеї з предметів допрофільної і профільної підготовки, презентації ліцейстами профілю навчання, а матеріали – відеоролики, спецвипуск газети «Меридіани ліцею», виступи учні готують самостійно. Під час таких форм діяльності відбувається невимущена інтеграція медіа у освітній простір округу.

В ліцеї діє цільова програма «Талант плюс творчість – крок до успіху», спрямована на роботу з обдарованими учнями 5-11-х класів та сприяє системності розвитку їх природничо-математичних, суспільно-гуманітарних, мистецьких нахилів, окремі роз-

діли програми орієнтовані саме на формування природничо-математичної компетентності обдарованих учнів.

В ліцеї діє Наукове товариство учнів, яке об'єднує всіх талановитих і обдарованих дітей ліцею. Члени НТУ ведуть науково-дослідницьку роботу. Традиційним стало відзначення Дня науки. До свята учні зустрічаються з науковцями – колишніми випускниками ліцею, беруть у них інтерв'ю і записують відеоролики – звернення до ліцеїстів, випускають тематичну шкільну газету «Мередіани ліцею».

Ліцей тісно співпрацює з ХНТУ «Харківський політехнічний інститут», Національним аерокосмічним університетом ім. М.Є.Жуковського «ХАІ», Харківським національним фармацевтичним університетом, викладачі яких проводять у класах фізико-математичного профілю лекції і практикуми з розв'язування задач, є науковими керівниками науково-дослідницької роботи учнів.

У межах програми вже кілька років діє Літня школа для обдарованих, під час якої організовується підготовка учнів до конкурсів, олімпіад, їх науково-дослідницька діяльність.

Літня школа для обдарованих, мовні групи ввійшли в практику роботи і є ефективними формами навчання. Співпраця з Ландау-центром триває не тільки під час навчального року, а і у період роботи літньої школи.

Учні демонструють стабільні показники у III (обласному) етапі Всеукраїнських учнівських олімпіад з математики, фізики, астрономії, інформатики (7 обласних перемог за останні 5 років лише з цих предметів), у II (обласному) етапі Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт в МАН України (5 – секції «Прикладна математика», «Теоретична фізика»), у обласному фестивалі комп'ютерної графіки та анімації (15), команда учасників Всеукраїнського турніру юних фізиків «Квант» визначена кращою командою із сільської місцевості, учні у індивідуальних заліках та олімпіадах мають дипломи переважно першого ступеня (щорічно). Кабінети з лінгафонним обладнанням та знання двох іноземних мов дозволяє членам команди у процесі підготовки до турніру працювати з інформацією першоджерел на мові оригіналу (англійській, німецькій).

Традиційно наприкінці навчального року в ліцеї проходить свято «Зірки ліцею», під час якого нагороджуються всі ті, хто протягом року мав перемоги районного, обласного чи всеукраїнського рівня у олімпіадах, інтелектуальних конкурсах, турнірах. НТУ видає брошуру «Ось які ми...». Як найвища відзнака вручається «Сова» – символ мудрості та звучить гімн Зміївського ліцею № 1 ім. З.К.Слюсаренка, автором якого є учитель музики ліцею.

Система роботи у межах модуля забезпечує підготовку конкурентноспроможного випускника. 95% випускників, які щорічно продовжують навчання у закладах вищої освіти відповідно до профілю навчання у ліцею. Вони мають високі рейтингові місця у списках абітурієнтів і навчаються за бюджетний кошт.

Таким чином, системний та послідовний характер модуля демонструє дієвість, що підтверджується високою результативністю здобувачів освіти різних рівнів. Авторитет закладу підтримується не лише у районі, а й області. Інноваційністю модуля є наскрізне впровадження медіакультури, медіакомпетентності особистості, а змістове наповнення актуальне і у реалізації концептуальних засад Нової української школи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гончаренко С. Український педагогічний словник. / С. Гончаренко – К.: Либідь, 1997. – С. 203.
2. Енциклопедія електронних мас-медіа. У 2 т. Мащенко І.Г. – Запоріжжя: Дике Поле, 2006.
3. Васьков Ю.В. Педагогічні теорії, технології, досвід (Дидактичний аспект). – Х.: Скорпіон. – 2000. – С. 120
4. Іванов В.Ф. Медіаосвіта та медіаграмотність: визначення термінів / В.Ф. Іванов, О.Я. Шкоба // Інформаційне суспільство. – 2012. – № 16. – С. 41-52.
5. Іванов В.Ф., Волошенюк О.В. Медіаграмотність: Підручник для вчителів. – К.: Центр вільної преси, Академія Української преси. –2017. –С. 319.
6. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. електронний ресурс http://www.ispp.org.ua/bibl_2.htm
7. Мастерман Л. Обучение языку средств массовой информации // Специалист. – 1993. №5. – С.31-32.
8. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навч.-метод. Посіб. / за ред.. Л.А. Найдюнової, О.Т. Баришпольця. – К.: Міленіум, 2010. – 440 с.
9. Медіаосвіта // Енциклопедія освіти /акад.. пед. наук України; головний ред.. В.Г. Кремень. 0 К.: Юрінком Інтер, 2008. – с. 481 – 482.
10. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л. – К.: АУП, ЦВП, 2011. – 58 с.
11. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
12. Особливості сприймання візуальної інформації. – Актуальні проблеми психології: Проблем психології творчості: Збірник наукових праць / За ред.. В.О. Моляко. – Т. 12. – Вип. 4. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2008. – С. 305-317
13. Федоров А. В. Медиаобразованиебудущихпедагогов / А. В. Федоров. – Таганрог: Кучма, 2005. – 314 с.
14. Чельшева И.В. Медиаобразование для родителей: освоение семейной медиаграмотности/ И.В. Чельшева – Таганрог: Изд-во ТТИЮФУ, 2008. – 184 с.
15. <http://metodportal.net>
16. <http://zmiiv-lyceum1.kh.sch.in.ua>
17. <http://zmiiv-lyceum.kh.ua>

Аннотация. Опыт показывает систему работы Змиевского лицея № 1 им. З. К. Слюсаренко в направлении конструктивного обновления и инновационной деятельности образовательного округа, развития творческого потенциала участников образовательного процесса.

Авторы обобщили практический аспект организации деятельности педагогического, ученического, родительского коллективов в условиях реализации модели инновационного развития.

Медийное сопровождение системы учебно-воспитательной деятельности относительно перспектив творческого развития ученического сообщества образовательного округа позволяет свидетельствовать о качественном уровне сложившихся компетентностей учащихся и определить действенность, инновационность медиаобразовательного потенциала учреждения.

Творческий подход коллектива делает систему интересной, полезной для общества, помогает быть креативным и инновационным, приносит радость и удовольствие в подготовке полноценного, жизненно компетентного, конкурентоспособного выпускника.

Ключевые слова: системность, модульность, образовательный округ, образовательный процесс, образовательная деятельность, соискатель образования, медиаобразование, медийное пространство, медийность.

Annotation. Experience demonstrates the system of work of Zmiyiv lyceum № 1 named after the Z. K. Sliusarenko in direction of the structural updating and innovative activity of the educational district, development of creative potential of participants of the educational process. The authors generalized the practical aspect of organization of activity of pedagogical, student's, parents collectives in the conditions of realization of the model innovative development. The media accompaniment of the educational system educator in relation to the prospects of creative development of student's activity of the public educational district allows to testify the quality level of the formed competences of students and define effectiveness, innovativeness of media educational potential of the lyceum. The creative approach of the teaching staff does the process of learning interesting, useful to society, and helps pupils to be creative and innovative, brings joy and pleasure in preparation for adult life, vitally competent, competitive of solvent graduating student.

Key words: consistency, modularity, educational district, educational process, educational activity, applicant for education, media education, media space, media.

Юлія Рибіна,

*учитель інформатики Харківської гімназії №14,
здобувач кафедри початкової, дошкільної та
професійної освіти,
Харківський національний педагогічний універ-
ситет імені Г.С. Сковороди*

НАУКОВО-ДОСЛІДНИЦЬКА РОБОТА УЧНІВ У КОНТЕКСТІ МЕДІАОСВІТИ

У контексті медіаосвіти підростаючого покоління в статті розглянуто можливості використання сучасних медіа в якості засобу, форми та предмету науково-дослідницької роботи учнів-членів Малої академії наук України. Представлено деякі результати дослідження автора в цьому напрямку.

Ключові слова: *медіаосвіта, медіаграмотність, науково-дослідницька робота, Мала академія наук України.*

Багаточисельні медіа, утворюючи особливий медіапростір, впливають на формування інтересів особистості, її соціальних і моральних цінностей та на світогляд людини. Особливо це стосується підростаючого покоління, якому подобається освоювати нові інформаційні та комунікаційні технології, проте не дістає навичок об'єктивно оцінювати істинний сенс одержуваної медіаінформації, що робить дітей більш вразливими до маніпуляцій свідомістю.

З огляду на це, важливою складовою модернізації освіти є розроблення та прийняття в 2010 році Концепції впровадження медіаосвіти в Україні. За цим документом медіаосвіта визначається як «частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій» [5].

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що чимало зарубіжних і вітчизняних учених та педагогів присвятили свої праці розв'язанню вище означених проблем. Серед цих учених: В. Іванов, О. Волошенюк, О. Мокрогуз, Г. Дегтярьова, О. Кукленко [9], Т. Бакка, Л. Гуменюк, Р. Євтушенко, Т. Мелещенко, В. Потапова [3, 6], Л.

Мастерман [13] та інші (практична медіаосвіта в закладах загальної середньої освіти); Л. Найдьонова [7], О. Баришполець, О. Баранов [1], О. Федоров [11], Н. Череповська [12] (психолого-педагогічні аспекти формування медіакомпетентності вчителів та розвитку медіаграмотності учнів).

Водночас, не зважаючи на педагогічні можливості системи загальної середньої освіти, для впровадження медіаосвітніх технологій у навчально-виховний процес актуальною стає проблема недостатньої практичної реалізації цих можливостей.

З одного боку, це зумовлено збільшенням цифрового розриву між учителем і учнем, а з іншого – небажанням більшості педагогів досліджувати різноманітні теми за допомогою сучасних медіа та комунікаційних засобів, спільно з учнями працювати онлайн у навчальних, соціальних і наукових проектах.

На нашу думку, ця стаття може розширити погляд на медіаосвіту з точки зору можливості використання сучасних медіа як засобу, форми та предмету науково-дослідницької роботи учнів-членів Малої академії наук України, що не тільки сприяє розвитку медіаграмотності дітей, але й надає учителям додатковий інструментарій для ефективної взаємодії з молоддю в умовах цифрового суспільства.

Метою даної статті є розкриття особливостей науково-дослідницької роботи учнів у контексті впровадження медіаосвіти.

Для досягнення мети було поставлено наступні завдання:

- 1) розглянути можливості інтеграції елементів медіаосвіти в навчально-виховний процес закладів загальної середньої освіти (ЗЗСО);
- 2) виявити особливості науково-дослідницької роботи з точки зору медіаосвіти учнів;
- 3) на прикладі учнівських досліджень визначити роль науково-дослідницької роботи (секції «Журналістика» та «Педагогіка») у процесі впровадження медіаосвіти в ЗЗСО.

Головною метою медіаосвіти є виховання медіаграмотності учнів. Це «сукупність знань, навичок та умінь, що дозволяють споживачам аналізувати, критично оцінювати і створювати повідомлення різних жанрів і форм для різних типів медіа, а також розуміти й аналізувати складні процеси функціонування медіа в суспільстві» [6, с. 13].

В результаті медіаосвіти учні повинні:

- мати доступ до друкованих, візуальних та електронних медіа;
- володіти термінологією медіаосвіти;
- розуміти, що всі медіатексти містять «повідомлення» (messages);
- вміти «декодувати» й аналізувати (за допомогою так званого «критичного аналізу») медіатексти в історичному, соціальному та культурному контексті, розуміючи при цьому взаємозв'язки між аудиторією, медіатекстом і навколишньою дійсністю;
- на основі здобутих знань мати змогу створювати власні медіатексти різного характеру, обговорювати як свої медіапроекти, так і медіатексти, створені іншими людьми [6, с. 14].

За Л. Мастерманом [13], ефективність медіаосвіти можна оцінити за здатністю учнів застосовувати своє критичне мислення у життєвих ситуаціях. Медіаосвіта також сприяє зміні відносин між учнем і вчителем, створює підґрунтя для роздумів і діалогів. Тобто процес медіаосвіти – це швидше діалог, ніж дискусія. На думку науковця, медіаосвіта розвиває відкритіших і демократичніших педагогів.

О. Баранов розглядає три рівні взаємодії медіа з педагогікою [1, с. 221]:

- медіа як *засіб* придбання знань, розвитку вмінь та навичок.
- медіа як *предмет* у навчально-виховному процесі.
- медіа як *форма* організації змістовного дозвілля.

Спираючись на педагогічний досвід учителів Харківської гімназії №14 з упровадження медіаосвіти, можемо стверджувати, що ця діяльність забезпечується умовами навчально-виховного процесу: на уроках інформатики, літератури, історії тощо; в позакласній роботі (семінари-тренінги, медіашколи, публікації, гуртки «Юний журналіст» та «Медіакультура», виховні медіазаходи, предметні тижні, науково-дослідницька робота у сферах журналістики та педагогіки) [10, с. 99].

Розглянемо докладніше особливості саме науково-дослідницької роботи крізь призму медіаосвіти учнів. За Правилами проведення Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України конкурс проводиться «з метою духовного, творчого, інтелектуального розвитку учнівської молоді, виховання її в дусі патріотизму та демократичних цінностей, прищеплення навичок науково-пошукової роботи, створення умов для формування інтелектуального потенціалу нації» [8]. Основні завдання конкурсу полягають не тільки в залученні обдарованої молоді до науково-дослідницької та експериментальної роботи, але й спрямовані на формування активної життєвої позиції та уміння учнів відстоювати власну думку.

Звідси витікає, що в процесі спільної роботи над дослідженням науковий керівник (учитель) має змогу розвивати в учнів уміння шукати й аналізувати джерела, критично оцінювати та інтерпретувати інформацію, а також, ґрунтуючись на особисто проведених досліджах, результатах спостережень і пошукової роботи, розвивати здатність до формування власного ставлення до проблемних питань.

У таблиці 1 наведені приклади науково-дослідницьких робіт учнів, які безпосередньо пов'язані з упровадженням медіаосвіти в розглянутих ЗЗСО:

Таблиця 1

Навч. рік	ПІБ, клас, ЗЗСО	Тема	Секція	Етап/ Місце
2016-2017	Маковська Анжеліка, учениця 11 класу КЗ «ОСШ ІІ-ІІІ ступенів «Обдарованість» ХОР»	Розвиток медіаграмотності учнів у процесі створення та функціонування шкільної газети «D.A.R-media»	Педагогіка	Всеукраїнський/ ІІІ місце
2016-2017	Комар Маргарита, учениця 11 класу КЗ «ОСШ ІІ-ІІІ ступенів «Обдарованість» ХОР»	Реклама у формуванні особистої медіакультури підлітків	Журналістика	Обласний/ІІІ місце
2017-2018	Серомолот Дарина, учениця 11 класу ХГ №14	Роль фотографії у вихованні сімейних цінностей у молодших школярів	Педагогіка	Обласний/ІІ місце
2017-2018	Крапивна Ксенія, учениця 9 класу ХГ №14	Імідж телеведучого як чинник популярності розважальної програми на сучасному українському телебаченні	Журналістика	Обласний/ІІІ місце
2018-2019	Крапивна Ксенія, учениця 10 класу ХГ №14	Лайв-стрімінг як новий формат інтернет-журналістики	Журналістика	Обласний/ІІ місце

У науково-дослідницькій роботі Маковської Анжеліки «Розвиток медіаграмотності учнів у процесі створення та функціонування шкільної газети «D.A.R-media»» було розглянуто позакласну виховну роботу з елементами медіаосвіти, що покликана захистити дітей від потенційно шкідливих ефектів медіа, використовуючи засоби масової комунікації, формувати навички колективної діяльності та діалогового спілкування, сучасного світосприйняття, активної життєвої позиції.

За результатами педагогічного експерименту, в якому було задіяно 137 учнів 8-11 класів, учениця дійшла висновку, що:

- участь у роботі над створенням шкільної газети допомагає школярам розвивати власну медіаграмотність, здобувати практичні уміння та навички у вирішенні різноманітних життєвих завдань;
- розроблена модель розвитку медіаграмотності учнів на кожному етапі створення шкільного друкованого видання з урахуванням ключових аспектів і показників рівня медіаграмотності дійсно працює на практиці;
- аналіз рівня розвитку медіаграмотності учнів, їх психологічних особливостей сприймання медіаінформації показав, що створення та функціонування шкільної газети «D.A.R-media» стало доцільним підґрунтям для розвитку медіаграмотності учнів КЗ ОСШ «Обдарованість».

Сучасні рекламні технології – ефективне джерело впливу на аудиторію споживачів. Найбільш вразливими стають підлітки, що по-різному реагують на рекламу, яка здатна мотивувати купівлю певних товарів, зміну поглядів, переживання певних емоцій тощо.

Телебачення як потужний комплексний засіб маніпулювання застосовує повтор інформації. Фахівці підрахували, що через 30 хвилин після перегляду аудиторія запам'ятовує тільки 60% змісту побаченого, наприкінці дня – 40%, а через тиждень – 10% [4]. Повтор рекламного повідомлення здійснює переконливіший вплив, а слоган легко запам'ятовується, тому що базується на грі слів чи має віршовану форму.

Саме тому обрана Комар Маргаритою тема дослідження реклами як засобу формування медіакультури сучасних підлітків піднімає вкрай актуальну проблему сфери медіаосвіти.

На основі аналізу наукових джерел ученицею було уточнено сутність базових понять досліджуваної теми «реклама», «маніпуляція», «медіакультура», виявлено специфіку створення реклами. Було визначено, що в залежності від вікових особливостей сприйняття навколишнього світу людиною, рівня її загальної культури та життєвих потреб, рекламодавці обирають той чи інший прийом маніпуляції:

- тиснути на бажання людини;
- створювати проблему та пропонувати її розв'язок;
- залякувати покупця;
- звертатися до авторитетів або відомих людей;
- створювати ілюзію дозволеності;
- використовувати велику кількість порівняльної лексики, нових слів, або слова «тільки»;
- застосовувати гумор та іронію.

Ученицею було теоретично обґрунтовано доцільність використання реклами у формуванні особистої медіакультури підлітків з метою протидії маніпуляціям свідомості. Адже підлітки зі сформованою на високому рівні медіакультурою можуть розуміти, до яких прийомів подачі інформації вдаються рекламодавці, щоб привернути увагу до рекламованого товару та вплинути на свідомість споживача. Обізнані учні вміють критично оцінювати й аналізувати інформацію, отриману зі ЗМІ, використовувати рекламу для творчої діяльності, а також ефективно протистояти маніпулятивному впливу рекламних медіатекстів.

Дослідницею було визначено на кожному етапі опрацювання рекламних медіатекстів, як саме формується медіакультура підлітків, з урахуванням споживчих потреб та психологічних особливостей їх розвитку. Результати анкетування та моніторингового дослідження (147 учасників) показали, що завдяки використанню методів та прийомів критичного аналізу рекламних медіатекстів підвищився рівень сформованості особистої медіакультури учнів спеціалізованої школи-інтернату II-III ступенів «Обдарованість».

Наступна науково-дослідницька робота Серомолот Дарини пов'язана з визначенням ролі фотографії у вихованні сімейних цінностей у молодших школярів. Конкретність і наочність фотографій робить їх матеріальним втіленням почуттів і бажань людини, а також засобом збереження і передачі досвіду наступним поколінням.

Ми цілком погоджуємося з Н. Череповською, що фотографія як певна візуальна медіасистема здатна об'єктивно відтворювати фізичні явища, об'єкти та суб'єктивно надавати їм певного смислового наповнення, породжуючи особливу комунікацію між фотографією та глядачем [12].

У сім'ях, де збереглися сімейні архіви, можна знайти старі листи, світлини та листівки. Проте, ці свідчення сімейної історії сьогодні йдуть в минуле. Передумовами для такої зміни ролі сімейної фотографії в житті родини, на наш погляд, стали такі факто-

ри: з одного боку, традиції створення сімейного альбому в нашій країні історично не встигли розвинути, тому в кожній родині існує свій погляд на сімейний фотоальбом, а з іншого боку, розвиток сучасних цифрових технологій назавжди змінив уявлення про традицію фотографування, адже сьогодні кожен може зробити фотографію в будь-якому місці в будь-який час на свій мобільний пристрій, та зберегти її в електронному вигляді, не бажаючи при цьому витратити кошти і час на друк та оформлення фотоархіву. Проте, саме надруковані й красиво оформлені фотографії можуть перенести нас у минуле, допомогти дізнатися, якими в молодості були бабусі й дідусі та зберегти сімейні традиції.

Ученицею було розглянуто феномен фотографії, розроблено модель виховання сімейних цінностей у молодших школярів за допомогою фотографії, що базується на педагогіці партнерства, в основу якої покладено тісну співпрацю вчителів, учнів та їхніх батьків.

Безперечною перевагою фотографії, як засобу медіаосвіти та виховання, визначено те, що в багатьох випадках вона стимулює дитину до розповіді про свої почуття і опису ситуацій минулого і сьогодення. Фотознімки забезпечують наочність біографічного матеріалу, конкретизують обставини життя і стосунки дитини з оточуючими.

Для перевірки впливу фотографії на виховання сімейних цінностей молодших школярів у 4-их класах Харківської гімназії №14 було проведено тематичні заходи та анкетування. В експерименті взяли участь 48 учнів і 112 їх близьких родичів. За результатами дослідження молодші школярі та їх батьки вважають, що фотографія дає можливість зберігати і передавати сімейні традиції та може стати ефективним виховним засобом.

На нашу думку, з одного боку, за допомогою фотографії можна виховати такі сімейні цінності, як повага до старших, можливість зберігати і передавати сімейні традиції, любов до рідних витоків, а також сприяти довірливим відносинам у родинному колі. З іншого боку, через залучення сім'ї до партнерської співпраці з учителем, створення фотолітопису життя дитячого колективу, можна поліпшити спілкування між усіма учасниками навчально-виховного процесу та виховати ціннісне ставлення молодших школярів не тільки до своїх близьких, а й до інших людей.

Крапивна Ксенія у своїй першій науково-дослідницькій роботі визначила роль іміджу телеведучого як чинника популярності розважальних програм українського телебачення та його вплив на глядацьку аудиторію. Це є дуже актуальною проблемою, оскільки для аудиторії юних глядачів імідж телеведучого привертає до себе увагу та жваво обговорюється, стаючи прикладом для наслідування.

На основі аналізу іміджів ведучих на всеукраїнському та регіональному телебаченні, проведеного ученицею, можемо стверджувати, що питання іміджу телеведучих, їх індивідуальна манера ведення телепрограми – багатогранні.

Розважальне мовлення в основному зорієнтовано на молодіжну аудиторію, яка на сьогодні в Україні визначається показником від 14 до 35 років. Сприймання телевізійних програм охоплює пізнавальний, почуттєвий та поведінковий компоненти. До початкового стану сприймання належить зацікавленість телепередачею, переживання, естетичні почуття. Подальше сприймання телепередач призводить до роздумів, оцінок побаченого, спонукає до певних дій [2].

З метою виявлення впливу особистостей українських телеведучих на уподобання підліткової аудиторії, було проведено анкетування, в якому взяли участь 88 учнів віком від 14 до 16 років. У результаті дослідження було зроблено наступні висновки:

по-перше, завдяки своєму професіоналізму та гармонійному іміджеві ведучі в розважальних жанрах на загальноукраїнському та регіональному ТБ є частиною комунікативного процесу та можуть «заякорити» певний стан глядачів, викликаючи стійке бажання аудиторії дивитися відповідну розважальну програму;

по-друге, глядацькі уподобання підліткової аудиторії щодо іміджу українських телеведучих розважальних програм підтверджують, що вміння телеведучого акумулювати набуті знання та професійні навички зі своїм талантом самовираження безпосередньо привертає увагу масової глядацької аудиторії, та, за певної іміджевої стратегії, може впливати на успішність телепрограми.

В іншій науково-дослідницькій роботі «Лайв-стрімінг як новий формат інтернет-журналістики» Крапивною Ксенією не тільки проведено глибокий критичний аналіз популярних стрімів українських журналістів на предмет виявлення функціональних особливостей нового формату інтернет-журналістики, але й перевірено авторів стрімів на дотримання етичного кодексу журналістів. Це показало, що не всі журналісти-стрімери дотримуються норм професійних стандартів.

На прикладі реалізації власного стрім-проекту «Екстрене засідання юних журналістів» учениці вдалося підтвердити гіпотезу, що характерні особливості та функції стрімів забезпечують ефективність застосування цього формату трансляції подій для шкільної аудиторії.

Дослідниця дійшла висновку, що лайв-стрімінг може задовольнити потреби споживачької аудиторії інтернет-ЗМІ бути співучасником подій, мати можливість обмінюватися враженнями, висловлювати думки, мати доступ до інформації без цензури та авторської редакції контенту, таким чином забезпечувати достовірність інформації. Проте, технологічний розвиток у сфері інтернет-ЗМІ, взаємопроникнення жанрів та видів подачі інформації, як показало дослідження феномену лайв-стрімінгу, в подальшому необхідно звернути увагу на недостатній рівень фахової підготовки кваліфікованих спеціалістів для нових конвергентних медіа.

Таким чином, у процесі науково-дослідницької роботи як в сфері журналістики, так і в педагогіці, учні можуть:

- 1) отримати доступ до різноманітних медіа з метою пошуку достовірних інформаційних джерел;
- 2) осмислити такі поняття як «медіаосвіта», «медіаграмотність», «медіакультура» тощо;
- 3) навчитися критично аналізувати медіатексти, розуміти особливості функціонування медіаіндустрії та визначати зв'язки між споживачем, медіаповідомленням та його автором;
- 4) мати змогу створювати власні продукти будь-яких видів та жанрів медіа.

Отже, у процесі впровадження медіаосвіти в ЗЗСО сучасні медіа можуть виступати як засіб, форма чи предмет науково-дослідницької роботи учнів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баранов О. А. Медиаобразование в школе и вузе / О.А. Баранов. – Тверь: Изд-во Тверского гос. ун-та, 2002. – 87 с.
2. Білоус О. Сприймання телевізійних передач дітьми, підлітками, юнацтвом [Текст] // Теле- та радіожурналістика. – 2013. – Вип. 12. – С. 274-283.
3. Гуменюк Л. Практична медіаграмотність: Посібник для бібліотекарів [Електронний ресурс] / Л. Гуменюк, В. Потапова. – ЦВП, АУП, 2015. – Режим доступу: <http://aup.com.ua/books/mbm>.
4. Карпчук Н.П. Маніпулятивні технології в рекламі / Н.П. Карпчук // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – Вип. 11. – 2009. – С. 118-121.
5. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція): [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/.
6. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: Посібник для вчителя / за ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза. – К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. – 201 с.
7. Найдьонова Л.А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: Підручник / Л.А. Найдьонова; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Вид. друге, стер. – Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2015. – 244 с.
8. Наказ МОН України від 24.03.2014 № 259 «Про затвердження Правил проведення Всеукраїнського конкурсу-захисту науково-дослідницьких робіт учнів-членів Малої академії наук України» [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0407-14#n13>.
9. Практична медіаосвіта: авторські уроки. Збірка / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – К.: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. – 447 с.
10. Рибіна Ю.О. Особливості створення медіапростору в навчально-виховному процесі загальноосвітнього навчального закладу / Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Практична медіаосвіта: інноваційні стратегії розвитку». – Дніпропетровськ: Інновація, 2016. – С. 99-102.
11. Федоров А.В. Анализ аудиовизуальных медиатекстов / А. В Федоров. – М.: МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2012. – 182 с.
12. Череповська Н.І. Візуальна медіакультура учнів ЗОШ / Н.І. Череповська. – К.: Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2010. – 155 с.
13. Masterman L. TeachingtheMedia. – London: ComediaPress, 1985. – 341 p.

НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА УЧАЩИХСЯ В КОНТЕКСТЕ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ

В контексте медиаобразования подрастающего поколения в статье рассмотрены возможности использования современных медиа в качестве средства, формы и предмета научно-исследовательской работы учеников-членов Малой академии наук Украины. Представлены некоторые результаты исследования автора в этом направлении.

Ключевые слова: *медиаобразование, медиаграмотность, научно-исследовательская работа, Малая академия наук Украины.*

THE RESEARCH WORK OF PUPILS IN TERMS OF MEDIA EDUCATION

In this study, the possibilities of usage of the modern approaches as manner, form and object of the research work of pupils-members of Small Academy of Science of Ukraine is considered in terms of media education of a growing generation. Some results of the research of the author in terms of the above mentioned direction are presented.

Keywords: *Media Education, Media Literacy, Research Work, Small Academy of Science of Ukraine.*

*Тетяна Челомбітько,
учитель зарубіжної літератури та німецької
мови, Харківської гімназії №14*

МЕДІАОСВІТНЯ ФУНКЦІЯ НАРИСУ У ВИХОВАННІ ПАТРІОТИЗМУ УЧНІВ НА УРОКАХ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

У статті розглядається роль нарису як одного з медіажанрів у вихованні патріотизму учнів. Автор підтримує думку про важливість подальшого впровадження медіаосвіти у навчально-виховний процес закладів загальної середньої освіти.

Ключові слова: *патріотизм, патріотичне виховання, медіаосвіта, медіазасоби, медіатекст, нарис.*

Патріотизм в українському суспільстві становить не тільки соціальну або педагогічну проблему: патріотизм як цивілізаційний, історичний, соціокультурний, психологічний феномен є не достатньо теоретично осмисленим і дослідженим у науковому розумінні, а переважна більшість сучасних напрацювань присвячена вихованню патріотизму молоді у форматі застарілих педагогічних способів викладання [1, 6].

Одним із сучасних засобів виховання патріотизму є медіаосвіта. Актуальності набуває вміння учнів працювати на уроках іноземної мови з медіазасобами, опрацьовувати теоретичний матеріал, який представлено на різних носіях, у різних системах кодування [9]. У краєзнавчій роботі на уроках іноземної мови набуває важливості вміння учнів осмислено здобувати теоретичну інформацію за допомогою навчальних традиційних та віртуальних інформаційних фондів. Необхідно, щоб учні навчалися створювати власні медіатексти, зокрема нариси.

З огляду на вище означене, метою даної статті є визначення медіаосвітньої функції нарису саме у вихованні патріотизму учнів середньої школи.

Для досягнення мети було сформульовано наступні завдання:

- 1) виявити особливості нарису як жанру;
- 2) встановити його медіаосвітню функцію;
- 3) визначити роль нарису у вихованні патріотизму на прикладі виконання творчих проєктів.

Н. Череповська стверджує, що збереження своєї національної ідентичності є проявом свідомого патріотизму особистості. «Патріот здатен інстинктивно відчувати ви-

кривлену інформацію, спрямовану проти його Батьківщини, й вже тому не піддаватися її впливу. Зрозуміло, що такий спротив буде значно ефективнішим, якщо патріотичні переконання людини будуть ґрунтуватися не лише на моральних почуттях, але й на здатності до критичного осмислення інформації, усвідомлених, раціональних діях» [5, с.60], чому сприяє саме інтегрування елементів медіаосвіти у навчально-виховний процес.

Система «патріотизм і людство» є «життєздатною настільки, наскільки її компоненти здатні підтримувати внутрішній взаємозв'язок між собою. Людство – це гігантська мегасистема, компонентами якої є нації, суспільства, держави, що перебувають у постійній взаємодії, взаємозбагаченні, взаємообміні» [6, с.28].

Більшість учнів має бажання поринати у творчий процес пошуку знань, якщо ця робота організована і допомагає їх самореалізації та громадянсько-патріотичному зросту, оскільки саме в ній виявляються власні, а відтак завжди оригінальні особливості. На нашу думку, у створенні нарису німецькою мовою про рідну землю учень, здійснюючи акт творчості, відкриває можливість виявити себе громадянином і патріотом [4].

На думку І. Михайлина та Л. Логвіненко, нарис дозволяє розкрити образ цікавої людини, дати портрет колективу, розповісти про побут, характери. У нарисі реальні життєві явища досліджуються через людські долі та якості з метою впливу на соціальну практику формування особистості, її орієнтації у системі соціально-політичних та духовних цінностей, патріотизму [2, 3].

Нарис, на нашу думку, найбільш наближений до художніх текстів, які учні середньої школи повинні вміти писати: есе, роздуми тощо. Опрацьовуючи «Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики» [8], ми змогли взяти багато корисного для подальшого втілення медіаосвіти на практиці, інтегруючи її в уроки німецької мови як другої іноземної. Автори посібника наблизили складний процес створення медійних текстів до розуміння початківцями найважливіших вимог написання нарисів.

Нашими учнями було проаналізовано та узагальнено основні критерії, які дозволяють правильно добирати слова, конструювати речення, не зловживати зворотами, не створювати культ синонімів та пам'ятати про художню образність нарису. Учні розробили рейтинг корисних порад посібника, який виглядає наступним чином:

- 1) короткі слова майже завжди зрозуміліші й колоритніші, потужніші, аніж довгі;
- 2) шукати словесні повітряні кулі і протикати їх;
- 3) найживіша, найпотужніша форма повідомлення – головне речення;
- 4) те, що в реченні пов'язане між собою, не можна розривати більш ніж шістьма словами;
- 5) шукати конкретні й ненадумані синоніми до основних іменників – справа безнадійна;
- 6) називати прямо якомога більше подробиць;
- 7) заборонити собі вживання загальних термінів;
- 8) відображати лише почуттєві враження і факти, а висновки давати робити читачам.

Ці поради допомогли учням спочатку критично розглянути запропоновані нариси з різних видань, а також ті, що створили їхні однолітки. А вже потім необхідно було самостійно розробити власні нариси. Кожен учень мав створити цікавий, живо написаний текст, який би супроводжувався презентацією. Було наголошено, що нарис, подібно до новин, спирається тільки на факти і не містить суб'єктивних зауважень.

Роботу було проведено у декілька етапів.

Етап 1. Між учнями шляхом жеребкування було розподілено області України, в кожному з яких наші юнкори здійснили віртуальну подорож. Вони зібрали багатий матеріал з історії та сьогодення областей нашої Батьківщини.

Етап 2. Журналісти зробили відбір найцікавішої інформації, орієнтуючись на отримане завдання: одна з пам'яток історії або культури, яка найбільше характеризує досліджений регіон.

Етап 3. Користуючись корисними порадами «Нового посібника з журналістики та онлайн-журналістики» [8], учні писали власний нарис. Було критично оцінено кожне слово і речення, добиралось лише необхідне. Увага концентрувалась на головному.

Етап 4 був найнасиченішим: створювалися презентації та відео, добиралися фотоматеріали, підшукувався музичний супровід тощо.

Етап 5 (підсумковий) мав вирішальне значення як для творчих об'єднань, так і для індивідуальних проєктів. Аудиторія виступала у ролі глядача, критика та рецензента.

На руках в учнів були критерії оцінювання, які напередодні діти розробили колективно. Окремо виносились зауваження щодо грамотності речень, наявних на слайдах, та за техніку читання текстів, адже це була німецька. Рівний оцінювався рівним, що спонукало кожного учасника цього процесу до відповідальності.

Спостерігаючи за процесом підготовки, що тривав два тижні, ми бачили хвилювання за кінцевий результат, командну роботу, взаємодопомогу та натхнення під час виконання творчих завдань. Найголовніше, що учнів переповнювала гордість і радість, коли однолітки давали високу оцінку їх нарисам.

Учням було запропоновано відповісти на традиційні питання:

- 1) чого ви очікуєте від роботи над вашим проєктом? (перед етапом 1)
- 2) чи справдилися ваші очікування від створення нарису? (після етапу 5)

Більшість учнів, відповідаючи на перше питання, висловили побоювання, що ця робота не викличе великої зацікавленості аудиторії, оскільки всі і так знайомі з історією та культурою різних областей України. Учні розраховували тільки на бонусний бал з німецької, оскільки текст треба було писати саме цією мовою.

Проте, відповідаючи на друге питання, всі учні підкреслили, що марними виявилися їхні побоювання на початку роботи над нарисом. Кожен із них відкрив для себе свою Україну, яка здивувала невідомими фактами з історії та збагатила знаннями про рідний край, що раніше здавалося не завжди цікавим. Дехто вирішив по гарячих слідах відвідати місцеві пам'ятки культури.

Таким чином, можна зробити висновок, що провідною функцією створення власних медіатекстів, зокрема нарисів, є допомога у становленні учня-патріота, а це, в свою чергу, є метою навчально-виховного процесу в школі загалом.

Отже, ми впевнилися, що медіа не відволікають від основних завдань освіти, а можуть бути засобом її здобуття. «Вони сповідують ефективну та актуальну педагогіку тоді, коли навіть провідним школам складно не відставати від учнів, які продовжують з'являтися в них на порозі з медіановинками, що створюють нові виклики та можливості» [7, с. 286].

Освіта з медіаграмотності спонукає учнів і вчителів до високих стандартів, розкриваючи їхню творчість та сильні сторони. Це підтверджується практикою щоденної роботи з впровадження медіаосвіти в навчальний процес школи. Так наші учні виступили з ініціативою створити нариси про міста Німеччини та інших німецькомовних країн. Було запропоновано також розширити жанрове поле до відеозвітів німецькою про власні подорожі в інші країни, не обмежуючись означеним вище форматом.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Концепція національно-патріотичного виховання дітей та молоді / Режим доступу: <http://pnpu.edu.ua/ua/files/vr/knpvdm16062015.doc>
2. Логвиненко Л. А. Художньо-публіцистичні жанри / Л. А. Логвиненко // Методичні матеріали для студентів заочного та дистанційного навчання зі спеціальності «Журналістика». – Х., 2002. – 23 с.
3. Михайлин І. Загальна жанрологія і журналістика. Режим доступу: http://pidruchniki.ws/19240701/zhurnalistika/zagalna_zhanrologiya_zhurnalistika
4. Челомбітько Т. Л. Медіаосвіта як інноваційний засіб виховання громадянина і патріота / Т.Л. Челомбітько / Матеріали IV Міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ, 2016. – С. 231-236.
5. Череповська Н. Медіаосвітні засоби у вихованні патріотизму молоді в інформаційну добу / Збірник статей Третьої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ. – 16-17 квітня, 2015. – С. 59-67.
6. Череповська Н. Медіаосвітні ресурси розвитку патріотизму і критичного мислення молоді: Навчально-методичний посібник / НАПУ; Інститут соціальної та політичної психології. – Київ, 2016. – 145 с.
7. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: Підручник для вчителя / С. Шейбе, Ф. Рогоу / Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К.: Центр вільної преси, АУП, 2014. – 319 с.
8. Шнайдер В. Новий посібник з журналістики та онлайн-журналістики / В. Шнайдер, П.-Й. Рауе / Перекл. з нім. В. Климченко; за загал. ред. В. Іванова. – К.: Центр Вільної Преси, АУП, 2014. – 358 с.
9. Ячменик М. Медіаосвіта майбутніх учителів рідної мови: досвід Німеччини й України // Порівняльна професійна педагогіка. – Вип. 4 (2). – 2014. – С. 216-221.

МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ФУНКЦИЯ ОЧЕРКА В ВОСПИТАНИИ ПАТРИОТИЗМА УЧАЩИХСЯ НА УРОКАХ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

В статье рассматривается роль очерка как одного из медиажанров в воспитании патриотизма учащихся. Автор поддерживает мысль о важности дальнейшего внедрения медиаобразования в учебно-воспитательный процесс общеобразовательных школ.

Ключевые слова: *патриотизм, патриотическое воспитание, медиаобразование, медиасредства, медиатекст, очерк.*

THE MEDIA EDUCATION FUNCTION OF ESSAY IN TAKING SCHOOL-CHILDREN INTO FOSTER CARE OF THE PATRIOTISM IN GERMAN CLASSES

In this study, the role of essay as some kind of media genre to be taken school-children into foster of the patriotism, is considered. The author adheres to the opinion that of incredible importance of a further implementation of media education in the educational process of secondary schools.

Key words: *patriotism, patriotic education, mediaeducation, media, mediatext, essay.*

Ірина Шепенюк

*Інститут післядипломної педагогічної освіти
Чернівецької області, старший викладач кафе-
дри методики викладання природничо-матема-
тичних дисциплін;*

*Чернівецький філософсько-правовий ліцей №2
Чернівецької міської ради, учитель хімії та ос-
нов здоров`я*

МЕДІАОСВІТА ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ОСВІТНЬОЇ ГАЛУЗІ «ПРИРОДОЗНАВСТВО»

Анотація. У статті обґрунтовано актуальність медіаосвіти у освітньому процесі Нової української школи. Розглянуто питання інтеграції медіаосвіти у освітню галузь «Природознавство» та можливі шляхи використання медіаосвітніх технологій у процесі вивчення природничих дисциплін.

Ключові слова: *медіаосвіта, Нова українська школа, ключові компетентності, освітня галузь «Природознавство», критичне мислення.*

Сьогодні у Новій Українській школі йде пошук шляхів забезпечення якості і конкурентоспроможності шкільної освіти. Це можливо лише за умови, що освітній процес буде йти в ногу з часом (або, навіть, випереджати його), враховуючи усі зміни та новації у сучасному суспільстві.

Сучасний світ по праву називають світом масових комунікацій, сучасне суспільство – інформаційним, а підрастаюче покоління – медійним, екранним, поколінням, яке народилось із гаджетом у руці тощо. Саме тому перед сучасною освітою постає завдання навчити здобувачів освіти розуміти медіаінформацію, усвідомлювати механізми і наслідки її впливу на глядачів, слухачів та читачів. Зокрема, у Концепції Нової української школи однією із 10 ключових компетентностей визначено інформаційно-цифрову компетентність, що передбачає впевнене, а водночас критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією на роботі, в публічному просторі та приватному спілкуванні. Інформаційна й медіаграмотність, основи програмування, алгоритмічне мислення, робота з базами даних, навички безпеки в інтернеті та кібербезпеці. Розуміння етики роботи з інформацією (авторське право, інтелектуальна власність тощо) [2, с.17].

Медіаосвіта у ХХІ столітті є невід'ємною складовою освітнього процесу. Один із найавторитетніших медіа педагогів Л.Мастерман (L. Masterman) обґрунтував сім причин пріоритетності й актуальності медіаосвіти у сучасному світі:

1. Високий рівень споживання медіа і насиченості сучасного суспільства засобами масової інформації.
2. Ідеологічна важливість медіа, їх вплив, як галузі промисловості, на свідомість аудиторії.
3. Швидкий ріст кількості медійної інформації, посилення механізмів управління нею та її розповсюдження.
4. Інтенсивність проникнення медіа в основні демократичні процеси.
5. Підвищення значимості візуальної комунікації й інформації в усіх галузях.
6. Необхідність навчання школярів/студентів з орієнтацією на відповідність майбутнім вимогам.
7. Наростаючі національні та міжнародні процеси приватизації інформації[5].

Сучасні медіа можуть служити хорошим засобом розширення знань, накопичення цінностей, розвитку критичного мислення, формування необхідних умінь та навичок. Деякі вчені, зокрема Л.І.Іванова, Л.С.Зазнобіна, Г.В.Онкович, А.В.Федоров та ін., розглядають сучасні медіа як «паралельну школу», вплив якої на учнів помітно зростає, в той час як авторитет класичної школи, навпаки, падає. Це зумовлено кількома причинами. По-перше, сучасні ЗМІ намагаються перебрати на себе навчальні, просвітницькі функції, орієнтуючись при цьому на смаки споживача. Інформація, що поширюється у сучасних медіа, професійно готується фахівцями у цій галузі. Ця інформація – продукт, так званої, індустрії свідомості – дуже потужної галузі виробництва, спрямованої на маніпулювання свідомості споживача з певними цілями. По-друге, час, що проводить школяр перед екраном за своєю тривалістю вже наближується чи, навіть, перевищує час, проведений у закладі освіти. Тому необхідно обирати таку стратегію, щоб прірва між медіа- і освітнім простором не збільшувалася, а долалася[4].

На думку Л.І.Іванової медіаосвіта сьогодні повинна проходити наскрізною лінією у системі неперервної освіти – від закладів дошкільної освіти і до ВУЗівської і післядипломної освіти[3].

Світовий досвід пропонує нам два шляхи упровадження медіаосвіти у освітній процес:

- як окремої навчальної дисципліни, факультативу, спецкурсу тощо;
- як інтегрованого курсу у поєднанні з іншими шкільними предметами.

Щодо першого варіанту, безперечно, він є досить ефективним, розроблені відповідні програми, що успішно впроваджуються у закладах освіти. Проте, відповідно до вимог щодо організації освітнього процесу введення у навчальний план нового предмету, факультативу чи спецкурсу далеко не завжди є можливим і доцільним (зокрема, з позиції перевантаження учнів), тому вважаємо за доцільним шлях інтеграції медіаосвіти із традиційними навчальними дисциплінами.

Зупинимось детальніше на інтеграції медіаосвіти з навчальними дисциплінами природничого циклу, адже, на нашу думку, цей напрям є досить актуальним і недостатньо реалізованим в українській системі середньої освіти.

Державним стандартом базової і повної середньої освіти визначено 7 освітніх галузей, що визначають зміст середньої освіти у базовій та старшій школі, серед яких освітня галузь «Природознавство». Основною метою освітньої галузі є розвиток учнів за допомогою засобів навчальних предметів, що складають природознавство як наукову

галузь, формування наукового світогляду і критичного мислення учнів завдяки засвоєнню ними основних понять і законів природничих наук та методів наукового пізнання, вироблення умінь застосовувати набуті знання і приймати виважені рішення у природокористуванні [1].

Окрім цього, звернемося до Концепції Нової української школи, де серед 10 ключових компетентностей – основні компетентності у природничих науках і технологіях, що передбачають наукове розуміння природи і сучасних технологій, а також здатність застосовувати його в практичній діяльності; уміння застосовувати науковий метод, спостерігати, аналізувати, формулювати гіпотези, збирати дані, проводити експерименти, аналізувати результати, а також – екологічна грамотність і здорове життя, що визначається як уміння розумно та раціонально користуватися природними ресурсами в рамках сталого розвитку, усвідомлення ролі навколишнього середовища для життя і здоров'я людини, здатність і бажання дотримуватися здорового способу життя [2, с.17-18].

Таким чином, компетентнісний підхід у освітній галузі «Природознавство» змінює мету шкільної природничої освіти і освіти в цілому:

- 1) Навчити вчитися, тобто навчитися вирішувати проблеми у сфері навчальної діяльності, зокрема: визначати цілі пізнавальної діяльності, обирати необхідні джерела інформації, знаходити оптимальні способи досягнути поставленої мети, оцінювати одержані результати, організувати власну діяльність, співпрацювати з іншими учасниками освітнього процесу.
- 2) Навчити пояснювати природні явища, їх сутність, причини, взаємозв'язок, використовуючи відповідний науковий апарат, тобто вирішувати пізнавальні проблеми.
- 3) Навчити орієнтуватися у ключових проблемах сучасності, тобто вирішувати аналітичні проблеми.
- 4) Навчити орієнтуватися у світі духовних цінностей, що відображають різні культури та світогляди, тобто вирішувати аксіологічні проблеми.
- 5) Навчити вирішувати проблеми, пов'язані із реалізацією певних соціальних ролей (громадянина, виборця, споживача, організатора тощо).
- 6) Навчити вирішувати проблеми, спільні для різних видів професійної та іншої діяльності (комунікативні, пошуку і аналізу інформації, прийняття рішень, організації спільної діяльності тощо).
- 7) Навчити вирішувати проблеми професійного вибору.

На нашу думку, реалізація поставленої мети і формування та розвиток зазначених компетентностей можливі лише за умови інтеграції медіаосвіти у освітній процес, адже мету медіаосвіти у загальному вигляді можна визначити наступним чином:

- навчання сприйняттю і переробці інформації, що передається ЗМІ;
- розвиток критичного мислення, уміння розуміти прихований зміст того чи іншого повідомлення, протистояти маніпулюванню свідомістю особистості з боку ЗМІ;
- включення позашкільної інформації у контекст загальної базової освіти, у систему формування ключових та предметних компетентностей;
- формування умінь знаходити, готувати, передавати і приймати необхідну інформацію.

Основний зміст медіаосвіти як предметної галузі знань і діяльності людини складають інтелектуальні і процесуальні уміння інформаційної взаємодії. Особливістю цього змісту, інтегрованого у навчальні дисципліни природничого (чи будь-якого іншого)

циклу, є те, що фактологічна основа того чи іншого навчального предмета одночасно є фактологічною основою медіаосвіти.

Об'єкти медіаосвіти, інтегрованої у навчальні дисципліни, це:

- навчальна інформація (незалежно від джерела і носія);
- інформація, що передається по різних комунікативним каналам, доступним здобувачам освіти;
- технічні засоби створення, перетворення, накопичення, передачі та використання інформації.

Як результат інтеграції медіаосвіти з навчальними дисциплінами природничого циклу, здобувачі освіти:

- розуміють завдання у різних формулюваннях і контекстах;
- знаходять потрібну інформацію у різних джерелах;
- систематизують запропоновану чи самостійно підібрану інформацію за визначеними критеріями;
- тривалий час (чверть, півріччя...) збирають і систематизують тематичну інформацію;
- взаємоперетворюють візуальну інформацію у вербальну знакову систему і навпаки;
- трансформують інформацію, видозмінюють її обсяг, форму, знакову систему, носій тощо, враховуючи мету комунікативної взаємодії і особливості аудиторії, для якої вона призначена;
- розуміють мету комунікації, спрямованість інформаційного потоку;
- аргументують власне висловлювання;
- знаходять помилки у отриманій інформації і надають пропозиції щодо їх виправлення;
- сприймають альтернативні точки зору і висловлювати обґрунтовані аргументи «за» і «проти» кожної із них;
- складають рецензії та анонси інформаційних повідомлень;
- встановлюють асоціативні та практично доцільні зв'язки між інформаційними повідомленнями;
- виокремлюють головне у інформаційному повідомленні, відділяють головне від другорядного;
- складають план інформаційного повідомлення, пропонують адекватну форму його викладення;
- отримують із запропонованої інформації дані і представляють її у вигляді таблиці чи іншій формі;
- мають уявлення про інструментарій підготовки, передачі і отримання інформації і першопочаткові уміння роботи з цим інструментарієм.

Як досягти такого результату? Розглянемо деякі навчальні ситуації.

У пояснювальній записці до навчальної дисципліни хімія йдеться про величезний потенціал навчання і розвитку цього предмету. Проте сучасний медіапростір заповнила інформація, що викликає хемофобію. Зокрема, ще з 1989 року відомий науковий жарт про дигідрогену монооксид, що розповсюдили у Каліфорнійському університеті. Зазначену інформацію можна використати під час вивчення теми «Вода» у 7-му класі і теми «Розчини» у 9-му класі з метою критичного аналізу. Ще одне джерело критичного осмислення інформації – тексти художніх творів або їх екранізація. Так, вивчаючи тему «Неметали» у 11-му класі можна запропонувати учням перечитати уривки твору А.

КонанДойля «Собака Баскервілей» або переглянути фрагменти фільму, щоб з'ясувати, яких хімічних помилок припустився автор. Для того, щоб учні вчилися взаємоперетворювати інформацію, доцільно пропонувати їм створювати ментальні карти, схеми, малюки, розшифровувати закодовану інформацію. Наприклад, вивчаючи тему «Типи хімічних реакцій» (7-8-ий класи), учні отримують завдання намалювати, як вони уявляють реакції сполучення, розкладу, заміщення, обміну. Або, як варіант, ці ж реакції (у 9-му класі можна ще додати інші відомі типи, наприклад, екзотермічні й ендотермічні) можна програти у вигляді відомої гри «Крокодил», за умовами якої можна використовувати лише мову міміки та жестів (цю ж гру можна використовувати для закріплення нових термінів). Ще один ефективний прийом трансформації інформації – складання сенканів – коли у 5 рядочків потрібно вкласти зміст поняття, терміну, теми. І таких прикладів можна навести ще дуже багато, адже природничі наукимають невичерпний потенціал для реалізації завдань медіаосвіти.

Використання медіаосвітніх технологій у процесі вивчення природничих дисциплін сприяє формуванню та розвитку ключових та предметних компетентностей, оптимізації самоосвіти і саморозвитку здобувачів освіти. Учні опановують інтелектуальні знання, уміння аналізу, синтезу, зіставлення інформації, уміння робити об'єктивні висновки й ефективно використовувати результати аналізу інформації з медіа (преси, радіо, кіно, телебачення, Інтернету) у власній навчальній діяльності. У подальшому пошуку і впровадженні адекватних медіаосвітніх технологій при викладанні природничих дисциплін зокрема, що відповідають інноваційним освітнім тенденціям, рівню розвитку інформаційного суспільства ми вбачаємо перспективи наукового дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про затвердження Державного стандарту базової і повної загальної середньої освіти [Електронний ресурс]. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1392-2011-%D0%BF>.
2. Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої освіти. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://nus.org.ua/wp-content/uploads/2017/07/konczepczyia.pdf>.
3. Иванова Л. А. Медиа-образование как педагогический феномен / Л. А. Иванова // Сибирский педагогический журнал. 2005. № 1. С. 70–79.
4. Иванова Л. А. Проблема систематизации научной терминологии педагогики (на примере медиаобразовательных систем) / Л. А. Иванова, И. В. Григорьев // Мир науки, культуры, образования. – 2009. – № 2. – С. 14.
5. Masterman, L. (1985). Teaching the Media. London: Comedia Publishing Group, 341 p.

***Аннотация.** В статье обоснована актуальность медиаобразования в образовательном процессе Новой украинской школы. Рассмотрены вопросы интеграции медиаобразования в образовательную область «Естествознание» и возможные пути использования медиаобразовательных технологий в процес се изучения естественных дисциплин.*

***Ключевые слова:** медиаобразование, Новая украинская школа, ключевые компетентности, образовательная область «Естествознание», критическое мышление.*

***Abstract.** The article substantiates the relevance of media education in the educational process of the New Ukrainian School. The issues of integration of media education in the educational branch «Natural science» and possible ways of using media education technologies in the process of studying natural sciences are considered.*

***Key words:** media education, New Ukrainian school, key competences, educational branch «Natural science», critical thinking.*

НАСКРІЗНА МЕДІАОСВІТА В ОСВІТНЬОМУ ЗАКЛАДІ

Безкоровайна Галина

директор Ленковецької загальноосвітньої школи I-III ступенів Ленковецької сільської ради, Шепетівського району Хмельницької області, методист-кореспондент Хмельницького обласного інституту післядипломної педагогічної освіти

УПРАВЛІНСЬКИЙ КОНЦЕПТ УПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС ЗАКЛАДУ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

***Анотація.** У статті описується досвід формування медіаграмотності у школі в аспекті управлінської діяльності. Медіакомпетентність – надзвичайно важливий і сучасний напрямок розвитку особистості, який набуває особливого значення в умовах Євроінтеграції України. Наша держава активно впроваджує іноземний досвід щодо розвитку медіакультури громадян. У зв'язку із цим зростає роль вчителя, як носія основ медіаграмотності. Керівник закладу освіти, як менеджер, здійснює супровід даної діяльності. На жаль, тема управлінського аспекту створення простору медіаграмотності недостатньо розроблена у літературі. Тож стаття, яка презентує практичний досвід діяльності адміністрації щодо розвитку медіакомпетентностей суб'єктів навчально-виховного процесу, може стати у нагоді цільовій аудиторії – керівникам закладів загальної середньої освіти, методистам управлінської та відділів освіти. Ефективність впровадження досвіду підтверджується наведеними у статті прикладами.*

***Ключові слова:** медіаграмотність, медіакультура, медіакомпетентність, менеджмент освіти, управлінська діяльність керівника закладу освіти.*

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями

Майбутнє суспільство все більше спиратиметься на інформаційно-комунікаційні технології. Сьогодні відбувається постійне збільшення обсягів контенту, отримуваних громадянами із засобів масової інформації. При цьому рівень охоплення медіавпливами підлітків значно вищий ніж у дорослих. В таких умовах особливої гостроти набуває питання грамотного і критичного сприйняття, інтерпретації та аналізу різноманітних інформаційних повідомлень.

Відповідно, перед системою освіти постає завдання формування і розвитку в учнів компетенцій, що дають змогу ефективно взаємодіяти з численними інформаційними джерелами і потоками, аналізувати отримувану інформацію [3].

Практика показує, що досить часто педагоги відстають від учнів у рівні медіакультури, у той час коли саме вони мають формувати медіакомпетентність молоді. Як зазначила радниця міністра освіти і науки України Іванна Коберник, медіаграмотність має стати наскрізною навичкою. «Немає точної статистики, скільки шкіл в Україні навчають медіаграмотності. На даному етапі важливо, аби більше вчителів дізнавалися про медіаграмотність, медіаосвіту та отримували відповідні навички», – сказала вона [6.6]. Завдання адміністрації закладу – плекати медіапедагогів – вчителів, які мають відповідну педагогічну і медіапсихологічну компетентність і впроваджують ідеї медіаосвіти. Тільки освіта з медіаграмотності здатна розвинути проінформованих, вдумливих і зацікавлених людей, необхідних демократичному суспільству.

Дана стаття розкриває досвід організації управлінської діяльності у школі щодо формування медіаграмотності учасників навчально-виховного процесу. Ми визнаємо, що медіа – це частина культури, тому використовуємо і перетворюємо їх на чинник соціалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв’язання цієї проблеми і на які спирається автор.

Актуальність впровадження медіаосвіти в Україні зумовлюється інтеграцією держави до єдиного європейського освітнього й інформаційного простору. Традиційно питанням медіаосвіти приділяється найбільша увага у розвинених європейських країнах. В навчальних закладах держав G-20, зокрема, в США, Англії, Франції, Австралії, Канаді та ін. ще в 60-х роках ХХ ст. впроваджені навчальні предмети і навчальні дисципліни, що спрямовані на формування основ медіаграмотності. У 1989 р. Рада Європи схвалила «Резолюцію з медіаосвіти і нових технологій» (на основі документів ЮНЕСКО). [12. 31]

Медіаосвіта у своїй початковій формі з’явилась у Великій Британії у 1930-х роках; її метою було проведення своєрідного «щеплення» проти потенційних негативних ефектів знайомства дітей з матеріалами ЗМІ в умовах свободи слова [3].

На сьогодні немає загальної концепції медіаосвіти – існує ряд теорій, які мають прихильників і супротивників. Відомими дослідниками стали Ю. Лотман, Д. Узнадзе. В концепціях медіаосвіти в цілому переважають виховні, навчальні і креативні підходи до використання можливостей масмедіа. В узагальненому вигляді головні етапи реалізації більшості медіаосвітніх підходів є такими:

- одержання знань про історію, структуру, мову і теорію медіа (освітня складова);
- розвиток сприйняття медіатекстів, їх «читання», активізація уваги, зорової пам’яті, розвиток різних видів мислення (у тому числі й критичного, логічного, творчого, образного, інтуїтивного), умінь для розуміння ідей (моральних, філософських проблем), образів тощо;
- розвиток креативних практичних умінь на матеріалі медіа [8].

Проблема медіаосвіти в Україні в контексті євроінтеграції й входження України до світового інформаційного простору є надзвичайно актуальною. До неї зверталися науковці-представники різних галузей науки, зокрема: В.Різун, М.Тимошик, В.Шкляр, І.Слісаренко та ін. (журналістика), Л.Шульман і В.Пугач (фізико-математичні науки), Г.Онкович, Н.Іллік, Б.Потятникта ін. (педагогіка). [11. 18]. У дослідженнях науковців

йдеться про підготовку людини до спілкування із ЗМК (засобами масової комунікації) під час соціалізації. На думку вчених, медіаосвіта повинна, по-перше, захистити дітей від потенційно шкідливих ефектів медіа, а, по-друге, виростити такого споживача медіа, котрий міг би ефективно задовольняти свої інтереси, використовуючи ЗМК. Таким чином, постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 20 травня 2010 року була схвалена «Концепція впровадження медіаосвіти в Україні» [8].

Проте існує потреба у розробках, які демонструють конкретний досвід впровадження медіаграмотності у практику роботи закладів освіти. На особливу увагу заслуговують методичні рекомендації щодо управління процесом розвитку медіакомпетентності учасників навчально-виховного процесу. У даній статті висвітлюється досвід роботи адміністрації закладу загальної середньої освіти по підвищенню медіакультури учнів, батьків, вчителів.

Постановка завдань дослідження.

Опис досвіду презентуємо через вирішення системи завдань. Послідовно висвітлюємо розробку моделі управлінської роботи щодо розвитку медіаграмотності педагогів і здобувачів освіти, висвітлення діяльності основних напрямків адміністрації по вирішенню вказаної проблеми:

- організаційно-структурного;
- функціонального;
- професійно-діяльнісного;
- ресурсного забезпечення;
- гносеологічного;
- навчально-освітнього [10.76].

Під організаційно-структурним напрямком роботи розуміємо налагодження співпраці з установами і організаціями, вишами, громадськими організаціями у напрямку підвищення медіаграмотності учасників навчально-виховного процесу. Створення внутрішньої структури, яка через діяльність методичних сервісів створює умови для підвищення медіакультури педагогів, учнів, батьків.

Функціональний напрям передбачає процес постановки цілей, задач і організацію практичної діяльності, спрямованої на їхнє досягнення; розподіл обов'язків між структурами, проведення конкретних заходів, спрямованих на підвищення медіаграмотності.

Професійно-діяльнісний напрям передбачає підвищення кваліфікації педагогів, створення для учнів і батьків умов для саморозвитку і поглиблення знань у даному напрямку.

Характеристику ресурсного забезпечення як основи для розвитку медіакомпетентності характеризуємо у наступному напрямку. Це діяльність адміністрації, спрямована на створення сучасного освітнього простору.

Гносеологічний напрям передбачає розробку теоретичних основ роботи. Медіакультура – це вміння бути у тренді – постійно знайомитись із новим у галузі, застосовувати перспективний досвід українських і зарубіжних колег. Цей напрямок реалізується через систему науково-методичної роботи у закладі.

Навчально-освітній напрямок менеджменту – це впровадження медіаграмотності у щоденну практику роботи із здобувачами освіти, батьками.

Виклад основного матеріалу дослідження

Під управлінням школою слід розуміти діяльність, у якій її суб'єкти шляхом аналізу, мотивації, планування, організації, керівництва та контролю забезпечують організованість спільної діяльності учнів, педагогів, батьків та її спрямованість на досягнення освітніх цілей і цілей розвитку закладу [9]. У даній статті ми презентуємо організацію менеджменту, орієнтованого на підвищення медіакомпетентності суб'єктів. Він передбачає впровадження певних напрямків, підтримку перспективних управлінських рішень, реалізацію цільових заходів, програм і проектів що дозволяють реалізувати обрану місію. У Ленковецькій загальноосвітній школі I-III ступенів розроблений управлінський проект «Медіаграмотність», який діє відповідно до структурної моделі.

Модель управлінської діяльності адміністрації Ленковецької загальноосвітньої школи I-III ступенів щодо розвитку медіаграмотності

Модель визначає основні напрямки менеджменту, реалізація яких дозволяє досягти поставленої мети.



Освітній менеджмент – це комплекс принципів методів, організаційних форм і технологічних прийомів управління педагогічними системами, спрямований на підвищення ефективності їх функціонування та розвитку. [9].

Організаційно-структурний напрямок освітнього менеджменту передбачає створення вказаної структури, забезпечення злагодженої роботи її складових. У справі формування медіакомпетентності синхронно діють внутрішні і зовнішні компоненти.

Внутрішня структура щодо формування медіаграмотності має наступний вигляд:

Науково-методична робота

- Робота ініціативної групи "Медіаграмотність для вчителів"
- Проведення тренінгів: *Хто така медіаграмотна людина? Які психологічні засади медіаграмотності? Як убезпечити себе та дітей в інтернеті? Як захистити дітей від кібербулінгу?*

Просвітницька робота у кабінеті інформатики

- Лікбез для батьків: можливості дистанційної освіти на допомогу випускнику і абітурієнту
- Участь у Всеукраїнських і Європейських конкурсах і акціях: День безпечного інтернету, тиждень кодування, конкурсах у рамках МАН: обласному конкурсі мультимедійних проектів і презентацій, конкурсі-захисті МАН, Екософт тощо
- Адресне консультування педагогів

Діяльність класних керівників

- Проведення тематичних ГКК: "Поведінка у соцмережах", " Як використовувати можливості медіа для професійної діяльності?"тощо

Зовнішня структура створення умов для розвитку медіаграмотності:



Дана структура забезпечує ефективну роботу усіх ланок щодо формування медіаграмотності.

Функціональний напрям управлінської діяльності реалізується через систему конкретних заходів, спрямованих на підвищення медіакомпетентності учасників. Важливим у даному напрямку є системний підхід. Традиційно на уроках і під час заходів використовується мультимедійний проектор, мультимедійна дошка, ПК, ноутбуки тощо. Уроки і заходи збагачують демонстрації фільмів, презентації. Учні 2-11 класів приймають участь в конкурсах «Бобер», Інтернет-олімпіадах, зокрема у олімпіаді «На урок». Займають призові місця в творчих та дослідницьких конкурсах, олімпіадах з інформатики та інтерактивних технологій тощо. Звичайно, об'єм статті не дозволяє назвати усі заходи, проте результативність даного напрямку засвідчує результати наших учнів: I місце у Всеукраїнському конкурсі «Екософт» та «Інфоматрікс», II місце у обласному конкурсі мультимедійних проектів і презентацій, диплом III ступеня у європейському тижні кодування Meet and cod, I-III місця у районному конкурсі-захисті МАН, II-III місця у обласних Інтернет-олімпіадах з інформатики тощо.

Професійно-діяльнісний напрям менеджменту здійснюємо, забезпечуючи учасникам навчального процесу умови для навчання протягом життя. Цифрові медіа розвиваються дуже швидко, тож вимагати від суб'єктів діяльності знання усіх гаджетів і програм є недоцільним. Ми пропонуємо іншу стратегію. Учні і педагоги мають бути відкритими до використання нових технологій та мати уявлення про останні досягнення. Налагоджуємо співробітництво, залучаючи здобувачів освіти і педагогів до спільного вивчення нових джерел інформації і практик роботи з нею.

Педагогічний колектив і учні включені до систем дистанційної освіти. Школярі використовують дистанційні курси для підготовки до ЗНО, олімпіад, дослідницьких робіт, отримують консультації кураторів робіт МАН, надсилають роботи для участі у дистанційних етапах конкурсів, реєструються для участі у випробовуваннях: наукових школах, олімпіадах при ВНЗ тощо. Разом із батьками відвідують сайти ВНЗ, шукають можливості для участі у грантових програмах, навчанні за кордоном тощо.

Педагоги закладу є постійними відвідувачами вебінарів, проходять дистанційні курси, створюють власні сайти і блоги, використовують хмарні сервіси, є дописувачами сайту закладу, стають членами професійних спільнот у Facebook. Час кидає виклики і належний рівень медіакультури відкриває перед учителем безкрайні можливості щодо реєстрації для участі у семінарах і навчаннях, стажуваннях та інших формах післядипломної освіти. Забезпечуємо інформаційну підтримку вчителя за рахунок створення єдиної інформаційно-технологічної інфраструктури, включаючи інформаційні бази даних, ресурси Інтернет, надання педагогічним працівникам інноваційної інформації, її корекцію та надходження нових інформаційних потоків, використання надбань медіодидактики.

Широко використовується сучасні комунікації для зв'язку із батьками – створення спільнот у *Viber*, формування завдань для дистанційної освіти під час карантинів, співпраці з обдарованими учнями та індивідуальних консультацій.

Нашими надбаннями у даному напрямку є посвідчення про проходження дистанційного навчання вчителями закладу, що безумовно робить їх діяльність більш результативною. Комунікації роблять ближчим спілкування батьків, педагогів і учнів, створюються додаткові можливості для зацікавлених здобувачів освіти.

На сьогоднішній день, однією з важливих умов для створення сучасного інноваційного середовища школи є *ресурсне забезпечення*, яке є важливим напрямком діяль-

ності керівника закладу. З метою формування сучасного простору медіаграмотності усі навчальні кабінети обладнані комп'ютерами, у 2017 році повністю оновлений комп'ютерний клас, діє медіаклас, Wi-Fi зона. Обладнані робочі місця педагогів – методичний кабінет, бібліотека, кабінет психолога. Належна увага приділяється енергозбереженню і енергоефективності. Кабінет першого класу обладнаний відповідно до вимог НУШ.

Гносеологічний напрям управлінської діяльності передбачає розробку теоретичних основ діяльності. Медіаграмотність – це набір компетентностей, необхідних для активної й усвідомленої участі в житті медійного суспільства. [1]



Існує ряд визначень медіаграмотності. Зокрема підручник «Медіаосвіта та медіаграмотність» за науковою редакцією В.В. Різуна визначає медіаграмотність як сукупність знань, здобутих у процесі навчання, що дозволяє споживачам критично аналізувати медіаповідомлення з тим, щоб бачити там пропаганду, цензуру, однобокість в новинах і програмах суспільного інтересу, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують, причини таких дій, а також розуміти структурні елементи, які впливають на інформацію. [6.23]

Медіаграмотність є результатом медіаосвіти – частини освітнього процесу, спрямованої на формування медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою масмедіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

Використання можливостей медіапростору для навчання називають медіадидактикою. [11.41]

Для сучасного управління необхідно вміти мотивувати колег бачити, що світ навколо різко змінився, став цифровим, а відтак потрібно розвивати нові медіаосвітні компетентності. Науково-методична служба закладу пропонує педагогам багато корисних інструментів, які можна використовувати у процесі спілкування з медіа та ефективного використання медіаресурсів у освітньому процесі.

Навчально-освітній напрям менеджменту передбачає використання усіх можливостей медіадидактики, яких безліч. Навчальні відео, конструктори уроків, інтерак-

тивні лабораторії з фізики і хімії. Карти та геоінформаційні системи, презентації, використання можливостей сайтів щодо статистики, баз даних – це інструментарій педагога, необхідний у повсякденній педагогічній практиці.

Висновки та перспективи подальших досліджень

Отже, можемо зробити висновки, що формування медіаграмотності усіх суб'єктів навчального процесу є надзвичайно актуальним напрямом управлінської діяльності. Важливість даної діяльності визнана державою, що підтверджують численні проекти та організації з медіаграмотності, поява навчальних програм і посібників, семінари різних рівнів, нормативна база з даного предмету. Суспільство усвідомлює, що медіаграмотність є однією з базових навичок загальної грамотності. Усі працівники закладів освіти, не тільки вчителі, а й обслуговуючий персонал, зокрема бібліотекарі, повинні бути готові внести досягнення медіаграмотності до своєї діяльності.

Завдання управлінця і менеджера – підвищити рівень медіакультури вчителів, а отже і усіх учасників навчального процесу, забезпечити їм відповідний професійний розвиток і умови для впровадження набутих знань. Виникає потреба у комплексному плануванні і налагодженні співпраці з метою виховання осіб, які можуть ефективно підтримувати комунікацію у сучасному світі. Це робить перспективними подальші дослідження у обраному нами напрямку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бути медіаграмотним: десять необхідних компетентностей [Електронний ресурс]: //Режим доступу: https://ms.detector.media/.../buti_mediagramotnim_desyat_n...
2. Іванов І.Б. Я у медіапросторі. Навчальна програма для початкової школи закладів загальної середньої освіти/ І.Б. Іванов, А.Ю.кожанова. – видавництво: Інновація, м.Дніпро. 2016, – 24с.
3. Іщенко Ю.І. Сучасна медіа-освіта: впровадження в Україні та міжнародний досвід [Електронний ресурс]: //Режим доступу sp.niss.gov.ua/content/articles/files/10-1446038054.pdf
4. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [Електронний ресурс]: //Режим доступу: www.mediaosvita.com.ua/material/konceptsiya-vprovadzheniya-mediaos...
5. Медіадидактика вищої школи: український досвід // Вища освіта України: теорет. та наук.-метод. часоп. / Ін-т вищ. освіти НАПН України. – Київ, 2013. – № 1. – С. 23–29.
6. Медіакомпетентність фахівця: кол. монографія / Г. В. Онкович, Ю. М. Горун, В. О. Кравчук, Н. О. Литвин, І. В. Костюхіна, К. А. Нагорна ; за наук. ред. Г. В. Онкович ; НАПН України, Ін-т вищ. освіти. – Київ: Логос, 2013. – 286 с. : рис., табл.
7. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред. – упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волошенко; за науковою редакцією В.В. Різуна. – Київ: Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
8. Мороз Т., Медіаосвіта в Україні: досвід зарубіжних країн/ Тетяна Мороз, кандидат філологічних наук, Інститут післядипломної педагогічної освіти Чернівецької області м.Чернівці 2016р. 58с. [Електронний ресурс]: //Режим доступу: http://iprobuk.cv.ua/images/%D0%9C%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B7_31.pdf

9. Райковська І.П. Цілісність економічного аналізу в системі інформаційного забезпечення процесу управління: ретроспективний та сучасний вимір [Електронний ресурс]: //Режим доступу: pbo.ztu.edu.ua/article/download/49305/46178
10. Формування медіаграмотності педагогів: Навчально – методичний посібник. Покроєва Л.Д., Акименко О.С., Алфьорова З.І., Дегтярьова Г.А., Казакова Т.В., Косенко В.В., Нуреева Т.К., Старкова Г.В., за заг. редакцією Л.Д. Покроєвої. -Х.: Харківська академія неперервної освіти, 2014 -236 с.
11. Український медіаландшафт – 2017р.: аналітичний звіт/ За ред.Іванова. – К.Представництво фонду Конрада Аденауера в Україні, Академія Української преси, 2017р.
12. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: підручник для вчителя / Сінді Шейбе, Фейс Рогоу/ Перекл. зангл. С. Дьома; за загал. ред. В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, – 2017. – 319с.

Аннотація

Статья описывает практический опыт формирования медиаграмотности в школе в аспекте управленческой деятельности. Медиакомпетентность – важное и современное направление развития личности. Значимость его возрастает в условиях Евроинтеграции Украины. Наша страна активно внедряет зарубежный опыт развития медиакультуры граждан. В связи с этим повышается роль учителя, как носителя основ медиаграмотности. Руководитель учебного заведения, как менеджер, курирует данное направление работы. К сожалению, тема управленческого аспекта создания пространства медиаграмотности в школе недостаточно разработана в литературе. Поэтому статья, демонстрирующая практический опыт деятельности администрации по развитию медиакомпетентностей субъектов учебно-воспитательного процесса, может быть полезной целевой аудитории – руководителям учебных заведений, методистам отделов образования. Эффективность внедрения представленных практик подтверждается примерами из опыта работы, приведенными в статье.

Ключевые слова: *медиаграмотность, медиакультура, медиакомпетентность, менеджмент образования, управленческая деятельность руководителя учебного заведения.*

Annotatoin

This article describes the experience of the formation of media literacy in school in the aspect of management activity. Media competence is a very important and modern direction of personality deveiopment which gets the special meaning in conditions of European integration of Ukraine. Our state is actively introducing foreign experience in the development of media culture of citizens.

In this case, the role of the teacher as a carrier of the basics of media literacy increases. The head of the educational institution as a manager provides the support for this activity. Unfortunately, the theme of managerial aspect of creating a media literacy space is not enough developed in the literature.

So, the article which presents the administration's practical experience for the development of media competences of subjects of the educational proces may be useful to the having special purpose audience – the heads of the secondary educational institutions, methodologists of departments and departments aof education. The effectiveness of the experience implementation is confirmed by the examples given in the article.

Key words: *Media literacy, media culture, media competence, management of education, management activiry of the head of the educational institution.*

*Віра Гуменюк,
Хмельницький обласний інститут
післядипломної педагогічної освіти,
завідувач кафедри менеджменту та
освітніх технологій,
кандидат педагогічних наук, доцент
Україна, м. Хмельницький*

НАУКОВО-МЕТОДИЧНИЙ СУПРОВІД ДІЯЛЬНОСТІ КЕРІВНИКА ЗАКЛАДУ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ З ПИТАНЬ ІНТЕГРАЦІЇ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС

У публікації обґрунтовуються особливості науково-методичного супроводу діяльності керівників закладу загальної середньої освіти щодо впровадження в освітній процес медіаграмотності, її інтеграції в зміст та структуру освітніх галузей шкільних програм як важливої складової сучасного освітнього простору. Розглядаються основні напрями роботи закладів післядипломної педагогічної освіти з даної проблеми.

***Ключові слова:** медіа-освіта, медіаграмотність, медіакультура, інтеграція медіа-освіти, освітній процес, керівник закладу освіти, науково-методичний супровід.*

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Добре відомо, що ефективність впровадження будь-якої інноваційної діяльності у закладі освіти залежить від цілеспрямованого ефективного управління, яке покликаний забезпечити його керівник. Стрімкий розвиток інформаційно-цифрових технологій і системи мас-медіа вносить принципові зміни у загальну філософію освіти та ставить нові завдання перед освітніми закладами щодо забезпечення здобувачів освіти якісними знаннями з медіаграмотності. Вирішення цих завдань, насамперед, вимагає високого рівня медіа-освіти та медіаграмотності керівних та педагогічних кадрів, а також потребує якісного науково-методичного супроводу діяльності керівників щодо інтеграції медіаграмотності в освітній процес закладу загальної середньої освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми. Питання науково-методичного супроводу управлінської діяльності керівника закладу загальної середньої освіти розглядаються у працях В.Гуменюк, Л.Даниленко, О.Мармази, В.Мельник, Н.Островерхової, Т.Сорочан, ін. Проблеми медіа-освіти сьогодні

всебічно досліджуються як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями. Філософські аспекти медіа-освітньої діяльності розкриваються у працях В. Возчікова, Н. Кирилової, Г. Лассуела, М. Маклюена, Л. Мастермана, П. Офдерхейда, В. Савчука та ін. Питання психологічного впливу медіа на особистість досліджуються І.Бехом, Є. Проніною, Л. Найдьоновою, Ю. Усовим. Роль і значення медіа-освіти в сучасному інформаційному суспільстві обґрунтовують Л. Баженова, Е. Бевор, К. Безелгет, Д. Букінгем, К. Ворскоп, Ж. Гонне, Л. Мастерман, С. Пензіна, Ю. Рабінович, І. Челишева. Медіалогію як синтез наук досліджує Н.Кирилова. Відповідні концепції та моделі медіа-освіти розробляють І. Гуриненко, Г. Онкович, А. Федоров. Поряд з тим, проблеми підготовки керівника закладу загальної середньої освіти до впровадження медіаграмотності в освітній процес школи ще не стали предметом наукового вивчення, а тому потребують ґрунтовних досліджень.

Постановка завдань дослідження. Завданнями нашої статті є дослідити характер концептуальних тенденцій у змісті підвищення кваліфікації керівників закладів загальної середньої освіти щодо забезпечення інтеграції медіаграмотності в освітній процес та обґрунтувати особливості науково-методичного супроводу даної діяльності закладами післядипломної педагогічної освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сучасному етапі розвитку суспільства освіта постала перед багатьма модернізаційними викликами, які призводять до зміни функцій та появи нових завдань управління закладами освіти, а це, в свою чергу, потребує якісного науково-методичного супроводу практичної діяльності керівників щодо реалізації поставлених завдань. Одним із них є необхідність виробити в особистості здатність до свідомого та ефективного функціонування в умовах небувалого ускладнення відносин у глобалізованому інформаційному суспільстві, всезростаючої комунікативності життя та інформаційної насиченості середовища життєдіяльності, що можливо лише за умови розвитку інформаційної та медіа-культури, складовими якої є медіаграмотність та медіа-освіта.

Ми цілком поділяємо думку Е. Харта про те, що в глобалізації потрібно бачити ефективні можливості для більш відкритого суспільства, більш інформованих громадян, більш динамічної та інноваційної культури [10]. В сучасному світі медіа відіграють все більшу роль як у житті людини, так і в освітньому процесі. Звідси, цілком зрозуміла важливість інтенсивного розвитку медіа-освіти і медіаграмотності та її інтеграції в освітні програми.

Медіа-освіта тлумачиться як напрям педагогіки, спрямований на формування у здобувачів освіти медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, Інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій [5, 7].

Причини пріоритетності та актуальності медіа-освіти в нинішньому світі розкриває Л. Мастерман. Серед них автор називає високу ступінь використання медіа та насиченості освітніх закладів засобами масової інформації; ідеологічне значення медіа, їх вплив на свідомість людей; стрімке зростання кількості інформації; посилення механізмів керування нею та її розповсюдження; потужність проникнення медіа в провідні освітні процеси; підвищення цінності візуального спілкування та інформування в різноманітних сферах; необхідність навчати здобувачів освіти, орієнтуючи їх на відповід-

ність вимогам у майбутньому; зростаючі національні та міжнародні процеси приватизації інформації [9].

Метою медіа-освіти є медіаграмотність, що розглядається як сукупність знань, навичок та умінь, які дозволяють людям аналізувати, критично оцінювати і створювати повідомлення різних жанрів та форм для різних типів медіа, а також розуміти й аналізувати складні процеси функціонування медіа в суспільстві, їхній вплив [8]. Таким чином, медіаграмотність повинна стати результатом медіа-освіти.

Медіаграмотна людина має фізичний доступ до сучасних медіатехнологій, до високоякісного контенту; усвідомлює і помічає медіамеседжі та розуміє їх роль і значення; аналізує, осмислює медіамеседжі та обґрунтовує власні судження про їх корисність для досягнення конкретних цілей; вона вміє створювати медіамеседжі і використовувати найрізноманітніші медіаформати; вміє користуватися вікіпедією, соціальними мережами, ініціює віртуальні спільноти; чітко розрізняє дійсність і віртуальний світ.

Відтак, рефлексія сутності та значення медіаграмотності підтверджує необхідність її інтеграції в освітній процес закладів освіти та цілеспрямованої підготовки до такої діяльності, насамперед, керівників, забезпечення відповідного науково-методичного супроводу. Під науково-методичним супроводом розуміється педагогічна взаємодія суб'єктів освітньої діяльності на партнерських засадах задля особистісного та професійного розвитку керівників закладів загальної середньої освіти (ЗЗСО), результатом якої у нашому випадку стане якісно новий рівень їх медіаграмотності. Науково-методичний супровід ми розглядаємо як сукупність різноманітних форм, технологій, підходів, процедур, заходів, які забезпечать досягнення поставленої мети [1, 2].

Завданнями науково-методичного супроводу діяльності керівників ЗЗСО з інтеграції медіаграмотності в освітній процес школи є забезпечити розвиток медіаграмотності самих керівників, їх критичного мислення, емоційного інтелекту; напрацювати необхідний науково-теоретичний матеріал; опрацювати методичні рекомендації з підготовки педагогів до впровадження медіаграмотності в освітні програми; організувати обмін перспективним досвідом між керівниками з даної проблеми.

Національна асоціація освіти з медіаграмотності США основною метою освіти з медіаграмотності визначає допомогти особам, незалежно від віку, розвинути навички досліджувати та вміння виражатися, які їм потрібні, щоб вони вміли критично мислити, ефективно комунікувати та бути активними громадянами в сучасному світі [6, с. 80].

Відтак, основними напрямками підвищення рівня медіаграмотності керівників ЗЗСО в системі їх безперервної освіти бачаться:

- впровадження в навчальні програми курсів підвищення кваліфікації керівників ЗЗСО спецкурсу з медіаграмотності та включення у зміст методичної роботи в міжкурсовий період даної проблематики;
- застосування аудіовізуальних медіа-матеріалів в освітньому процесі курсів підвищення кваліфікації та науково-методичній роботі районних/міських методичних кабінетів у міжкурсовий період;
- аналіз медіа-продукції, яка має міждисциплінарний та інтерактивний характер та яка може бути використана в практичній діяльності керівника;
- створення медіа-продукції для практичного виконання управлінських функцій, освітніх цільових проєктів;
- вироблення критеріїв оцінювання медіа-матеріалів.

Під час навчальних занять необхідно спрямувати керівників ЗЗСО на усвідомлення сутності медіаграмотності як здатності отримувати доступ, аналізувати, оцінювати

та продукувати комунікацію в різноманітних формах [6, с. 59]; сприяти засвоєнню її теоретико-філософських концепцій щодо соціокультурного, культурологічного, семіотичного, естетичного, ідеологічного тощо аспектів; знання структури медіаграмотності; розуміння, що центральним поняттям медіаграмотності є критичне мислення, яке відображає шість ієрархічних навичок: пам'ятати (знання), розуміти (розуміння), застосовувати, аналізувати, оцінювати та створювати (синтез) [там же, с. 63]; сприйняття візуальної грамотності як важливого компонента медіаграмотності; розуміння потреби володіння медіасловником, який забезпечить медіа аналіз, надасть спільну платформу для дискусій під час аналізу медіа або спільної роботи над створенням медіамеседжів.

Основними принципами розвитку медіаграмотності є особистісний принцип, орієнтування на розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, принцип постійного оновлення змісту, поваги до національних звичаїв, перевага морально-етичних цінностей, громадянське спрямування, етична насиченість, продуктивна мотивація.

Важливо при викладанні медіаграмотності зосереджувати увагу на розвиток у керівників ЗЗСО таких складових критичного мислення, як:

- допитливість та бажання досліджувати, тобто відкидати надмірні спрощення і збирати всі можливі дані перед тим, як робити висновки;
- постійне занурення у процес дослідження, тобто носії критичного мислення здобувають, аналізують і оцінюють інформацію постійно, що дозволяє їм робити висновки, які забезпечують ефективність рішень;
- базове скептичне ставлення, тобто той, хто думає критично, завжди шукає припущення, мотиви, дані, знають, які питання ставити, щоб отримати більш об'єктивну інформацію;
- цінування чіткої аргументації, тобто здатність розрізняти факти та думки, знати, що вважається вірогідними доказами, знаходити та оцінювати їх;
- гнучкість і неупередженість, тобто усвідомлення власних упереджень і вміння піддавати їх сумніву, змінювати свою думку відповідно до отриманих фактичних даних.

Як інструментарій розвитку медіаграмотності керівників ЗЗСО, а саме розвитку навичок дослідницького підходу до медіамеседжів, доцільно використовувати документ, розроблений Національною асоціацією освіти з медіаграмотності США «Ключові запитання з аналізу медіамеседжів», який націлює при аналізі акцентувати увагу на авторство медіамеседжу; мету його створення; встановлення замовника; можливого корисного чи шкідливого впливу; можливої реакції у відповідь на цей меседж; його зміст, ідеї, цінності, погляди; які техніки використовуються для передачі меседжу, чому саме вони; як можуть інтерпретувати повідомлення і як його інтерпретую я; визначити контекст; встановити його надійність та вірогідність [6, с. 84].

Результатом упровадження основ медіаграмотності в зміст освітніх програм з підвищення кваліфікації керівників закладів загальної середньої освіти стане розвинена їх медіа-обізнаність, досконале використання інформаційно-комунікаційної техніки, медіа-компетентність.

Методами розвитку медіаграмотності керівників ЗЗСО та формами науково-методичного супроводу їх діяльності щодо інтеграції медіаграмотності в освітній процес школи можуть бути науково-практичні семінари, тренінги, активне соціальне та соціально-психологічне навчання; ділові та рольові ігри; розв'язання управлінських ситуацій; обмін досвідом; майстер-класи; дискусійні методи групового прийняття рішень; методи індивідуального консультування тощо. Застосування різних типів медіа-текстів

в освітньому процесі дасть можливість підвищити рівень мотивації до медіа-освіти; критично сприймати медіа-інформацію у великому інформаційному просторі; розвинути вміння управляти інформаційними потоками; засвоїти комунікаційні технології та стратегії їх використання; забезпечити розвиток медіаграмотності керівника.

Важливим завданням науково-методичного супроводу є ознайомлення керівників ЗЗСО із загальними методами інтеграції медіаграмотності в освітній процес. Сінді Шейбе та Фейз Рогоу пропонують розпочати з простих змін у діяльності педагога, а саме [6, с. 162 – 168]:

- замінити загальні вправи та завдання на такі, що пов'язані з медіа;
- створити умови зручні навчання, коли здобувачі описують медіа, на які вони натрапили;
- використовувати як друковані, так і недруковані медіа як джерела інформації;
- заохотити здобувачів освіти ставити ключові питання у письмових та інших креативних проектах;
- долучати медіаграмотність при вивченні нової теми, додаючи запитання у стилі З-Х-В (знати-хотіти-вивчати);
- заохотити здобувачів розробити «набір інструментів з медіаграмотності»;
- обговорити відносні переваги та недоліки різних форматів комунікацій, які можуть використати здобувачі, щоб презентувати свою роботу;
- дати змогу колективно покритикувати приклади візуальної презентації при підготовці до своїх виступів;
- використовувати приклади з медіа під час контрольної роботи;
- визначити, в який спосіб здобувачі можуть опублікувати свої роботи або розповісти їх серед ширшої аудиторії за допомогою нових технологій;
- активно сприяти «написанню» у різних медіаформатах тощо.

В цілому ж, результатами науково-методичного супроводу діяльності керівників ЗЗСО з інтеграції медіаграмотності в освітній процес повинно стати оновлення змісту їх післядипломної освіти; докорінне переосмислення технологій навчання дорослих; створення інноваційного розвивального освітнього середовища; оновлення складових андрагогічного процесу: мети, змісту, методів і засобів діяльності на основі системної діагностики професійних потреб керівників, прогнозування, корекції та рефлексії інноваційних дій; підготовка програм семінарів і спецкурсів для педагогів та керівників закладів загальної середньої освіти з питань медіаграмотності; розроблення методичних рекомендацій.

Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Інтеграція медіаграмотності в освітній процес закладів освіти є необхідною умовою розвитку сучасного освітнього простору та важливим фактором адаптації особистості до цифрової реальності, гнучкого реагування на стрімкі зміни, що відбуваються у світі. Медіаграмотність відіграє все більшу роль у навчальному процесі і відповідно в нашому житті. Тому потреба в якісному науково-методичному супроводі діяльності керівників ЗЗСО та педагогів щодо впровадження медіаграмотності дуже актуальна. Подальших досліджень потребує розробка критеріїв сформованості медіаграмотності різних вікових категорій та послідовність розвитку навичок із медіаграмотності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гуменюк В.В. Професійний розвиток керівника закладу освіти: Навчальний посібник /В.В.Гуменюк, І.А.Наумчук. – Кам'янець-Подільський: Видавець Зволейко Д.Г., 2010. – 208 с.
2. Гуменюк В.В. Експертна оцінка та інноваційний розвиток потенціалу педагогічних працівників у системі науково-методичної роботи / В.В.Гуменюк // Педагогічний досвід як фактор оновлення змісту науково-методичної діяльності в установах і закладах освіти: вектори випереджувального розвитку: тематичний збірник праць /за заг. редакцією В.В.Олійника. – Рівне: ПП Лапсюк, 2012. – С. 22 – 27.
3. Дмитренко Г.А. Управління людськими ресурсами: навч.пос. /Г.А.Дмитренко, Н.Г.Протасова. – К. – Херсон : Олді-плюс, 2006. – 166 с.
4. Єльнікова Г. В. Теоретичні і методичні засади моделювання фахової компетентності керівників закладів освіти: монографія /Єльнікова Г. В., Зайченко О. І., Маслов В. І. та ін.; за ред. Г. В. Єльнікової. – Київ, Чернівці : Книги – ХХІ, 2010. – 460 с.
5. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. Редакція 2016 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vpro_vadzhennya_mediaosvit%20i_v_ukraini_nova_redaktsiya/
6. Медіаграмотність: Підручник для вчителів / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу / Перекл. з англ. С.Дьома; за загал.ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К.: Центр Вільної Преси, 2017. – 319 с.
7. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за наук. ред.. В. В. Різуна. – К.: Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
8. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: Навч. посіб. / О. Т. Баришполець, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко, О. Є. Голубева, В. В. Різун та ін.; за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. – К.: Міленіум, 2010. – 440 с.
9. Федоров А. В. Медиаобразование будущих педагогов / А. В. Федоров. – Таганрог : Изд – во Кучма, 2005. – 314 с.
10. Hart, A. (1998). Introduction: Media Education in the Global Village. In: Hart, A (Ed.). Teaching the Media. International Perspectives. Mahwah, New Jersey – London: Lawrence Erlbaum Assoc. Publishers, pp. 1-21.

АННОТАЦИЯ

Вера Гуменюк. Научно-методическое сопровождение деятельности руководителей общеобразовательных учебных учреждений по вопросам интеграции медиаграмотности в образовательный процесс.

В публикации обосновываются особенности научно-методического сопровождения деятельности руководителей общеобразовательных учебных учреждений по внедрению в образовательный процесс медиаграмотности, ее интеграции в содержание и структуру образовательных школьных программ как важной составляющей современного образовательного пространства. Рассматриваются основные направления работы учреждений последипломного педагогического образования по данной проблеме.

Ключевые слова: *медиаобразование, медиаграмотность, медиакультура, интеграция медиа-образования, образовательный процесс, руководитель учебного заведения, научно-методическое сопровождение.*

SUMMARY

Vera Humenyuk. Scientific and methodological support of the leaders of educational institutions on the integration of media literacy in the educational process.

The publication substantiates the peculiarities of scientific and methodological support for the activities of heads of general educational institutions for the introduction into the educational process of media literacy, its integration into the content and structure of educational school programs as an important component of the modern educational space. The main directions of work of institutions of postgraduate pedagogical education on the given problem are considered.

Key words: *media education, media literacy, media culture, integration of media education, educational process, head of educational institution, scientific and methodological support.*

Галина Дегтярєва

*Комунальний вищий навчальний заклад
«Харківська академія неперервної освіти»,
завідувач кафедри методики навчання мов
і літератури, доктор педагогічних наук*

УПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ В СИСТЕМУ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ЗДОБУТКИ, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

И. У статті подано аналіз результатів діяльності Харківської академії неперервної освіти з підготовки у 2012-2018 рр. педагогів області до впровадження медіаосвіти в межах здійснення регіонального експерименту «Науково-методичні засади впровадження медіаосвіти в систему навчально-виховної роботи навчальних закладів Харківської області» (2012-2018).

Ключові слова: *система післядипломної педагогічної освіти, медіаосвіта, медіаграмотність, медіакомпетентність, медіапедагоги, регіональний експеримент.*

До 80-річчя післядипломної освіти Харківщини

Система післядипломної педагогічної освіти в Україні має розв'язувати проблеми розвитку професіоналізму педагога, забезпечення неперервності підвищення його кваліфікації та підготовки до роботи в умовах постійного оновлення знань та запровадження інновацій, оскільки розвиток наукової та інноваційної діяльності в освіті, підвищення якості освіти на інноваційній основі визначено Указом Президента України № 344/2013 «Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року» одним із важливих напрямів державної політики у сфері освіти [8]. Ураховуючи те, що педагоги є активними учасниками модернізації освіти, суб'єктами реформуючої діяльності та для підвищення ефективності навчально-виховного процесу їм необхідно реалізовувати прогресивні ідеї та опановувати інноваційні педагогічні технології, закладам післядипломної педагогічної освіти необхідно здійснити підготовку педагога до впровадження такого інноваційного напрямку в освіті, як медіаосвіта, спрямованого на формування в усіх учасників навчально-виховного процесу медіаграмотності, яка є життєво необхідною навичкою і яка лежить в основі всіх компетенцій і навичок, потрібних для ефективної роботи з досягнення Цілей розвитку тисячоліття ООН, Декларації ООН з прав людини, і цілей, проголошених Світовим самітом з інформаційного суспільства.

У багатьох країнах медіаосвіта функціонує як система, що стала невід'ємною частиною, з одного боку, загальноосвітньої підготовки молоді, з іншого – масових інформаційних процесів. Вона включена до глобалізаційних перетворень і є складовою гарантування конкурентоспроможності економіки, нерозривно пов'язана з розвитком демократії в умовах інформаційного суспільства [3].

Метою статті є аналіз результатів діяльності Харківської академії неперервної освіти (ХАНО) з підготовки у 2012-2018 рр. педагогів області до впровадження медіаосвіти в межах здійснення регіонального експерименту «Науково-методичні засади впровадження медіаосвіти в систему навчально-виховної роботи навчальних закладів Харківської області» (2012-2018).

Напрямами діяльності Харківської академії неперервної освіти щодо впровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес з 2011 р. є актуалізація на курсах підвищення кваліфікації директорів ЗЗСО, заступників директорів з навчально-виховної роботи, завідувачів (директорів) ЗДО поняття й завдань медіаосвіти; введення для різних категорій педагогічних працівників навчальних занять медіаосвітньої спрямованості, наприклад, «Поняття медіаосвіти», «Шляхи формування медіакомпетентності школярів», «Теоретичні основи та практика впровадження медіаосвіти в навчальному закладі», «Підготовка педагогів до створення безпечного інформаційного середовища для дитини дошкільного та молодшого шкільного віку», «Інноваційні педагогічні технології в навчально-виховному процесі ДНЗ», «Шляхи створення оптимальних умов для забезпечення розвитку мовлення та культури мовленнєвого спілкування дошкільників», «Інтеграція медіаосвіти в навчання мови та літератури» тощо, а також науково-методичний супровід упровадження медіаосвіти в закладах дошкільної, позашкільної і загальної середньої освіти в межах спрямованого на формування медіаграмотності учасників освітнього процесу регіонального експерименту «Науково-методичні засади впровадження медіаосвіти в систему навчально-виховної роботи навчальних закладів Харківської області» (2012-2018) [7], науковим керівником якого була автор статті – Дегтярьова Г.А., випускниця першої літньої медіашколи, а науковими консультантами – З.І. Алфьорова, доктор мистецтвознавства, професор, декан факультету кіно і телемистецтва, завідувач кафедри телебачення Харківської державної академії культури В.Ф. Іванов, доктор філологічних наук, професор, президент Академії Української Преси, Л.А. Найдьонова, доктор психологічних наук, завідувач лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти, заступник директора з наукової роботи Інституту соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України. До цього експерименту долучилися 34 заклади освіти. На жаль, не всі дійшли до фіналу (випало 3 заклади, з яких 2 – це позашкільники). Тут спрацював людський чинник.

За час експерименту Харківській академії неперервної освіти було розроблено кваліфікаційну характеристику підвищення професійної компетентності вчителя щодо формування основ медіаграмотності учнів (у межах навчання на курсах підвищення кваліфікації). Відповідно до вимог цієї характеристики висувуються такі завдання [1]:

- викликати у педагогів особистісну та професійну зацікавленість питаннями медіаосвіти, усвідомлене бажання навчати учнів/вихованців елементів медіаграмотності (емоційний компонент);
- показати педагогічним працівникам можливі шляхи медіаосвіти школярів/вихованців (стратегічний компонент);
- забезпечити педагогів методичними та дидактичними матеріалами для використання в навчально-виховному процесі (методичний компонент);

- ознайомити з інформаційними та дидактичними ресурсами з питань медіаосвіти, що можуть бути використані в подальшій роботі (інформаційний компонент).

Визначено також на основі узагальнення сучасних поглядів на складові медіаграмотності педагога показники рівня її сформованості [1]:

- розуміння навколишнього середовища як відкритої інформаційної системи, що потребує вироблення вмінь роботи з інформацією;
- загальні знання про інформацію, інформаційні процеси, моделі та технології;
- уміння та навички застосовувати можливості програмних засобів загального призначення для отримання, обробки, збереження і передавання інформації;
- уміння використовувати в освітній діяльності сучасні ІКТ, спеціальні програмні продукти, матеріали і засоби медіа .

Працівники закладів освіти області, які долучилися до експерименту, з метою формування необхідних медіакомпетентностей для здійснення медіаосвітньої діяльності пройшли навчання на фаховому спецкурсі «Формування медіаграмотності педагогів» (2013), розробленому працівниками Харківської академії неперервної освіти, до якого було підготовлено однойменний посібник, що отримав гриф МОН України. Крім того, розроблено ще й інші тематичні спецкурси «Практична медіаграмотність як складова професійної компетентності педагогів» (2016), «Формування основ медіаграмотності та критичного мислення в учнів початкової школи»(2018).

Для учасників експерименту також упродовж 2012-2018 р.спільно з іншими структурами ХАНО таз Академією української пресипроведено цілу низку науково-практичних семінарів таких, як «Шляхи впровадження медіаосвіти в роботу навчальних закладів», «Основи медіаосвіти: Аудіовізуальна культура», «Як створити сучасну шкільну газету», «Як створити сучасну шкільну газету: мультимедійні ЗМІ», «Нові медіа й безпека особистості», «Практична медіаосвіта: створення телестудії в школі», «Аналіз аудіовізуальних текстів під час медіаосвітніх занять», «Практична медіаосвіта: програмні і технічні засоби створення різних медіапродуктів», «Перспективи масового впровадження медіаосвіти в дошкільну, початкову та середню освіту», «Практична медіаосвіта: створення аудіовізуальних продуктів», «Сучасний урок в умовах впровадження медіаосвіти», «Практична медіаграмотність як складова професійної компетентності учителів суспільних дисциплін», «Інтерактивні технології навчання медіаграмотності», «Практична медіаосвіта: навчання основ медіаграмотності», «Медіаторчість учителя та учня у межах освітнього процесу Зміївського ліцею», «Критичне мислення та медіаграмотність в початковій школі» тощо, під час яких висвітлювалися актуальні питання впровадження медіаосвіти в роботу цих закладів і створювалися умови для обміну досвідом.

Важливим є те, що викладачі та методисти Академії, вчителі ЗЗСО області, починаючи з 2011 р., також мали можливість пройти навчання в літніх школах медіаосвіти, які щороку проводить Академія української преси, а також FojoMediaInstitute (2015, 2016, 2018, м. Кальмар, Швеція), тренінгах із підготовки тренерів з медіаграмотності (2015, АУП, IREX; 2018, АУП, DW Akademie).

Проте «стати медіаграмотним» – не означає пройти якісь курси, вивчитися, отримати сертифікат, і на цьому все. Медіаграмотність – це практична навичка, риса стилю життя. «Набута у процесі медіаосвіти медіаграмотність допомагає людині активно використовувати можливості інформаційного поля телебачення, радіо, відео, кінематографу, преси, Інтернету, допомагає їй краще зрозуміти мову медіакультури» [4]. Саме в цьому напрямі працюють медіапедагоги Харківщини.

Вони постійно займалися самоосвітою, не боялися нововведень. Методом спроб та помилок відшукували правильні рішення.

Для пошуків найефективніших шляхів впровадження медіаосвіти організовано діяльність 2 тимчасових творчих колективів(ТТК) ізпитань упровадження медіаосвіти в навчальні заклади Харківської області на 2014-2016 рр. за темами «Методичний супровід медіаосвіти учнів початкових класів» (керівник М. В. Коченгіна), у межах діяльності якого визначено орієнтовні вимоги до навчальних досягнень учня/учениці початкових класів за результатами інтеграції змісту медіаосвіти в навчальні предмети початкової школи (літературне читання (у тому числі й позакласне читання), українська мова, російська мова, основи здоров'я, «Я у світі»), що свідчать про сформованість у них основ медіаграмотності та створено методичне забезпечення формування основ медіаграмотності молодших школярів; «Науково-методичний супровід використання засобів медіаосвіти в дошкільному навчальному закладі» (керівники Г.А. Дегтярьова, Н.Ф. Кугуєнко), учасниками якого розроблено модель та алгоритм упровадження медіаосвіти в освітньо-виховний процес закладу дошкільної освіти, моделі медіаосвітнього простору в закладі дошкільної освіти, а також визначено складові медіаосвітнього середовища та медіаосвіти вихованців ЗДО.

Свої напрацювання медіапедагоги Харківщини представляли як на обласних заходах, що проводилися Харківською академією неперервної освіти спільно з Академією української преси: міжнародній науково-практичній Інтернет-конференції «Медіаосвіта – пріоритетний напрям в освіті XXI століття: проблеми, досягнення і перспективи», підсумковій обласній науково-практичній конференції [1].

Свої перші серйозні напрацювання медіапедагоги Харківщини мали можливість презентувати на щорічній міжнародній конференції з медіаосвіти, що проводила Академія української преси в партнерстві з МОН України та різними громадськими організаціями, восени 2015 року в м. Києві на Сьомому Міжнародному форумі-презентації «Інноватика в сучасній освіті – 2015», організаторами якого були МОН України, НАПН України, компанія «Виставковий Світ». У номінації «Інновації у створенні та функціонуванні інформаційно-освітнього середовища навчального закладу» Харківську область представляли 8 закладів освіти (Харківська академія неперервної освіти, 3 школи та 4 дитячі садочки), які всі отримали дипломи I та II ступеня цього рейтингового виставкового конкурсу, на XLIII обласній тематичній відкритій виставці ефективного педагогічного досвіду «Освіта Харківщини XXI століття» за темою «Упровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес навчальних закладів Харківської області» (2016), у якій взяли участь 10 закладів освіти області [2].

Перебіг і результати експерименту знайшли висвітлення у 78 публікаціях у вітчизняних і закордонних виданнях. Медіапедагоги Харківщини розробляли й навчальні програми, дидактичні матеріали, посібники з означеного питання. Так, програму «Основи медіаграмотності: взаємодія з медіа» (2013) було подано для участі в конкурсі зі створення авторської програми «Основи медіаграмотності» для початкової школи (1-4 класи), який проводився за ініціативою Державної наукової установи «Інститут інноваційних технологій і змісту освіти» МОН України в партнерстві з МБФ «Академія української преси» та Інститутом соціальної та політичної психології НАПН України (жовтень 2013 р.) і її було визнано переможцем конкурсу.

Саме ми одними з перших почали впроваджувати елементи медіаосвіти в заклади дошкільної освіти, початкової школи. Розроблені й апробовані медіапедагогами ЗДО м. Куп'янська парціальні програми для дітей старшого дошкільного віку «Медіасвіт для

дошкільнят», «Медіадошкільник», а також програму розвитку творчих здібностей дітей 4 – 6 років на заняттях із малювання з використанням елементів медіаосвіти «Казки і фарби» зараз подано на гриф МОН України. Крім того, створені вчителями області у співавторстві посібник для вчителя «Медіаграмотність та критичне мислення в початковій школі», у якому в другому розділі вміщено розробки тематичних днів для НУШ, програму факультативного курсу для закладів загальної середньої освіти для учнів 5 класу «Книжка у світі Медіа» разом із розробками занять також подано на отримання відповідного грифу міністерства.

Про підвищений інтерес до проблеми формування медіаграмотності в регіоні свідчить те, що кількість закладів, які включаються в медіаосвітній процес, постійно збільшується. Так, у 2017 року ще 19 освітніх закладів Харківської області долучилися до всеукраїнського експерименту з медіаосвіти за темою «Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику» на 2017–2022 роки, а восени 2018 р. ще 15 закладів загальної середньої освіти м. Харкова стали учасниками всеукраїнського проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність».

Це не просто слова. Експериментальне впровадження медіаосвіти в педагогічну практику закладів освіти України на всіх рівнях засвідчує необхідність її подальшого масового впровадження. Регіональний експеримент за темою «Науково-методичні засади впровадження медіаосвіти в систему навчально-виховної роботи навчальних закладів Харківської області», який тривав упродовж 2012-2018 років підтверджує тезу, яка зафіксована в новій редакції Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (2016) про те, що «перші досягнення з експериментального впровадження медіаосвіти в Україні підтверджують необхідність інтеграції ініціатив суб'єктів освітнього процесу і широкої громадськості в ефективну національну медіаосвітню систему» [3].

Щодня ця медіаосвітня ініціатива знаходить усе більше прихильників.

Міністерство освіти і науки, розуміючи важливість формування медіаграмотної особистості, вже прописало в новому Державному стандарті початкової освіти медіакомпетентності, яких має набути учень початкової школи. У проекті Державного стандарту загальної середньої освіти, який було нещодавно представлено міністерством, також передбачено набуття цих компетентностей школярами.

На підставі сказаного вище, можемо дійти таких висновків:

- Науково-методична, навчальна та експериментальна діяльність Харківської академії неперервної освіти спрямована на створення умов для формування медіаграмотності педагогів як у курсовий, так і в міжкурсний періоди.
- Залучення педагогічних працівників Харківської області до здійснення науково-дослідної роботи щодо запровадження медіаосвіти як інноваційної педагогічної технології дозволяє довести на практиці її ефективність.
- Система інноваційної діяльності Харківської академії неперервної освіти забезпечує формування медіаграмотності педагогічних працівників як одного з чинників удосконалення професійної майстерності в умовах сучасного інформаційного суспільства.
- Упровадження медіаосвіти сприяє розвитку у вихованців закладів дошкільної освіти, в учнів закладів загальної середньої освіти медіакультури, дозволяє забезпечити їхню підготовку до ефективної взаємодії із сучасним інформаційним середовищем.

Отже, виходячи з того, що медіаосвіта відповідає інтересам дітей, батьків і освітян, гуманістичним цінностям і загальним тенденціям розвитку сучасного суспільства та є важливою складовою модернізації освіти, яка сприятиме розбудові в країні інформаційного суспільства, розвитку економіки знань, становленню громадянського суспільства, існує потреба практичної реалізації основоположних засад Концепції впровадження медіаосвіти в Україні й подолання перешкод на шляху досягнення висунутих завдань [3], тому рішенням колегії Департаменту науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації «Про стан проведення дослідно-експериментальної роботи в Харківській області на базі закладів дошкільної та загальної середньої освіти» від 27 грудня 2018 року, де заслуховувалося питання про стан реалізації регіональної програми дослідно-експериментальної роботи «Науково-методичні засади впровадження медіаосвіти в систему навчально-виховної роботи закладів освіти Харківської області» на 2013-2018 роки, яке було затверджено наказом Департаменту науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації «Про затвердження рішень колегії Департаменту науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації від 27.12.2018» від 18.01.2019 № 18 [6], було схвалено результати дослідно-експериментальної роботи регіонального рівня «Науково-методичні засади впровадження медіаосвіти в систему навчально-виховної роботи закладів освіти Харківської області» на 2013 – 2018 роки та рекомендовано продовжити програму дослідно-експериментальної роботи за оновленою темою «Науково-методичні основи створення моделі наскрізної медіаосвіти в закладах освіти Харківської області» на 2019 – 2024 роки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дегтярьова Г.А. Звіт про стан реалізації регіональної програми дослідно-експериментальної роботи «Науково-методичні засади впровадження медіаосвіти в систему навчально-виховної роботи закладів освіти Харківської області» на 2013-2018 роки, затвердженої рішенням колегії Департаменту науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації від 06.09.2013 р. «Про стан експериментальної діяльності навчальних закладів Харківської області».
2. Джерело педагогічної майстерності. Упровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес навчальних закладів: Науково-методичний журнал. – Випуск 1 (13). – Харків: Харківська академія неперервної освіти, 2016. – 222 с.
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) (постанова Президії НАПН України від 21.04.2016 р. № 1-2/7-110) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/
4. Коропатник М. Медіаосвіта в Україні: історія і сьогодення [Електронний ресурс] / Михайло Коропатник. – Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/109905/16-Koropatnyk.pdf?sequence=1>
5. Матеріали обласної науково-практичної конференції «Практична медіаосвіта: навчання основ медіаграмотності» (29 листопада 2017 року, м. Харків) [Електронний ресурс]. – Харків: Харківська академія неперервної освіти, 2017. – 686 с. – Режим доступу: http://www.aup.com.ua/ml/Zbirka_Kharkiv_2017.pdf.
6. Наказ «Про затвердження рішень колегії Департаменту науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації» від 27.12.2018.

7. Програма дослідно-експериментальної роботи за темою «Науково-методичні засади впровадження медіаосвіти в систему роботи навчальних закладів Харківської області» на базі дошкільних, позашкільних і загальноосвітніх навчальних закладів на 2013-2018 роки (затверджена рішенням колегії Департаменту науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації від 06.09.2013 р. «Про стан експериментальної діяльності навчальних закладів Харківської області»).
8. Указ Президента України № 344/2013 «Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року».

***Аннотація.** В статье Г. Дегтяревой «Внедрение медиаобразования в систему работы учебных заведений Харьковской области: достижения, проблемы, перспективы» представлен анализ результатов деятельности Харьковской академии непрерывного образования по подготовке в 2012-2018 гг. педагогов области к внедрению медиаобразования в рамках осуществления регионального эксперимента «Научно-методические основы внедрения медиаобразования в систему учебно-воспитательной работы учебных заведений Харьковской области»(2012-2018).*

***Ключевые слова:** система последипломного педагогического образования, медиаобразование, медиаграмотность, медиакомпетентность, медиapedагоги, региональный эксперимент.*

***Summary.** In the G. Degtyareva's article «Implementation of media education in the system of work of educational institutions of the Kharkiv region: achievements, problems and perspectives» was given an analysis of the results of the Kharkiv Academy of Continuing Education activities on the preparation of 2012-2018 teachers of the region for the implementation of media education within the framework of the regional experiment «Scientific and methodical bases for implementing media education in the system of educational work of educational institutions of Kharkiv region» (2012-2018).*

***Key words:** the system of postgraduate pedagogical education, media education, media literacy, media competence, media education, regional experiment.*

Валерій Коваленко

*Криворізька загальноосвітня школа I – III ступенів № 52 Криворізької міської ради Дніпропетровської області,
заступник директора з навчально-виховної роботи*

ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ЦИФРОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ У КОНТЕКСТІ ЗДІЙСНЕННЯ ДОСЛІДНО-ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЇ РОБОТИ НА БАЗІ ЗАКЛАДУ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

***Анотація:** В умовах інформаційної агресії сусідньої держави важливим завданням, яке стоїть перед сучасним закладом загальної середньої освіти є формування інформаційно-цифрової компетентності у підростаючого покоління. Стаття присвячена теоретичному аналізу науково-методичної літератури з означеного питання, а також спектру можливостей і викликів, які постають перед сучасним експериментальним закладом освіти.*

***Ключові слова:** інформаційно-цифрова компетентність, інформаційна компетентність, цифрова компетентність, цифрова грамотність, цифрова рівність, Європейська Рамка цифрової компетентності, знання, уміння, відповідальність і мотивація.*

Впровадження інформаційно-цифрових технологій – один з основних напрямів процесу реформування системи освіти в цілому і сучасного закладу загальної середньої освіти зокрема, який продиктований потребами інноваційного цифрового суспільства, у якому головним рушієм прогресу є індивідуальний розвиток особистості. Сформована інформаційно-цифрова компетентність дозволить людині бути успішною в сучасному інформаційному просторі, оперувати і управляти інформацією, швидко приймати рішення, пристосовуватись до потреб ринку праці (формувати основні життєві компетенції).

В умовах модернізації змісту освіти, впровадження Концепції Нової української школи, провідне завдання, яке висувається перед закладом загальної середньої освіти полягає у реалізації компетентнісного підходу до організації освітнього процесу (пе-

рехід від «школи знань» до «школи компетентностей»), що в свою чергу сприятиме самореалізації здобувачів освіти у майбутньому, а також, створення сучасного якісного навчального середовища для задоволення освітніх потреб кожної дитини. Не випадково серед дев'яти ключових компетентностей НУШ – є інформаційно-цифрова, як одна із головних. У науково-методичній літературі вчені найчастіше розділяють два поняття «інформаційна компетентність» і «цифрова компетентність». Розглянемо більш детально кожне із цих понять.

Дослідженню сутності поняття «інформаційна компетентність» на сучасному етапі розвитку педагогічної науки присвячені праці багатьох вітчизняних та зарубіжних учених, зокрема В. В. Акуленка, В. Ю. Бикова, О. В. Божинської, О. Б. Зайцевої, А. Є. Петухової, О. А. Сисоєвої, D. Bawden, R. Paul, C. Stern та ін.

Аналіз перерахованих робіт показав, що під інформаційною компетентністю вчені розуміють «системний обсяг знань, умінь і навичок, набуття, перетворення, передачі та використання інформації у різних галузях людської діяльності для якісного виконання професійних функцій» [2].

Незважаючи на велику кількість наукових робіт, присвячених питанню цифрової компетентності (С. Прохорова, Дж. Равен, О. Сисоєва, М. Спектор та ін.) єдиного усталеного терміна для визначення даного виду компетентності немає. Вивчення робіт зарубіжних науковців показує, що у більшості випадків використовується два терміни – цифрова компетентність (digital competence) та цифрова грамотність (digital literacy).

Цифрова компетентність – здатність і готовність до ефективного, критичного і безпечного використання сучасних інформаційно-цифрових технологій для вирішення різних життєвих задач.

Цифрова компетентність – готовність і здатність особистості застосовувати інформаційно-цифрові технології впевнено, ефективно, критично і безпечно у різних сферах життєдіяльності (інформаційне середовище, комунікація, споживання, техносфера) на основі оволодіння відповідними компетенціями, як системою знань, умінь, відповідальності і мотивації.

Термін «цифрова грамотність» був вперше запропонований у 1997 р Полом Гілстером в його книзі з однойменною назвою [Gilster, 1997]. Автор визначив цифрову грамотність як здатність критично розуміти і використовувати інформацію, отриману за допомогою комп'ютера в різних форматах з широкого спектру джерел даних.

Науковці виділяють чотири види цифрової компетентності:

- 1) Інформаційна та медіакомпетентність – знання, уміння, мотивація і відповідальність, які пов'язані з пошуком, розумінням, організацією, архівуванням цифрової інформації і її критичним усвідомленням, а також зі створенням інформаційних об'єктів, що передбачають використання цифрових ресурсів (текстових, графічних, аудіо та відео);
- 2) Комунікативна компетентність – знання, уміння, мотивація і відповідальність, які потрібні для різних форм комунікації (електронна пошта, чати, блоги, форуми, соціальні мережі та інше) і доцільно використовувати з різною метою.
- 3) Технічна компетентність – знання, уміння, мотивація і відповідальність, що дозволяють ефективно і безпечно використовувати технічні і програмні засоби для вирішення різних задач, у тому числі використання комп'ютерних мереж, хмарних сервісів, тощо.

4) Споживча компетентність – знання, уміння, мотивація і відповідальність, які дозволяють вирішувати з допомогою цифрових пристроїв і можливостей мережі Інтернет різні щоденні задачі, які пов’язані із задоволенням конкретних потреб. Важливим є врахування умов ефективного формування інформаційно-цифрової компетентності:

- організаційні здібності;
- педагогічні вміння (професійна кваліфікація);
- володіння сучасною цифровою технікою та інформаційними технологіями;
- відкритість;
- комунікабельність;
- гнучкість;
- співробітництво (групова взаємодія).

Сучасне розуміння цифрової компетентності містить Європейська Рамка цифрової компетентності, видана у 2017 році [10], яка включає 21 навчальний результат у 5 сферах компетентностей (схема 1).

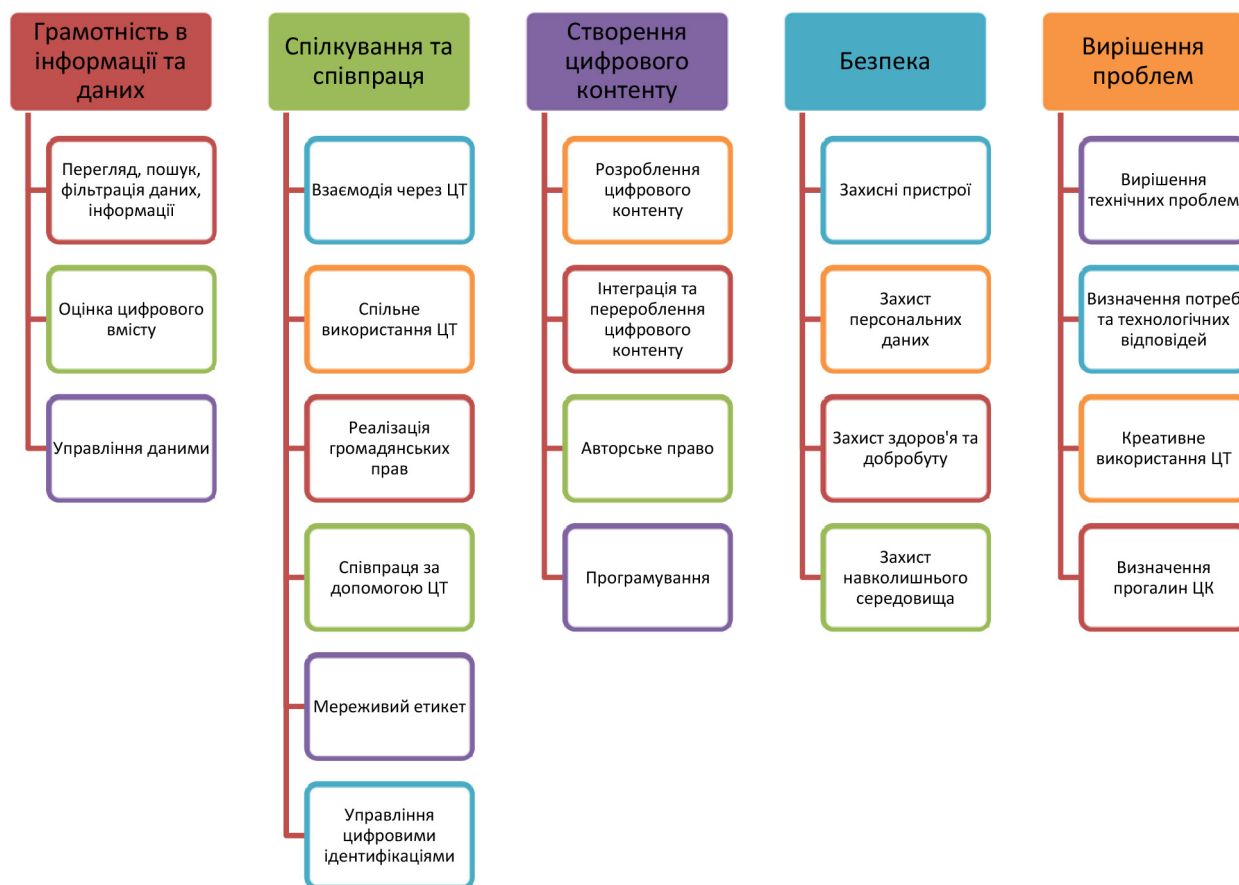


Схема 1. Сфери компетентностей за Європейською Рамкою цифрової компетентності

З опису цифрової компетентності для ЄС, очевидно, що вона розроблена на випередження і забезпечення актуальності компетенцій у найближчому майбутньому, оскільки визнає інтеграцію соціальних медіа та появу таких технологій, як штучний інтелект, робототехніка, віртуальна та доповнена реальність; враховує необхідність цифрової безпеки, управління власною цифровою ідентичністю, захист даних (наприклад,

облікових записів електронної пошти), та самосприйняття в он-лайн – середовищах (наприклад, поведінка в соціальних мережах).

Отже, цифрова компетентність – це основана на безперервному оволодінні компетенціями (знаннями, уміннями, мотивацією, відповідальністю) здатність особи впевнено, ефективно, критично і безпечно обирати та використовувати технології в різних сферах життєдіяльності (інформаційне середовище, комунікації, споживання, безпека та прийняття рішень у технофері), а також готовність особи до такої діяльності. Тому, цифрова компетентність – це не тільки сума загальнодоступних і професійних знань та умінь, які представлені в різних моделях цифрових компетенцій, а також націленість на ефективну діяльність та особисте відповідальне ставлення до неї.

Інститут інформаційних технологій в освіті ЮНЕСКО у своїх програмах використовує термін «цифрова грамотність». Зокрема, аналітична записка інституту вийшла під назвою «Цифрова грамотність в освіті» [13]. У документі зазначається, що цифрова компетентність педагога включає в себе такі компоненти, як знання і вміння, що мають відношення до освітніх стратегій, обізнаність з інноваціями в дидактиці та педагогіці, питання етичності використання сучасних інформаційно-цифрових технологій, а також здатність вчителя використовувати ІКТ-ресурси у навчанні, особистому професійному розвитку та при організації освітнього процесу.

У мінливому інформаційно-цифровому суспільстві, яке стрімко змінюється важливим аспектом є досягнення цифрової рівності. Під терміном «цифрова рівність» розуміють рівні можливості в доступі до соціальних та економічних вигод від використання можливостей мережі Інтернет та цифрових гаджетів.

Основними характеристиками цифрової рівності є:

- цифрові можливості;
- доступ до мережі Інтернет та ключових цифрових технологій;
- цифрова ілюзія;
- активна участь в житті інформаційного суспільства;
- цифрова компетентність;
- рівні можливості для здобувачів освіти щодо використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

У розуміння поняття цифрової грамотності вкладають ті характеристики, які притаманні саме компетентності, оскільки передбачають не тільки власне грамотність як таку, а й здатність і спроможність висловлювати судження та проявляти власну позицію у застосуванні інформаційно-цифрових технологій. Таке трактування свідчить про те, що до характеристики категорії включено не лише елементи, які є показниками знань і грамотності, а й ціннісні, особистісні якості, що формуються у людини, разом зі здобуттям необхідного обсягу знань [10].

Ключовими вимогами до сучасних педагогічних працівників закладу загальної середньої освіти в контексті імплементації поняття «цифрова грамотність» можна віднести наступні:

- виділення ключових завдань (елементарних завдань) та знаходження алгоритмів їх вирішення;
- знаходження та опрацювання певних обсягів інформації (загальні відомості, статистичні закономірності, тощо);
- критичне осмислення знайденої інформації відповідно до запитів цільової аудиторії;

- пропозиція (пропозиції) власного вирішення конкретного завдання;
- отримання кінцевого результату під час вирішення конкретного завдання (критичне осмислення результату власних дій).

Паралельно з цим пропонуються й складові цифрової грамотності для учня та його здатність демонструвати такі елементи, як:

- визначення;
- знаходження;
- оцінювання;
- створення;
- спілкування (комунікація).

Концепція Нової української школи передбачає взаємодію трьох ключових учасників освітнього процесу за схемою: «Педагоги – діти – батьки», тому ефективним механізмом формування інформаційно-цифрової компетентності є цілеспрямована робота з кожним із зазначених суб'єктів.

В умовах декларацій щодо автономії закладів загальної середньої освіти в якості головного і ключового вектора діяльності ЗЗСО визначено – здійснення дослідно-експериментальної роботи за темою: «Створення системи шкільної медіаосвіти на основі принципів наскрізного навчання».

Ефективним механізмом забезпечення формування ключових предметних компетентностей є вдале поєднання інваріантної, варіативної, гурткової та позакласної роботи під час побудови освітньої програми закладу загальної середньої освіти. З цією метою з годин варіативної складової введені курси за вибором медійного спрямування: «Я у медіапросторі» (2 клас, школа I ступеня), «Основи медіаграмотності (пропедевтичний курс)» (8, 9 класи, школа II ступеня), «Основи медіаграмотності» (10, 11 класи, школа III ступеня), а також гурткова робота за програмою «Основи тележурналістики» (цільова категорія – учні 7 – 9 класів).

З метою ефективної та цілеспрямованої діяльності з боку адміністрації закладу загальної середньої освіти в контексті здійснення дослідно-експериментальної роботи один з головних пріоритетів спрямований на відпрацювання дієвої функціональної моделі роботи ЗЗСО.

Функціональна модель діяльності КЗО «КЗШ № 52 КМР ДО» включає в себе декілька змістових блоків: перший і головний – інноваційна діяльність (передбачає роботу проектних робочих творчих груп, співпрацю з освітніми партнерами, науково-експериментальну діяльність учнівського контингенту, роботу з представниками батьківської громадськості), другий вектор діяльності – робота з педагогічними кадрами – функціональна підсистема «Сходинки до успіху».

Методичні аспекти організації діяльності закладу загальної середньої освіти в контексті здійснення дослідно-експериментальної роботи наведений у наступних літературних джерелах [3, 4, 5, 6, 7, 8].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Деркач В. В., Коваленко В. С. Інтеграція медіаосвіти в систему базової шкільної та позашкільної освіти як фактор формування медіаграмотності та медіакомпетентності учнів // Медіаосвіта Дніпропетровщини: Каталог експериментальних навчальних закладів. Збірка / ред.. – уряд. М. Г. Ватковська, П. В. Пасічник, В. М. Піщанська. – 2015. – С. 52.
2. Калінін В. Формування інформаційно-цифрової компетентності учнів старшої школи засобами іноземної мови як ключової компетентності Нової української школи. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mir.dsru.edu.ua/article/download/144291/142184>
3. Коваленко В. С. Інтернет і медіаосвітні технології // Науково-методичний журнал «Відкритий урок: Розробки. Технології. Досвід». – 2014. – №№ 07 – 08. – С. 49 – 50.
4. Коваленко В. С. «ІКТ у науково-методичній роботі» // Науково-методичному журналі «Відкритий урок: Технології. Досвід. Розробки». – 2014. – № 5. – С. 18 – 24.
5. Коваленко В. С. Створення ефективної системи шкільної медіаосвіти на основі принципів наскрізного навчання в контексті модернізації інформаційно-освітнього середовища // Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ.: Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018. – С. 101 – 106.
6. Коваленко В. С. «Експериментальний загальноосвітній навчальний заклад в інноваційному освітньому просторі» // Збірник статей П'ятої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ.: Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2017. – С. 237 – 243.
7. Коваленко В. С. Застосування Інтернет та медіаосвітніх технологій у навчально-виховному процесі в умовах збагачення інформаційної компетентності інноваційної особистості учня через здійснення дослідно-експериментальної роботи на базі загальноосвітнього навчального закладу // Матеріали обласної науково-практичної конференції «Впровадження медіаосвіти в практику роботи навчальних закладів області» (21 травня 2014 року). – Дніпропетровськ, 2014. – С. 28 – 34.
8. Коваленко В. С. «Створення адаптивної системи шкільної медіаосвіти на основі принципів наскрізного навчання в контексті діяльності закладу загальної середньої освіти» // Педагогічне Криворіжжя: педагогічний альманах: зб. Науково-методичних праць. – Кривий Ріг: ВЦ КДПУ; Айс Принт. – 2018. Вип. 4. – С. 78 – 82.
9. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи. – К.: К.І.С., 2004. – 111 с.
10. Овчарук О. Інформаційно-комунікаційна компетентність як предмет обговорення: міжнародні підходи. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/17185730.pdf>
11. Основи стандартизації інформаційно-комунікаційних компетентностей в системі освіти України: метод. рекомендації / [В. Ю. Биков, О. В. Білоус, Ю. М. Богачков та ін.]; За заг. ред. В. Ю. Бикова, О. М. Спіріна, О. В. Овчарук. – К.: Атіка, 2010. – 88 с.

12. Кравчук О. І. Цифрова компетентність менеджера з персоналу [Електронний ресурс] / О. І. Кравчук // Соціально-трудова відносина: теорія та практика . – 2018. – № 1. – С. 172 – 191. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/stvttp_2018_1_19
13. Пінчук, О.П., Литвинова, С.Г., Буров, О.Ю. Інформаційні технології і засоби навчання. – 2017.-Том 60. – № 4 (2017). – С. 28 – 45.
14. Прохорова С. М. Поняття цифрової компетентності вчителя іноземної мови у світовому освітньому просторі / С. М. Прохорова // Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Педагогічні науки. – 2015. – Вип. 4. – С. 113 – 116.
15. UNESCO Institute for Information Technologies in Education (2011). Digital Literacy in Education. Policy brief [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://iite.unesco.org/pics/publications/en/files/3214688.pdf> .
16. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования / Г. У. Солдатова, Т. А. Нестик, Е. И. Рассказова, Е. Ю. Зотова. – М.: Фонд Развития Интернет, 2013. – 144 с.

***Annotation:** In the conditions of informative aggression of the nearby state is the important task which stands before modern establishment of secondary education there is a formation of information digital competence of a rising generation. The article is devoted to the theoretical analysis scientifically methodical literatures of the noted question, and also spectrum of possibilities and calls which appear before modern experimental establishment of education.*

***Keywords:** informatively digital competence, informative competence, digital competence, digital literacy, digital equality, European Scope of digital competence, knowledge, ability, responsibility and motivation.*

Аннотация: В условиях информационной агрессии соседнего государства важным заданием, которое стоит перед современным заведением общего среднего образования есть формирование информационно цифровой компетентности у подрастающего поколения. Статья посвящена теоретическому анализу научно-методической литературы по отмеченному вопросу, а также спектру возможностей и вызовов, которые возникают перед современным экспериментальным образовательным заведением.

***Ключевые слова:** информационно-цифровая компетентность, информационная компетентность, цифровая компетентность, цифровая грамотность, цифровое равенство, Европейская Рамка цифровой компетентности, знания, умения, ответственность и мотивация.*

*Тетяна Устименко
Полтавський інститут
післядипломної педагогічної освіти ім. М. В.
Остроградського,
професор кафедри менеджменту освіти*

ЯК ВИМІРЯТИ ЕФЕКТИВНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ: КРИТЕРІЇ ТА ІНДИКАТОРИ ОЦІНКИ МЕДІАСЕРЕДОВИЩА ОСВІТНЬОГО ЗАКЛАДУ

***Анотація.** В статті обґрунтовано застосування критеріїв оцінки медіасередовища освітнього закладу – медіаландшафт, адміністрування щодо медіаосвіти, медіакультура освітян.*

Розроблено систему індикаторів, за якими можна кількісно оцінити розвиток медіасередовища освітнього закладу та розробити дорожню карту ефективного впровадження медіаосвіти в діяльність освітнього закладу.

***Ключові слова:** медіаосвіта, медіасередовище, кількісні критерії оцінки впровадження медіаосвіти.*

Постановка проблеми. В Україні, як і всьому світі медіаосвіта активно впроваджується на всіх рівнях бо це критично важливо для розвитку суспільства. Критичне мислення і вміння працювати з інформацією – найважливіші якості сучасної людини. Ризики, пов'язані з недоліком медіаграмотності громадян обов'язково проявлять себе в різного роду негативних явищах. Для суспільства – це загроза демократії: дезінформація, маніпуляції фактами, нав'язлива пропаганда. На рівні окремої людини – це стрес, психологічні залежності, булінг, тощо. В економіці – непродуктивні бізнес-рішення, недобросовісна реклама, відставання від глобальних трендів. В Україні, як і в усіх пострадянських країнах, ці проблеми дуже актуальні. Тому, всі зусилля, спрямовані в сферу медіаосвіти, матимуть суттєвий результат для розвитку і суспільно прогресу країни. Власне, медіаосвіту треба вважати фундаментальною складовою політичної освіти загалом.

Чітке розуміння інформаційних загроз важливо для всіх країн. За короткий термін ми опинилися свідками багатьох впливів на геополітичні процеси. Зокрема, BREXIT, виборча кампанія Дональда Трампа, проблеми з радикальними політичними рухами

в Європі, і тому подібне. Масивні атаки проросійської пропаганди та інформаційний вплив на виборчі процеси вже відмітили низка країн, зростає кількість кібератак на Європейські урядові організації.

В документах, затверджених Євросоюзом та ООН наголошується, що медіаграмотність є базовим елементом політики в сфері споживання інформації, основою обізнаності в питаннях прав людини, необхідною умовою залучення громадян до участі в демократичному житті, дієвим фактором міжкультурного діалогу.

В Україні одним з головних інструментів впровадження медіаграмотності є Концепція впровадження медіаосвіти, яка була схвалена постановою Президії Національної академії педагогічних наук України в травні 2010 року (нова редакція – в квітні 2016 року). Концепція базується на вивченні медіакультури населення України та міжнародному досвіді організації медіаосвіти. Головні завдання Концепції полягають у сприянні формуванню медіаімунітету особистості, рефлексії і критичного мислення, здатності до медіаторчості.

За вимогами Концепції медіаосвіта в Україні повинна стати фундаментом гуманітарної безпеки держави, розвитку і консолідації громадянського суспільства, протидії зовнішньої інформаційної агресії, всебічно підготувати молодь до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формувати медіа культуру громадян відповідно до їх вікових, індивідуальних та інших особливостей.

У 2018-2019 роках, з початком масового впровадження освітньої реформи Нової Української школи (НУШ), інформаційна та медіаграмотність – одна з ключових компетенцій учня.

Медіаосвіта дорослих в умовах реформування суспільно-економічного життя в Україні має істотне значення – вона допомагає людям підкріпити їх активну громадянську позицію, сприяє розумінню своїх громадянських прав та обов'язків.

Всесвітній економічний форум (The World Economic Forum) опублікував доповідь The Future of Jobs, в якому визначив вміння критично мислити в ТОП-10 компетенцій, які будуть найбільше цінуватися серед роботодавців в 2020 році.

Стрімкий розвиток інформаційного середовища настійно вимагає цілеспрямованої підготовки особистості до взаємодії з ним. Медіа потужно й суперечливо впливають на суспільство. Тому виникає гостра потреба в розвитку медіаграмотності, одна з головних задач якої полягає в запобіганні вразливості людини до медіанасилля і медіаманіпуляцій, втечі від реальності в екранні та цифрові залежності.

Можна думати, що застереження щодо «брудної політики» та «маніпуляцій у ЗМІ» як негативних явищ притаманні саме пострадянським країнам, але це не зовсім так. Провідні політологи та соціологи вважають, що держава та існуючі бюрократичні інститути в принципі схильні до імітації громадянської активності. Багато форм громадянської участі бюрократичними інституціями експлуатуються для видимості, «за звичкою», для каналізації протестної енергії, але не призводять до реального впливу громадян на політичні процеси. Аналіз цієї традиції заснував французький філософ Жан Бодріяр у своїй книзі «Симулякри і симуляція». За думкою вченого, якщо не докласти спеціальних зусиль, механізми громадської участі та демократичні процедури будуть згортатися до формальних, позбавлених смислу «віртуальних» аналогів та продукування готових нескладних моделей взаємодії, що замінюють повноцінний діалог між людьми [1].

Постановка завдань дослідження. Критерії оцінки медіасередовища розробляються на основі засадничих документів, що визначають медіаосвіту в Україні та моні-

торингу існуючих практик формування медіаграмотності, що вже складаються в освітніх закладах Полтавської області.

До основних засадничих документів відносимо:

- Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція 2016 р.)[2];
- Європейські критерії медіа грамотності [3].

Вказані документи, що розроблені на основі загальноновизнаних підходів у цій галузі є універсальними та містять положення, необхідні для проектування показників та індикаторів медіаграмотності.

Зокрема, Концепція впровадження медіаосвіти в Україні «базується на вивченні стану медіакультури населення України та міжнародному досвіді організації медіаосвіти. Основні положення Концепції відповідають завданням, сформульованим у Паризькій програмі-рекомендаціях з медіаосвіти ЮНЕСКО (від 22 червня 2007 р.), резолюції Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрової інформації (від 16 грудня 2008 р.), Декларації ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності (від 17 червня 2011 р.) та Паризькій декларації ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в цифрову епоху (від 28 травня 2014 р.)».

Вона дає визначення основних понять, мети та завдань медіаосвіти, її напрямків та пріоритетів.

В документі відзначається, що особистість в сучасному світі має бути медіакомпетентною, що значить «розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіакультурних цінностей, смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства, реалізувати активну громадянську позицію».

І далі: «головною метою медіаосвіти є формування медіакультури особистості в середовищі значущих для неї спільнот (малих груп, родин, навчальних і виробничих колективів, місцевих громад тощо)».

Як бачимо, критерії оцінки діяльності освітніх закладів у цьому напрямку мають співвідноситися з поняттям медіакультури особистості, її близького та широкого оточення.

Згідно з ідеологією та методологією, які закладені в Концепцію впровадження медіаосвіти в Україні, формування необхідної обізнаності, грамотності та компетентності здійснюється інтегровано, через різні форми та напрямки педагогічної роботи, психологічного супроводу, громадську активність, заходи естетичного спрямування, сприяння розвитку креативності, тощо. Тобто медіаосвіта не виділяється в окремий напрямок а має бути внутрішнє присутня в комплексі освітньої діяльності навчальних закладів.

Це сучасний загально прийнятий в галузі медіаосвіти підхід, так само як в Європейських критеріях медіаграмотності пропонується розрізняти два фундаментальних виміри медіаграмотності: індивідуальні компетентності та середовищні чинники.

«Індивідуальні компетентності (Individual competences) – це здатність особи отримувати, використовувати, аналізувати, розуміти й створювати медіапродукцію. До складу індивідуальної медіакомпетентності входить широкий набір навичок, які дають змогу підвищити рівень обізнаності щодо інформаційного простору, здійснювати критичний аналіз, творчо розв'язувати проблеми, створювати новий зміст (контент) і спілкуватися, зокрема брати участь у громадському житті.

Середовищні чинники (Environmental factors) – це набір зовнішніх чинників, які визначаються різними контекстами життя і мають здатність впливати на індивідів. Для

визначення медіаграмотності важливими є такі елементи середовища, які стосуються медіаосвіти, медіаполітики, культурного середовища, громадянських прав, ролі медіаіндустрії, стану розвитку громадянського суспільства тощо».

Європейські критерії медіаграмотності містять детально описану структуру показників медіаграмотності, рівнів їх представленості та розвитку, критерії оцінки за системою індикаторів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Оскільки впровадження медіаосвіти в Україні проходить лише перші етапи, застосування європейських критеріїв до оцінки медіаграмотності в наших навчальних закладах може показати дуже нерівномірні і невисокі показники. Однак цей підхід і його інструментарій можна покласти в основу проектування власних критеріїв оцінки медіасередовища освітнього закладу, що було зроблено у цій статті.

Пропонується така структура критеріїв:

- Медіаландшафт (1)
- Адміністрування щодо медіаосвіти (2)
- Медіакультура освітян (3)

Ці критерії відносяться до середовищних в термінах Європейських критеріїв і, по-суті, дозволяють оцінити зовнішні умови, що складаються для в освітньому закладі щодо запровадження медіаосвіти та розвитку медіакомпетентності здобувачів освіти.

Система індикаторів, що відповідають кожному з визначених критеріїв, за якими можна ідентифікувати розвиток медіаграмотності в навчальному закладі, наведено в Табл.1.

Таблиця 1.

Система індикаторів, за якими можна ідентифікувати розвиток медіаграмотності в навчальному закладі

	Критерії	Зміст	Індикатори
1	Медіа-ландшафт	1.1. Доступ до швидкісного Інтернету	1.1.1. Доступ до швидкісного Інтернету 1.1.2. Кількість сучасних комп'ютеризованих робочих місць 1.1.3. Наявність технічних засобів створення медіа контенту 1.1.4. Наявність витратних матеріалів для креативу та медіа творчості
		1.2. Розвиток медіа індустрії в регіоні	1.2.1. Оцінка впливу та тиражності місцевих ЗМІ 1.2.2. Можливість залучення професійних медійників до освітнього процесу
2.	Адміністрування	2.1. Освітня політика в країні та регіоні	2.1.1. Чи існують рекомендації щодо обов'язкової медіаосвіти в навчальних планах національного, регіонального або локального рівня? 2.1.2. Чи є спеціалізовані відділи в управлінській системі, присвячені медіаосвіті?

		2.2. Внутрішня освітня політика і практики навчального закладу	2.2.1. Чи є медіаосвітні курси в навчальних планах 2.2.2. Чи є спеціальні медіаосвітні гуртки 2.2.3. Чи є заходи, що спрямовані на розвиток критичного мислення 2.2.4. Чи є заходи, що спрямовані на розвиток громадянських компетентностей 2.2.5. Чи є заходи щодо презентації дитячої творчості 2.2.6. Чи є медіа освітні акценти в виховній роботі, роботі з батьками 2.2.7. Чи є медіа освітні заходи в діяльності бібліотеки 2.2.8. Чи є медіа освітні заходи, програми підвищення комунікативних навичок в роботі шкільного психолога
		2.3. Взаємодія з громадою	2.3.1. Чи налагоджено контакт з громадою, чи відбуваються події та програми, які цьому сприяють
		2.1. Проектна діяльність	2.4.1. Чи є школа розробником/учасником проєктів, пов'язаних з темою
3.	Медіа-культура педагогів	3.1. Професійна підготовка вчителів	3.1.1. Чи є вчителі, що отримали спеціальні навички в рамках академічної підготовки 3.1.2. Чи є можливості неформальної освіти, самоосвіти вчителів
		3.2. Освітня активність	3.2.1. Чи є в навчальному закладі учасники спеціальних освітніх проєктів на національному або регіональному рівні, прямо пов'язаних зі шкільною медіаосвітою 3.2.2. Чи є сертифіковані зовнішніми освітніми інституціями тренери, наставники з профільних напрямків – громадянська освіта, суспільний діалог, сучасний освітній простір, ІКТ, ТРВЗ та ін.

За цими індикаторами (тобто відповідаючи на кожен пункт позитивно чи негативно) можна провести самооцінку сформованості медіасередовища освітнього закладу або ж сторонню експертизу відповідної діяльності.

За отриманими оцінками щодо кожного критерію можна встановити загальний рівень розвитку медіа середовища навчального закладу та умови, що створюються для формування медіакомпетентності учнів. Більше того, можна намітити траєкторію та дорожню карту вдосконалення медіасередовища освітнього закладу, що є дуже важливим в сучасних умовах.

Характеристики, що описують різні рівні надано в Табл.2.

Характеристики рівня розвитку медіа середовища освітнього закладу.

<i>Рівні</i>	<i>Характеристика рівня</i>
Базовий	В навчальному закладі слабка матеріально-технічна база для застосування медіатехнологій та навчання ним учнів. Відсутня систематична робота щодо впровадження медіаосвіти, немає розуміння її необхідності. Серед педагогів та менеджменту навчального закладу немає спеціально підготовлених та вмотивованих фахівців з медіаосвіти.
Середній	В навчальному закладі створено достатню матеріально-технічну базу для застосування медіа технологій та навчання ним учнів. Робота щодо впровадження медіаосвіти ведеться в певних окремих напрямках, є напрацювання, які можуть послужити «точкою росту» для медіаосвіти. Серед педагогів та менеджменту навчального закладу є окремі фахівці, що отримали певні рівні або тренінгові модулі з медіаосвіти.
Розвинутий	Є сильна і постійна стратегія запровадження медіаграмотності і практика її реалізації. Має місце активне і регулярне залучення всіх учасників педагогічного процесу до подій, які значно розвивають медіаграмотність. Є стабільна співпраця між громадськими об'єднаннями й освітнім закладом на підтримку медіа грамотності. Гарні освітні ресурси для медіаосвіти (технічні, організаційні, кадрові). Є успішні освітні кейси, навчальні програми, досвід проведення заходів. Є фахово підготовлені педагоги, що здатні інтегрувати медіаосвіту у викладання свого предмету.

Висновки. Медіаграмотність є важливою освітньою компетентністю сучасної людини, а впровадження медіаосвіти — актуальним напрямком модернізації освіти.

Першим необхідним напрямком впровадження медіаосвіти може стати об'єктивна оцінка розвитку медіасередовища школи.

Критеріями оцінки медіасередовища освітнього закладу є медіаландшафт, адміністрування щодо медіаосвіти, медіакультура освітян.

Розроблено систему індикаторів за якими можна кількісно оцінити розвиток медіасередовища освітнього закладу та розробити дорожню карту вдосконалення медіасередовища освітнього закладу

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бодріяр, Жан. Симулякри і симуляція / пер. з фр. В. Ховхун. — К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. — 230 с.
2. Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція 2016 р.) http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/
3. Найдьонова Л. А. Навчально-методичний комплекс спецкурсу “Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу”: для слухачів курсів підвищення кваліфікації за очно-дистанційною формою навчання та студентів освітньо-кваліфікаційного рівня “Магістр” за спеціальністю “Управління навчальними закладами” / А. А. Найдьонова. – К. : УМО НАПН України, 2011. – 43 с.

***Аннотація.** В статтє обосновано применение критериев оценки медиасреды образовательного учреждения – медиаландшафт, администрирования по медиаобразования, медиакультура педагогов.*

Разработана система индикаторов, по которым можно количественно оценить развитие медиасреды образовательного учреждения и разработать дорожную карту эффективного внедрения медиаобразования в деятельность образовательного учреждения.

***Ключевые слова:** медиаобразование, медиасреда, количественные критерии оценки внедрения медиаобразования.*

***Annotation.** The article substantiates the use of criteria for assessing the mediaenvironment of an educational institution – the medialandscape, managment for mediaeducation, mediaculture of teachers.*

A system of indicators has been developed by which it is possible to quantify the development of the mediaenvironment of an educational institution and to develop a roadmap for the effective implementation of mediaeducation in the activities of an educational institution.

***Keywords:** media education, mediaenvironment, quantitative criteria for assessing the introduction of mediaeducation.*

МЕДІАСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У ВИЩІЙ ОСВІТІ

*Ірина Іванова, Харківська державна академія
культури,
доцент кафедри журналістики*

ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ ПРОБЛЕМ МЕДІАОСВІТИ У ВИЩІЙ ШКОЛІ

Стаття присвячена методам та прийомам викладання корпусу предметів, пов'язаних з медіаграмотністю. Розглянуто особливості формування інноваційних методик презентації матеріалів з медіаосвіти студентам, що вивчають рекламну справу та зв'язки з громадськістю. Окрему увагу приділено ролі волонтерських рухів як чинників формування грамотного та мотивованого представника медіа.

Ключові слова: *медіаосвіта, медіаграмотність, рекламна діяльність, журналістика, волонтерський рух.*

Сьогодні різноманітні медійні технології суттєво впливають на розвиток суспільства, культурних та мистецьких обривів сучасної України. Від якісної та ефективної роботи засобів масової комунікації, рівня відповідальності працівників медійної галузі залежить багато: форми, методи, канали та характер медійного продукту. Тому велику увагу слід приділяти медійній грамотності студентів, а особливо майбутніх медійників і спеціалістів у галузі реклами та PR. Це й обумовило проблематику даної роботи.

Ступінь розробки проблеми визначається складністю такого соціально-комунікативного феномена, як медійний простір. Серед останніх розвідок варто назвати аналіз медіаресурсу як основи для подальшої модернізації сучасної освіти (В. Бондаренко, Л. Пелепейченко, Н. Яцко), дослідження механізмів комунікації та маніпулятивних прийомів, використовуваних в сучасній українській рекламі (І. Бондаренко, О. Зелінська, В. Іванов), розгляд та аналіз специфіки та маніпулятивного потенціалу реклами в медіа (В. Іванов, Т. Ковалевська, В. Зірка, Г. Почепцов), патологічні та терапевтичні впливи медіа на аудиторію (Н. Слухай, Л. Коваль). Нерозв'язаними досі залишаються проблеми маніпулятивних впливів медіа, визначення ефективних засобів протидії пропагандистським прийомам, спрямованим на споживачів медіапродукції.

У колі наукових інтересів українських дослідників у галузі журналістики, політології, соціальних комунікацій перебуває медійна освіта як така, а також комунікативні аспекти еволюції медіа та становлення медійної освіти. Ця тема опосередковано представлена в роботах з історії української журналістики (А. Животка, І. Михайлин, Н. Фільчикова), медіакомунікацій, періодики (Ю. Бірюльов, Г. Денискіна, В. Мацежинський, В. Бондаренко, Л. Павлюк), аналізована в межах дослідження літературного процесу (О. Зелінська, Д. Розенталь, М. Кохтєв, Л. Феценко).

Це обумовлює завдання статті: визначити провідні напрями розвитку медіаосвіти у вищій школі та накреслити шляхи підвищення рівня медіаграмотності у фаховій галузі; назвати основні позиції в дискусії щодо впливу сучасних медіа на споживачів, розглянути волонтерські організації як чинник виховання медіаграмотного спеціаліста.

Метою статті є визначення основних напрямів розвитку сучасного медіапростору, рівня взаємовпливу рекламної справи та журналістики у сучасних українських ЗМІ.

В Україні розвиток журналістики відбувався під впливом декількох потужних тенденцій. Це європейська творча, виробнича та мистецька культура. Не варто відкидати й радянських традицій пропагандистсько-агітаційного характеру, що міцно вплетені до освіти, практичної діяльності, виховання сучасного журналіста. Третій важіль – це національна специфіка, оскільки мова народу сама по собі має визначати тематику, характер та спрямованість періодичних видань.

Мова творів виявлялася настільки ефективною, наскільки автор трансльованого повідомлення був грамотним і освіченим – компетентним. Саме це питання професійності автора та його вміння орієнтуватися в потоках інформації сприяло розвитку медіаосвіти, зближенню реклами, PR-діяльності, журналістики. Для сучасної України саме зараз тривають зміни у технології виконання та рівні креативності тексту в ЗМІ, точаться дискусії з приводу взаємозв'язку медіа та реклами.

Саме необхідність підвищувати рівень медіаграмотності майбутніх спеціалістів усіх напрямів, пов'язаних із соціальними комунікаціями, робить важливим формування комплексу навчальних дисциплін, призначених для підвищення рівня медіаграмотності студентів гуманітарного корпусу. Особливого значення набуває низка навчальних дисциплін предметів з журналістики та реклами, що мають корелювати, співвідноситися між собою.

Низкою дослідників (В. Цвік, В. Детинкіна, Х. Кафтанджиєв) визначена тенденція до зближення рекламної справи з журналістикою саме через можливість здійснювати маніпуляції з інформацією, створювати рекламні образи, міфологеми, що стають частиною не тільки рекламних технологій, а й сучасної української журналістики. Отже, певні галузі рекламної діяльності можуть бути визначені як особливий різновид журналістики.

В. Цвік вважає, що в сучасному світі рекламу можна визначити як різновид журналістики, більше того, рекламний текст є продуктом журналістської мовотворчості, креативних прийомів, властивих саме журналістиці. Дослідник зазначає: «У них (журналістики і реклами) немало спільного у прийомах та методах створення, засобах розповсюдження і способах впливу на аудиторію, жанрово-тематичних та зображально-виражальних особливостях. У журналістики та реклами, по суті, єдина творча лабораторія. «Мешкаючи під одним дахом», маючи схожі цілі й виконуючи схожі завдання, журналістика й реклама, як можна собі уявити, напевне могли б мати спільну теорію й методика» [5]. Саме тому варто залучати компонент медіаосвіти до викладання на курсах з реклами, журналістики, PR-діяльності.

В. Детинкіна [1] розглядає роль вербальних засобів творення соціальних міфів, що власне є результатом роботи і медіа, уже як готова розробка потрапляють до реклами. Серед засобів творення соціальних міфів на вербальному рівні дослідниця виокремлює фонетичні та морфологічні засоби, що сприяють виникненню особливостей формування рекламних текстів, досліджуються лексичні та синтаксичні повтори; стилістичні засоби як засоби організації рекламної комунікації. У особливий тип дослідниця

виокремлює комплексні імпліцитні засоби формування рекламних міфів, де особлива увага має приділятися соціально-мовленнєвому образу адресата.

У межах дисциплін, присвячених медіаграмотності, вітчизняній теорії журналістики представлена й інша думка. Ідеться про рекламну функцію журналістики. По-перше, рекламу пов'язують виключно з фінансовою складовою роботи журналістів – реклама оплачувана, вона джерело фінансування медіа. По-друге, сучасні дослідники вважають, що реклама не тільки невластивий журналістиці елемент, її втручання псує загальні враження про медіа продукт. І. Михайлін зазначає: «Найважливішим носієм реклами й сьогодні залишається журналістика. важливе джерело фінансування журналістики. Реклама істотно відмінна від журналістської інформації. Завдання журналістики – служити суспільству правдою, адекватно відображати соціальну дійсність. Завдання реклами – обслуговувати, забезпечувати просування товарів, послуг, комерційних фірм, публічних діячів» [3].

Підвищення, оскільки соціальна активність є необхідним чинником формування медіаграмотної особистості. У таких умовах робота працівників освіти у волонтерських організаціях, співпраця з такими організаціями сприятиме удосконаленню навичок самоосвіти, не є виключенням і медійна галузь.

Професія журналіста потребує постійної роботи над собою, формування гармонійної, всебічно розвиненої особистості. Ця робота починається з освітнього закладу, з необхідності дотримання стандартів професійної етики, моральних стандартів журналіста. Адже на ґрунті моральних переконань реалізується духовна спрямованість особистості, складається система морально-етичних цінностей, більшістю з яких керуватиметься в житті та професійній діяльності майбутній спеціаліст. Саме тому тема волонтерства – добродійної діяльності на користь суспільства – є дуже актуальною для сучасної України.

Сьогодні сформувалось розуміння необхідності вивчати культуру медіа, формувати вміння орієнтуватися у медійному просторі, зможти визначити якісні та надійні джерела інформації, розрізнити факти та фактоїди, відверті фейки тощо. Частиною вмінь і має стати волонтерський рух.

Процеси духовного відродження національної самосвідомості, які відбуваються в українському суспільстві в останні десятиліття, спричинили розробку принципово нової технології ознайомлення та навчання медіаграмоті у вищій школі. Сучасний викладач не бере участі у формуванні уже дорослої особистості, він може корегувати систему цінностей, показувати найкращий шлях для гармонійного розвитку особистості, допомагати у становленні медіаграмотного працівника.

Така концепція добре сполучається з концепцією волонтерського руху передусім як національного та соціального явища, оскільки загальноєвропейські та гуманістичні ідеали та особиста свобода вибору в суспільстві мають бути частиною державної та національної політики та системи власних цінностей, якими має керуватись кожен громадянин.

Т. Лях зазначає: «Волонтерська діяльність у галузі надання соціальних послуг (волонтерська діяльність) – це добровільна неприбуткова діяльність фізичних осіб – волонтерів. Подібна діяльність спрямована на надання допомоги особам, котрі перебувають у складних життєвих обставинах та потребують сторонньої допомоги, і сприяє самореалізації волонтера як гармонійної особистості» [2, с. 138]. Волонтер – це людина, яка здійснює добровільну безоплатну діяльність. Ця діяльність є конфіденцій-

ною та соціально спрямованою на окремих осіб, групи, спільноти, котрі знаходяться в складних життєвих умовах.

У волонтерській діяльності є низка принципів позицій: добровільність та добросовісність здійснюваної роботи; відповідність законодавчій базі, конфіденційність; гуманність та шанобливе ставлення; спільність інтересів і рівність; відповідальність та відкритість. Підвищення рівня медіаграмотності також сприяє підвищенню ефективності діяльності волонтера.

Грунтуючись на зазначеному вище, слід зробити такі висновки: медіаосвіта є важливою складовою сучасного освітнього процесу. Підготовка спеціалістів у галузі медіа передбачає створення комплексу навчальних дисциплін системного характеру, що могли б об'єднувати нові форми викладання, ефективну практичну діяльність студента в межах фаху, становлення відповідальної та соціально активної особистості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Детинкина В. В. Рекламный дискурс как способ создания социального мифа. Текст. : автореф. канд. филоло наук [Електронний ресурс] / В. В. Детинкина. – Режим доступу: www.dissercat.com/content/reklamnyi-diskurs-kak-sposob-sozdaniya-sotsialnogo-mifa
2. Лях Т. Л. Волонтерські групи як ресурс соціально-педагогічної діяльності державних і громадських організацій / Т. Л. Лях // Соціальна педагогіка: теорія і технології : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / [Т. Ф. Алексеєнко, Т. П. Басюк, О. В. Безпалько та ін.] ; за ред. І. Д. Зверєвої. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – С. 130–139.
3. Михайлін І. Л. Основи журналістики [Електронний ресурс] / І. Л. Михайлін. – Режим доступу : http://pidruchniki.com/1584072024050/zhurnalistika/osnovi_zhurnalistiki). – Назва з екрану.
4. Почепцов Г. Г. Фейки и другие гибридные коммуникации [Електронний ресурс] / Г. Г. Почепцов. – Режим доступу : https://zn.ua/SOCIUM/feyki-i-drugie-gibridnye-kommunikacii-274856_.html – Назва з екрану.
5. Цвик В. Л. Реклама как вид журналистики [Електронний ресурс] / В. Л. Цвик evartist.narod.ru/text16/001.htm – Назва з екрану.

Аннотація. Особенности освящения проблем медиаобразования в высшей школе Иванова И. Б. Статья посвящена методам и приемам преподавания комплекса предметов, связанных с медиаграмотностью. Рассмотрены особенности формирования инновационных методик представления материалов по медиаобразованию для студентов, изучающих рекламное дело и связи с общественностью. Особое внимание уделено роли волонтерских движений как фактора формирования грамотного и мотивированного представителя СМИ.

Ключевые слова: медиаобразование, медиаграмотность, рекламная деятельность, журналистика, волонтерское движение.

Abstract. *Features of understanding problems of mediaworthy in high school. I. B. Ivanova*

The article is devoted to methods and techniques of teaching subjects related to media literacy. The article considers the peculiarities of the innovative methods formation of media education materials presentation for students studying advertising and public relations. Special attention is paid to the volunteer movements role as factor of the formation of a literate and motivated media representative.

Key words: *media education, media literacy, advertising activities, journalism, volunteer movement.*

*Тетяна Євтухова,
завідувач кафедри природничо-математичних
дисциплін
та інформатики в початковій освіті
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний
університет»*

КУРС «МЕДІАОСВІТА» ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ

Стаття присвячена проблемі формування медіакомпетентності майбутніх педагогів. Розглядається досвід упровадження в систему підготовки майбутніх вчителів початкової школи курсу з медіаосвіти. Описано предмет, завдання, фахові компетентності, теми лекційних і практичних занять, види роботи на практичних заняттях.

Наведено приклади форм самостійної роботи з курсу «Медіаосвіта».

Ключові слова: *медіаосвіта, інформаційно-цифрова та медіакомпетентності, підготовка майбутніх учителів початкових класів, аудиторна робота, форми самостійної роботи.*

Сучасне суспільство неможливо уявити без розмаїття мас-медіа. Ситуація, яка склалася в Україні останніми роками, переконливо доводить, якими можуть бути наслідки відсутності критичного сприйняття інформації серед аудиторії загалом і молодіжної аудиторії зокрема. Психолого-педагогічна спільнота все частіше наполягає на впровадженні в навчальні програми освітніх закладів усіх рівнів акредитації курсу медіаосвіти, як частини навчального процесу, спрямованого на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективною взаємодії із сучасною системою мас-медіа, набуття нею такої компетентності, як медіаграмотність. Критичне сприймання медіаінформації, уміння аналізувати медіапродукт набуває неабиякого значення особливо в умовах «інформаційної війни», у якій наразі перебуває наша держава.

Одне з головних завдань медіаосвіти полягає в розвитку медіаграмотності, як нагальної навички ХХІ століття. У 2010 році в Україні було затверджено Концепцію впровадження медіаосвіти, яка базується на міжнародному досвіді і в якій зазначається, що медіаосвіта стає фундаментальною складовою інформаційної безпеки країни, відіграє

стратегічну роль у вихованні патріотизму молоді, формуванні української ідентичності. Медіаосвіта – один із головних чинників забезпечення відкритості освіти щодо сучасних швидко змінюваних знань і наближення змісту освіти до потреб повсякденного життя людини [2]. Концепцією передбачено масове упровадження медіаосвіти в навчальний процес у 2020 році.

Головним на сьогодні є підготовка вчителів, яких здебільшого навчають у закладах післядипломної освіти і на курсах підвищення кваліфікації. Академія української преси разом із Національною академією педагогічних наук розгорнула цілеспрямовану діяльність для педагогів усіх ланок освіти через проведення тренінгів та шкіл із медіаосвіти, яких відбулося на 2018 рік понад десять.

Про актуальність проблеми свідчать зміни, які відбулися наразі у системі освіти. Ухвалено Концепцію нової української школи, за якою розпочався новий навчальний 2018 – 2019 рік для першокласників.

У Концепції НУШ визначено 10 ключових компетентностей, серед яких інформаційно-цифрова, яка передбачає впевнене, а водночас критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією на роботі, у публічному просторі та приватному спілкуванні. Ця компетентність містить також і медіаграмотність, роботу з базами даних, навички безпеки в інтернеті та кібербезпеці, розуміння етики роботи з інформацією (авторське право, інтелектуальна власність тощо) [3].

Відтак важливого значення для нас набувають наукові дослідження з медіаосвіти та медіаграмотності. Так, із позиції філософської науки неабиякого значення мають праці М. Маклюєна, Л. Мастермана та культурологів культурологів Є. Суботи, Ю. Усенко. Психолого-педагогічні аспекти проблеми розглядаються в працях І. Дічківської, О. Квашук, Л. Масол, Л. Найдьонова, О. Невмержицької, Д. Попової, Ю. Усова, С. Шандрук та ін. Важливою є ця тема для науковців-філологів М. Андрющенко, Л. Городенко, К. Кошак, І. Пенчук, Н. Темех. Актуальними є для нас дослідження з медіаосвіти та медіаграмотності сучасних науковців Н. Бондаровської, О. Волошенюк, В. Іванова, Ю. Казакова, О. Невмержицької, С. Пальчевського, С. Пензіна, І. Пенчук, А. Федорова, А. Шарикова та ін.

Для ефективної підготовки педагога початкової ланки освіти, формування в нього медіакомпетентності у навчальну програму підготовки бакалаврів Державного вищого навчального закладу «Донбаський державний педагогічний університет» упроваджено навчальну дисципліну «Медіаосвіта», яка має на меті формування в майбутніх учителів початкової школи компетентностей з основ медіаосвіти та медіаграмотності щодо вирішення сучасних медіапедагогічних проблем; розуміння ролі та значення медійного світу в професійному та особистісному ставленні людини [4].

Розробляючи навчально-методичний комплекс із вивчення курсу «Медіаосвіта» на спеціальності 013 Початкова освіта, ми спиралися на навчальні матеріали, оприлюднені на сайті Академії української преси, серед яких підручник «Медіаосвіта та медіаграмотність» за редакцією В. Іванова, О. Волошенюк, В. Різуна. Також для нас були актуальними документи Міжнародної організації ЮНЕСКО щодо поєднання інформаційної та медійної грамотності (Laws of Media and Information Literacy, MIL), у яких йдеться про те, що особлива увага в цьому приділяється підготовці вчителів, аби залучити їх до впровадження MIL у процес навчання, надання їм відповідних педагогічних методів, навчальних програм і ресурсів [6]. Зокрема, нам було важливо будувати навчальну та робочу програми з курсу, спираючись на принципи MIL:

- інформація, комунікація, бібліотеки, медіа, технології, інтернет мають використовуватися суспільством критично. Вони рівні за статусом, і жодне з цих джерел не варто вважати більш значущим, ніж інші;
- кожен громадянин є творцем інформації/знань. Кожен має право на доступ до інформації/знань та право на самовираження. Медійна та інформаційна грамотність має бути для всіх – і для чоловіків, і для жінок – і тісно пов'язана з правами людини;
- інформація, знання та повідомлення не завжди є нейтральними, незалежними чи неупередженими. Будь-яка концептуалізація, використання і застосування МІП повинна зробити це твердження прозорим і зрозумілим для всіх громадян;
- кожен громадянин хоче отримувати і розуміти нову інформацію, знання і повідомлення та мати можливість на спілкування з іншими, навіть якщо він не висловлює це прагнення. Їхні права на це ніколи не мають порушуватися;
- медійна та інформаційна грамотність не набувається одномоментно. Це постійний та динамічний досвід і процес. Його можна вважати завершеним, якщо він включає в себе знання, уміння та установки щодо використання, створення та передачі інформації, щодо медіа та технологічного контенту [6].

Предметом вивчення навчальної дисципліни «Медіаосвіта» майбутніми вчителями початкової школи є педагогічні і методичні умови підготовки студентської молоді до свідомого існування в медіасередовищі та органічної інтеграції у медіакультуру через формування критичного мислення; перетворення здобувачів вищої освіти як споживачів медіапродукту на свідомих і творчих користувачів мас-медіа; вироблення в них імунітету до маніпулятивної дії медіапродукту; створення умов інформаційної безпеки для учнівської молоді.

Основні завдання «Медіаосвіти» полягають у підготовці студентської молоді до життя в сучасних інформаційних умовах, формування в неї навичок із розуміння та усвідомлення наслідків впливу різних видів медіа на психіку особистості та суспільства в цілому; виробленні навичок розпізнавання маніпулятивної медіаінформації, формуванні практичних навичок використання загальноосвітніх медіапродуктів у професійній діяльності вчителів початкової школи; розкритті дидактичних, психолого-педагогічних і методичних аспектів застосування медіа в навчанні і вихованні; вивченні впливу різних медіазасобів на навчання і виховання молоді, можливих наслідків їхнього негативного впливу; створенні власного якісного медіапродукту [4].

Навчальний курс із медіаосвіти розрахований на 90 годин (3 кредити), 48 із яких – аудиторні (лекції та практичні заняття), 42 – самостійна робота. Після опанування курсу у майбутніх учителів початкової школи мають бути сформовані фахові компетентності. Серед найважливіших слід відзначити такі: здатність до виявлення маніпулятивного контенту медіа; готовність здійснювати аргументований критичний огляд медіапродукту і створювати власний якісний медіапродукт; здатність застосовувати раціональні методи пошуку, відбору, систематизації та використання аудіовізуальної та друкованої інформації; здатність здійснювати перевірку та класифікацію джерел інформації; здатність розрізняти інформацію за рівнем впливу на особистість, аналізувати й оцінювати медіаповідомлення; здатність усвідомлювати соціальні аспекти девіації як форми соціальної дезадаптації учнівської молоді; готовність самостійно створювати медіапроекти в галузі професійної діяльності вчителя, долати негативні тенденції, що створюють ЗМІ, формувати в учнів культуру спілкування в інформаційному суспільстві.

Лекційні та практичні заняття присвячені вивченню таких тем, як: сучасні засоби масової комунікації; основні теорії медіаосвіти, правові основи функціонування медіа у суспільстві; роль медіа у формуванні сучасної картини світу; аудіовізуальна грамотність; нові медіа і сучасні процеси в комунікації; вплив медіа на розвиток особистості; медіаосвіта як засіб розвитку критичного мислення; негативні соціальні тенденції ЗМІ; соціальні мережі: плюси та мінуси; маніпуляції та пропаганда в медіа; реклама як інструмент маніпуляції; профілактика сучасних маніпулятивних технологій мас-медіа [4].

На практичних заняттях майбутні вчителі початкових класів навчаються розпізнавати, що таке інформування і чим воно відрізняється від пропаганди, дізнаються про технології відбору інформації. Також студенти опановують питання цензури, самоцензури, джінси. Детально розглядаємо приклади маніпуляції, стереотипів, упередження, «мови ворожнечі».

Приділяється неабияка увага фейкам як одному з прикладів інформаційної маніпуляції. Приміром, розглядаємо, насамперед, топ фейків, створених російською пропагандою, серед яких акцентуємо на фейку про «розп'ятого в Слов'янську хлопчика» в репортажі російського Першого каналу в липні 2014 року. Чому на ньому? Тому що наш виш розташований саме в цьому місті. Цей новинний сюжет – приклад особливо жахливої пропагандистської брехні, який має всі ознаки фейковості – загальна неадекватність, історія, що суперечить здоровому глузду. Аналізуючи фейки, зауважуємо, що вони – зброя інформаційної війни. Студенти за кілька занять опановують правила розпізнавання фейкових новин, спираючись, зокрема, і на положення Мережі етичної журналістики (Ethical Journalism Network, EJN):

- Будьте обережні з дивними назвами веб-сайтів. Дивні домени чи сайти почасти є фейковими версіями справжніх новинних ресурсів;
- Перевіряйте розділ «Про нас» на веб-сайті, з'ясовуйте, чи існує таке медіа, пошукайте видавця у Вікіпедії;
- Остерігайтеся історій, про які не писав жоден інший. Про вражаючі, ексцентричні події зазвичай розповість не одне джерело;
- Будьте обачні, якщо в тексті не вказано автора чи джерела інформації;
- Перевірте дату. Один з улюблених прийомів авторів фейкових новин – це «перепаккування» старих історій. Вони могли бути правдивими, натомість якщо їх використати невчасно і поза контекстом, можуть ставати навмисною брехнею [5].

Дуже продуктивно відбуваються заняття, присвячені рекламі як засобу маніпулювання свідомістю людини. Уже створено значний за обсягом банк різноманітної за видами реклами, яку студенти аналізують на предмет використаних у неї методів маніпуляції.

Не менш цікавими для майбутніх педагогів початкової школи є набуття практичних навичок з аналізу таких медіапродуктів, як кіно, художнє і документальне, а також мультфільми. Почасту виходить, самі студенти не бачать хибного впливу деяких дитячих медіапродуктів, прихованої в них пропаганди. Приміром, мега популярна серія мультфільмів «Три богатирі». Так, з'ясовується, що в мультсеріалі про богатирів наскрізною лінією проходить ідея, що Київ апріорі є вотчиною Росії, адже що бачать маленькі глядачі в кожній серії – безліч російської символіки, як і в мультстрічці «Жихарка». У мультфільмі «Білка і Стрілка: Пустотлива сімейка» – радянська символіка. Годі й казати, що ці стрічки знято в Росії. Майбутні вчителі мають не тільки вбачати, якої шкоди містять деякі з таких дитячих картин, а й розуміти, що навіть мультфіль-

ми стають полем гібридної війни, і мати в арсеналі для батьків молодших школярів стрічки, що виховують українську ідентичність, про які ми також згадуємо. Це і ті, які можна назвати класикою – цикл Володимира Дахна «Як козаки...», і ті, що активно з'являються останнім часом – «Микита Кожум'яка», «Викрадена принцеса: Руслан і Людмила», «Корисні поради», «Лепетуни». Очікуємо виходу картин «Мавка. Лісова пісня» та «Мама поспішає додому».

У курсі «Медіаосвіта» передбачена самостійна робота, яка має найрізноманітніші форми. Здебільшого вона спрямована на створення студентами власної медіапродукції, адже як зазначалося вище, готовність створювати власний якісний медіапродукт – важлива складова медіакомпетентності. Майбутні вчителі мають пам'ятати, що наразі в школу прийшли діти, яких за влучним формулюванням американських дослідників Ніла Хоува та Уільяма Штрауса називають поколінням Z, або центеніалами. Це діти, які народились на початку двохтисячних, тобто пізніше за інтернет. Вони не уявляють свого життя без нього і без гаджетів. Діти, які добре розуміються на особливостях соціальних мереж і для яких дуже важлива кількість лайків під фото. Діти, які радше віддадуть перевагу спілкуванню в чаті, ніж телефону чи зустрічі в реалі. Для них цифровий світ є реальним. Цим дітям краще дивитися, аніж читати, їхній мозок здатен швидко знаходити й обробляти інформацію, а відтак учителям слід стати дуже креативним, аби зацікавити таких учнів.

Самостійна робота для студентів містить саме такі креативні завдання. Наприклад, створити медіапроекти на кшталт «Україна в портретах», «Постаті моєї України», «Пізнавай Україну», «Слово українське. Рідне слово», «Невідомі відомі українці», «Педагогічні династії мого університету (факультету)», «Про що розповість моя вулиця», «Видатні постаті мого міста» та ін., спрямовані на виховання патріотичних почуттів. Наразі працюємо над створенням проморолику для нашого факультету.

Також студенти знімають ролики, у яких порушують соціальні проблеми сучасного суспільства: молодь і реформи, діти й батьки, турбота про близьких, дискримінація будь-якого типу, кібербезпека, булінг, здоровий спосіб життя, толерантність, неприступні тварини та ін. На практичних заняттях студенти обговорюють відзняту медіапродукцію, аналізують, намічають майбутню проблематику.

Цікавою й корисною є самостійна робота з огляду й аналізу популярних ток-шоу Росії та України на предмет виявлення «мови ворожнечі» або «риторики ненависті» (hate speech).

Із задоволенням переглядають в архіві кафедри журнали й газети минулих років, порівнюють із сучасною пресою, роблять аналіз сучасних молодіжних журналів.

Одним із завдань є аналіз медіапродукції популярних блогерів. Розглядаємо блоги сучасних селебритіс, журналістів, дитячі YouTube-канали. Особливу увагу приділяємо таким блогерам, як Андрій Карпов («Вата-шоу»), Віктор Литовченко («ВАТА TV»), Андрій Луганський, Євген Вольнов, які входять до ТОП 100 блогерів України, започаткований Фактами ICTV.

Дехто із студентів намагається створювати анімацію, комікси, плакати, флаєри та іншу рекламну продукцію різноманітної тематики.

У межах позааудиторної роботи з предмету майбутні вчителі зустрічаються з дітьми – учасниками учнівської кіногрупи «MEDI@NNA», яка працює в Миколаївському закладі загальної середньої освіти І–ІІІ ст. № 3 Слов'янського району (керівник – учитель інформатики Артем Бондаренко). Студенти переглядають й аналізують фільми, створені цими талановитими учнями, співпрацюють у написанні сценаріїв. Одна із зу-

стрічей була присвячена обговоренню фільмів у межах проекту «Однохвилинне відео» Unicef на Донбасі, у яких діти висвітлювали проблеми сиріт і занепаду культури в маленьких містах.

Окрім цього, майбутні вчителі самостійно отримують знання на таких платформах, як «Медіадрайвер», «Медіазнайко», «StopFake», «Детектор медіа», опановують відповідні курси на «Prometheus». «Медіадрайвер» у цьому випадку слугує як онлайн-підручник із цікавим наочним теоретичним матеріалом і доступною системою перевірки знань – тестами. Результати проходження тестів студенти оприлюднюють на своїх сторінках у Фейсбук. А отримані студентами на платформі «Prometheus» сертифікати про навчання є підставою для високих балів на заліку.

Отже, медіакомпетентність – у край необхідна складова системи підготовки майбутнього вчителя початкової школи. Медіаграмотність педагога в умовах нинішньої інформаційної війни та інформаційної агресії стала життєво необхідною. Від рівня інформаційно-комунікаційних компетентностей сьогоденного студента, а завтрашнього вчителя залежить рівень медіакультури учнів. Упровадження курсу з медіаосвіти у професійну підготовку майбутніх учителів початкової школи має стати підґрунтям для формування особистості, здатної адекватно орієнтуватися в інформаційному просторі та свідомо обирати й споживати медіаінформацію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Media and Information Literacy [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/>
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/
3. Концепція Нової української школи [електронний ресурс] / Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/reforms/ukrainska-shkola-compressed.pdf>
4. Медіаосвіта (Медіаграмотність): навчальна програма для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників / розробники: Левківський К., Іванов В., Даниленко В., Мележик В., Волошенюк О., Мороз В., Кульчинська Л., Почепцов Г. – К., 2011. [електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/programm.pdf>
5. How To Be An Ethical Journalism Network In 2017 [Електронний ресурс] / Режим доступу: <https://en.ejo.ch/ethics-quality/ethical-journalist-2017>
6. ЮНЕСКО опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності [Електронний ресурс] / Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko_opublikovala_pyat_printsipiv_mediynoi_ta_informatsiynoi_gramotnosti/

Статья посвящена проблеме формирования медиакомпетентности будущих педагогов. Рассматривается опыт внедрения в систему подготовки будущих учителей начальной школы курса по медиаобразованию. Описываются предмет, задачи, специальные компетентности, темы лекционных и практических занятий, виды работ на практических занятиях.

Приводятся примеры форм самостоятельной работы по курсу «Медиаобразование».

Ключевые слова: *медиаобразование, информационно-цифровая и медиакомпетентности, подготовка будущих учителей начальных классов, аудиторная работа, формы самостоятельной работы.*

The article is devoted to the problem of forming future teachers' media competence. The experience of introducing the course on media education into the system of primary school future teacher training is considered. The subject, tasks, professional competences, themes of lectures and practical classes, types of work on practical classes are described.

Examples of the forms of independent work on the course "Media Education" are given.

Key words: *media education, information and digital and media competences, future primary school teacher training, classroom work, forms of independent work.*

*Оксана Залюбівська
Вінницький національний технічний
університет,
доцент кафедри філософії та гуманітарних
наук
м. Вінниця*

ІНСТРУМЕНТИ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ, ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТА СИСТЕМИ ЦІННОСТЕЙ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ ВИЩОЇ ШКОЛИ

***Анотація.** У статті досліджено можливості та змістові й методичні особливості реалізації інструментів медіаграмотності в межах дисциплін психолого-педагогічного циклу в програмі підготовки магістрів як майбутніх викладачів вищої школи. Обґрунтовано, що впроваджувати медіаосвіту у вищу школу доцільно двома шляхами: 1) через розробку окремої навчальної дисципліни (подані у статті завдання ілюструють, що таку дисципліну можна зробити професійно орієнтованою), яку студенти матимуть змогу обирати в межах 25% вибірко-вих дисциплін (вважаємо, що це пріоритетний напрям), 2) через інтеграцію медіаграмотності з іншими дисциплінами програми підготовки фахівців у ЗВО.*

***Ключові слова:** педагогіка вищої школи, медіаграмотність, критичне мислення, творче мислення, критичне читання, текстотворення, фреймування.*

Незважаючи на свою видиму «новітність», медіаосвіта вже має багаторічну історію. Віхи цієї історії та теоретико-методологічні засади медіаграмотності описано в зарубіжних, а також уже і вітчизняних дослідженнях [1; 2 та ін.]. Важливу роль у становленні медіаосвіти відіграла ЮНЕСКО [3; 4 та ін.]. Тут і зараз варто звернути увагу, що ще в кінці 80-х років ХХ ст. у відповідних документах ЮНЕСКО зазначалося, що медіаосвіта має охоплювати всі способи навчання і викладання на всіх рівнях, в тому числі у вищій школі [4]. У цьому виданні також зазначається, що медіаосвіту – навчання теорії та практичним умінням для опанування сучасними медіа – слід розглядати як автономну галузь знань у педагогічній теорії та практиці; її слід відрізнити від використання медіа як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань [4 с. 8]. У ХХІ ст. ЮНЕСКО вже розробляє закони медіа та інформаційної грамотності як провісники прав людини (Five Laws of Media and Information Literacy as Harbingers of Human Rights, 2016). З позиції ЮНЕСКО, медіаграмотність належить до основних прав людини: пра-

ва на свободу самовираження і права на інформацію, та є інструментом підтримки демократії [3].

Разом з тим, слід констатувати, що медіаосвіта (медіаграмотність) ще далеко не стала традиційним компонентом програм підготовки майбутніх фахівців в українських ЗВО. Головну причину цього вбачаємо у відсутності реальної вибірковості навчальних дисциплін у ЗВО, задекларованої у Законі України «Про вищу освіту», уможливлення якої призвело б до формування як запиту студентів на медіаграмотність, так і пропозицій викладання відповідних навчальних курсів. Сьогодні, як правило, основним шляхом опанування студентами ЗВО медіаграмотності є разові акції (як-от Всеукраїнське заняття з медіаграмотності «Не вірррр-перевірррр», зініційоване організацією IREX в Україні 1 березня 2019 р.), окремі тренінги з медіаграмотності, що проводять вмотивовані викладачі, палкі прихильники медіаосвіти в Україні, та самоосвіта студентів.

Якщо окреслювати шляхи впровадження медіаосвіти у вищу школу, окрім боротьби за імплементацію законних освітніх можливостей, залишається ще спосіб природно «вписати» медіаграмотність складником в існуючі нормативні та «вибіркові» навчальні дисципліни.

Метою статті є дослідження можливостей та змістових і методичних особливостей реалізації інструментів медіаграмотності в межах дисциплін психолого-педагогічного циклу в програмі підготовки магістрів як майбутніх викладачів вищої школи.

У курсі «Педагогіка, психологія та методика викладання у вищій школи» в програмі підготовки магістрів у Вінницькому національному технічному університеті ми пропонуємо тематичний блок «Медіаграмотність», в першу чергу, для формування таких важливих загальних компетентностей педагога вищої школи, як критичне і продуктивне (творче) мислення, критичне читання, коментування, текстотворення. У той же час пропонувані студентам завдання спрямовані на формування власне медіакомпетентностей (при цьому професійно орієнтованих): орієнтуватися в медіапросторі, зокрема педагогічному медіапросторі, вміння проаналізувати власне професійне медіаполе і медіаспоживання, відмежовувати в медіапродукції факти від суджень; вміння ідентифікувати маніпуляції, спрямовані на медіаспоживача; визначати джерела медіатекстів, їх контекст, їх політичні, соціальні, комерційні, культурні інтереси (хто автор, хто власник, кому вигідно у такому світлі подати певну професійну сферу, вибудувати вектор її розвитку, ціннісні засади тощо); інтерпретувати медіатексти і цінності, що поширюють як фахові медіа, так і нефахові медіа про певну фахову сферу; усвідомлення, що медіа забарвлює реальність, в тому числі професійну царину медіаспоживача.

Цей важливий складник педагогічної підготовки реалізуємо на практичних заняттях в процесі розв'язання дидактичних вправ, завдань, ігор аналітичного й продуктивного характеру.

Наведемо далі приклади розроблених нами завдань та їх методичне обґрунтування.

Аналітичний перегляд кінофільмів, що мають педагогічний зміст

Основна мета завдання – навчитися «прочитувати» ідею, концепцію, ціннісну основу режисерського задуму, формулювати конотативні смисли переглянутого, розвинути вміння текстотворення. Для аналізу використовуємо такі кінофільми: «Товариство мертвих поетів» («Dead Poets Society», 1989 р., режисер Пітер Бір); «Усмішка Мони Лізи» (Mona Lisa Smile, 2003, режисер Майк Ньюел), «Хвиля» («Die Welle», режисер Денніс Ганзель, 2008 р.) та ін. Ось одне з таких завдань.

Завдання: написати аналітично-порівняльне есе (2 тис. знаків) за фільмом «Усмішка Мони Лізи». Дія цього фільму відбувається в середині ХХ ст. в консервативному приватному жіночому коледжі Веллслі (Wellesley College), штат Массачусетс. Це реальний освітній заклад, він був відкритий в 1875 році і функціонує до сьогодні. Його місією визначено «надати чудову освіту в сфері вільних мистецтв жінкам, які матимуть вплив в світі». Девіз коледжу «Не приймати служіння, а служити». У 1970 році психіатр Бенсон Р. Снайдер, тодішній декан Інститутських відносин в Массачусетському технологічному інституті (MIT), провів в коледжі Веллслі та MIT дослідження «Приховане університетське життя» («The Hidden Curriculum»), де проаналізував студентські заворушення в кампусі. Основною причиною незадоволення студентів було названо надмірну й непродуктивну масу академічних і соціальних вимог, які відвертають студентів від творчих інтелектуальних зусиль і від спроби самостійно й незалежно визначати і досягати своїх цілей [<https://www.revolvy.com/page/The-Hidden-Curriculum>].

Головна героїня фільму Кетрін Уотсон (Джулія Робертс), випускниця Берклі, сміливо мисляча жінка, отримує місце викладачки історії мистецтв у коледжі Веллслі. Педагогічно значущими є епізоди першої і другої лекцій головної. Перша лекція – приклад традиційного навчання. Друга лекція – приклад інноваційного навчання. Зробіть порівняльний аналіз цих лекцій.

На допомогу в написанні есе перелік орієнтовних запитань.

1. Що було змістом і метою першої і другої лекцій?
2. Чому лекторка отримала поразку на першій лекції?
3. Які підводні камені традиційного «читання» лекції ви помітили під час перегляду?
4. Чому студентки так повелися на першій лекції?
5. Чому студентки були захоплені зненацька на наступній лекції?
6. Чим відрізняються запитання, що їх ставила лекторка на першій і другій лекціях?
7. Чому студентки виявили явне зацікавлення попри попередній демарш?
8. Як і чому змінилася поведінка лекторки на другій лекції (темپ лекції, зовнішній вигляд лекторки, її проксемика тощо)?
9. В кінці навчального року керівництвом школи було прийняте рішення про звільнення Кетрін Уотсон. Чому?
10. Від звільнення педагога врятувало те, що її курс на наступний рік обрала переважна більшість учениць. Чому?

Також виконання цього завдання можна перетворити на експериментальну гру. Одній групі студентів запропонувати ознайомитися з переліком запитань до перегляду, іншій – лише після перегляду. По завершенні обговорення глибших за поверховий шарів змісту фільму варто організувати дискусію в царині власне медіаграмотності: проаналізувати особливості сприйняття аудіовізуальної продукції.

Фреймування освітнього медіаконтенту (за назвами повідомлень)

Виконанню цього завдання передують обговорення типової медіаНЕграмотної поведінки, коли споживачі новинної інформації в мережі Інтернет, як правило, «ковтають» новини лише за назвами статей, які, в свою чергу, як правило, кричущі, інтригуючі, несподівані, тобто спеціально сконструйовані так, щоб викликати в споживача інформації потрібні емоції, сформувані потрібні ставлення, установки, примусити до мимовільних рішень. Пропоноване далі вправління спрямоване проти стереотипізації мислення.

Завдання: причитайте назви статей з проблем української освіти з різних інформаційних платформ (таблиця 1). Спробуйте зробити передбачення про зміст статті у позитивному і негативному ключі. Подивіться на назву через позитивну й негативну рамки (фрейми): «глуха стіна» («все пропало») і «відриті двері» («все добре»)

Наприклад, назва статті «Українські викладачі виїжджають за кордон». «Відкриті двері»: у статті, ймовірно, йдеться про українських викладачів, які нарошують масштаб міжнародного наукового співробітництва, викладають у зарубіжних університетах, примножуючи і збагачуючи свій науково-педагогічний досвід, який потім застосовують для навчання українських студентів. «Глуха стіна»: через низький рівень зарплат та безробіття освітяни змушені їхати на заробітки за кордон. При цьому через неконкурентоспроможність вони можуть сподіватися лише на некваліфіковану працю.

Таблиця 1

Фреймування освітнього медіаконтенту

«Глуха стіна»	Назва статті	«Відриті двері»
	1. Неймережа замість викладача: штучний інтелект змінить освіту. [pedpresa.ua/]	
	2. Лілія Гриневич: Російська мова не зникне з української школи. [dsnews.ua/]	
	3. Гройсман студентам: Ні вам, ні мені ваш диплом не потрібен [bbc.com/ukrainian/]	
	4. Країна жебраків: замість економіки знань – економіка невігластва. [uainfo.org/]	
	5. Старих вчителів в Україні будуть викидати зі шкіл, наче сміття. [politeka.net/ua/]	
	6. Жебрацтво по-науковому. [dt.ua]	
	7. Українізація польських вузів воспринимается как бандеризация. [odnarodyna.org]	
	8. З Криму і Донбасу до вишу, без ЗНО. [lifepravda.com.ua]	

Засвоєння чотирьох вимірів медіакомунікації

Мета такого завдання: засвоїти, що медіакомунікація є завжди багатовимірною, навчитися переключати увагу з одного виміру на інший, концентрувати увагу на окремому вимірі.

Завдання: обрати в мережі Інтернет відеосюжети на тему вищої освіти в Україні та світі (новинні репортажі, авторські відеофільми, інтерв'ю, відеоблоги тощо). Подивитися (прослухати) обраний відеоматеріал, по завершенні розкрити зміст кожного з 4-х вимірів відеоматеріалу (таблиця 2): 1) інформація (імена, факти, дані, події тощо); 2) стосунки між автором та адресатом (суб'єкт-суб'єктні, суб'єкт-об'єктні, ієрархічні, партнерські, прихована агресія тощо); 3) самовиявлення (як автор розкриває себе навмисно чи ненавмисно: цінності, почуття, мотиви; 4) заклик (який розвиток подій для автора є бажаним, яких дій він від вас вимагає, як хоче змінити вашу свідомість).

Засвоєння чотирьох вимірів медіакомунікації

АВТОР	самовиявлення	інформація	ЗАКЛИК	АДРЕСАТ
		повідомлення		
		стосунки		

Групова рефлексія може бути здійснена в такому колі запитань. 1. Чи встигли ви засвоїти усі потоки інформації? 2. Який вимір «вловити» найскладніше? 3. Який вимір у обраному відеоматеріалі є найважливішим? 4. Які виміри подані експліцитно, а які імпліцитно, чому? Прослухайте сюжет ще раз, але цього разу вже концентруючись лише на одному з вимірів. Чи є щось, чого ви не помітили чи неправильно потрактували при першому слуханні? Таке завдання можна виконувати як індивідуально, так і в команді.

Критичне читання й коментування медіатекстів. Сила запитань

В межах цього завдання пропонуємо студентам для критичного читання перелік статей з проблем української вищої освіти, в яких явно порушено основні журналістські стандарти (на жаль такий матеріал легко знайти в українському медіапросторі).

Завдання: Оберіть статтю з проблем вищої освіти на одному з інформаційних інтернет-ресурсів. Просійте текст через три решета запитань.

Решето 1.

Запитання, які спрямовані на виявлення порушень журналістських стандартів, неправдивих фактів, маніпуляцій у медіатексті

1. Чи не підміняє автор фактів судженнями?
2. Чи відповідають факти проблемі, що розглядається?
3. Чи використовує автор емоційно забарвлену, оціночну лексику? Для чого?
4. До чого переважно апелює автор: до розуму слухачів чи до емоцій? До яких цінностей апелює автор?
5. Чи оприявлено у статті ставлення автора до читачів (як до людей розумних, мислячих чи як до маси «піпел хаває»)?
6. Проаналізуйте свої емоції, які виникли в процесі читання. Що викликало ці емоції? Чи є реальні підстави для їх вияву?
7. Якщо автор посилається на наукове дослідження, яка організація розробляла та впроваджувала його? Чи погоджуються інші експерти з експертами, на яких посилається автор?
8. Чи не робить автор помилок у логічному викладі?
9. Чи є авторський висновок про факти обґрунтованим?
10. Як зміст матеріалу підтверджує чи спростовує ваші знання з теми?

Решето 2.

Запитання-щеплення проти «agenda-setting» (порядку денного)

«Пресі переважно не вдається сказати людям, що думати, але вона з великим успіхом каже їм, про що думати» (Бернард Коен)

1. Чи не багато уваги приділяють цій темі у медіа?
2. Чому про це говорять у медіа саме зараз?
3. Чому про це не говорили, коли подія відбулася?
4. Це дійсно важлива тема, щоб їй приділяти стільки уваги?
5. Кому вигідне поширення цієї новини саме зараз?
6. Проти кого спрямована ця новина?
7. Чому суспільство має знати це? Це важливо для мене?
8. Що хочуть приховати за цією темою?
9. Чи є новини, важливіші, ніж ця?
10. Які важливі теми замовчуються у новинних випусках, коли натомість на перший план виставляються такі, як ця?

Решето 3.

Джерело інформації

1. Чи звернули ви увагу, на якому саме інтернет-сайті ви знайшли аналізовану статтю?
2. Ви довіряєте цьому виданню? Чи має це значення?
3. Чи цікавилися ви, хто власник цього інтернет-видання? Чи має це значення?
4. Чи не фігурує цей сайт у переліках визнаних такими, що не гребують поширенням фейкових новин, маніпулятивних, заангажованих, низькопробних матеріалів, «джинси» (прихованої реклами – проплачених замовних матеріалів)?
5. Чи звернули ви увагу, хто автор статті? Чи подивилися ви інші статті цього автора, його «послужний список»?
6. Проаналізуйте інші публікації автора. Чи простежується в його текстах тенденційність, упередженість / об'єктивність, безкомпромісність; залежність / незалежність від «невидимих» замовників медіатекстів; глибина, повнота / поверховість, маніпулятивність текстів?
7. Як у статті проявляється етос автора? Чи має автор право на його вияв?

Також важливим у процесі розвитку критичного мислення студентів є не лише вміння відповідати на проблемні запитання, але й вміння і звичка формулювати їх. Адже вміння формулювати запитання вказує на спроможність бачити проблему, вирізняти причинно-наслідкові зв'язки, класифікувати порівнювати, робити узагальнення. Для медіаграмотного споживача звичка вести внутрішній діалог з самим/самою собою через формулювання з'ясувальних та проблемних запитань дозволяють розширювати й поглиблювати бачення прочитаного, а не ковтати несвідомо й необачно те, що пропонує автор тексту та інформаційна інтернет-платформа.

Висновки

Результати аналізу практики впровадження медіаграмотності в навчальний процес дають можливість зробити такі висновки. Завдання, які проілюстровані у цій статті і подібні, а також сама тема медіаграмотності сучасної людини викликають жваве зацікавлення студентів – майбутніх викладачів вищої школи. Вони свідомі того, що ме-

діаосвіта є актуальною, важливою, в багатьох випадках життєво необхідною цариною знань. Впроваджувати медіаосвіту у вищу школу доцільно двома шляхами: 1) через розробку окремої навчальної дисципліни (подані тут завдання підтверджують, що таку дисципліну можна зробити професійно орієнтованою), яку студенти матимуть змогу обирати в межах 25% вибіркових дисциплін (вважаємо, що це пріоритетний напрям), 2) через інтеграцію медіаграмотності з іншими дисциплінами програми підготовки фахівців у ЗВО.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / [ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк]. – К. : Центр вільної преси, 2011. – 352 с.
2. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / А. В. Федоров. – М. : Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. – 616 с.
3. Media and information literacy: reinforcing human rights, countering radicalization and extremism / Alliance of Civilizations, UNESCO, Person as author: Singh, Jagtar, Kerr, Paulette, Hamburger, Esther. (ePub), 2016, 314 p. Режим доступу: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000246371>
4. Media education / Morsy, Zaghoul. Paris : UNESCO, (ePub), 1984. 406 p.. Режим доступу: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000062522>

Oksana Zaliubivska

MEDIA LITERACY TOOLS FOR THE DEVELOPMENT OF CRITICAL THINKING, CREATIVE POTENTIAL AND SYSTEM OF VALUES OF FUTURE HIGHER SCHOOL TEACHERS

Abstract. *In the article, the possibilities and content and methodical features of the implementation of media literacy instruments within the disciplines of the psycho-pedagogical cycle in the program of preparation of masters as future teachers of higher education were investigated. Two ways of implementing media education into higher education were grounded 1) through the development of a separate discipline (the tasks shown here illustrate that such discipline can be made professionally oriented), which students will be able to choose within 25% of the selected disciplines (we believe this is a priority) , 2) through the integration of media literacy with other disciplines of student training programs.*

Key words: *pedagogy of high school, media literacy, critical thinking, creative thinking, critical reading, text creation, framemation.*

ИНСТРУМЕНТЫ МЕДИАГРАМОТНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КРИТИЧЕСКОГО МЫШЛЕНИЯ, ТВОРЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА И СИСТЕМЫ ЦЕННОСТЕЙ БУДУЩИХ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ

Аннотация. В статье исследованы возможности и содержательные и методические особенности реализации инструментов медиаграмотности в пределах дисциплин психолого-педагогического цикла в программе подготовки магистров как будущих преподавателей высшей школы. Обоснованно, что внедрять медиаобразование в высшей школе целесообразно двумя путями: 1) через разработку отдельной учебной дисциплины (представленные здесь дидактические задания иллюстрируют, что такую дисциплину можно сделать профессионально ориентированной), которую студенты смогут выбрать в пределах 25% избирательных дисциплин (считаем это приоритетным направлением), 2) через интеграцию медиаграмотности с другими дисциплинами программы подготовки специалистов в ЗВО.

Ключевые слова: педагогика высшей школы, медиаграмотность, критическое мышление, творческое мышление, критическое чтение, текстообразования, фреймирование.

Ізбаи Світлана

*Мелітопольський державний педагогічний
університет імені Богдана Хмельницького,
доцент кафедри педагогіки і педагогічної майс-
терності,
кандидат педагогічних наук, доцент*

МЕДІАКОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА АНДРАГОГІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ МАГІСТРІВ ОСВІТИ

***Анотація.** У статті визначено можливості формування медіакомпетентності у майбутніх магістрів освіти у процесі їх андрагогічної підготовки. Встановлено сутність андрагогічної підготовки майбутніх магістрів освіти у закладах вищої освіти; визначено змістові модулі програми тренінгу, методи та засоби формування медіакомпетентності, уміння і навички медіаграмотності майбутніх магістрів освіти, що набуваються у процесі їх андрагогічної підготовки.*

***Ключові слова:** андрагогічна підготовка, андрагог, майбутній магістр освіти, медіакомпетентність, медіаграмотність, медіаосвіта, компетентнісний підхід, інтерактивні методи, онлайн сервіс Padlet, критичне мислення, парадигма освіти, маніпулятивний контент, освітнє середовище.*

Постановка проблеми. Євроінтеграційні процеси в Україні зумовили якісні зміни в усіх сферах людської діяльності. Сучасна українська освіта повинна відповідати запитам підготовки конкурентоспроможного фахівця, здатного до успішної самореалізації в житті. Завдання професійної підготовки конкурентоспроможного фахівця можуть бути вирішені через компетентнісний підхід як важливий засіб модернізації змісту вищої освіти. Важливою причиною розбудови освіти на засадах компетентнісного підходу є перехід світової спільноти до інформаційного суспільства, де пріоритетним вважається не просте накопичення студентами знань та предметних умінь і навичок (мета так званої «знанневої педагогіки»), а й формування уміння вчитися, оволодіння навичками пошуку інформації, здатності до самонавчання упродовж життя, де ці новоутворення стають визначальною сферою професійної діяльності людини [12, с.10-11].

Індикаторами результатів освіти мають стати компетентності, що визначають готовність випускника до професійної діяльності, до життя в інформаційному суспільстві. У зв'язку з цим Рада Європи до числа найбільш значущих для людини (ключових) компетентностей віднесла наступні компетентності: полікультурна, інформаційна, соціальна, політична, комунікативна, загальнокультурна, пізнавально-інтелектуальна, трудова (підприємницька), культурна обізнаність та самовираження [16]. У зв'язку з

цим важливо володіти новими технологіями обробки інформації, критично оцінювати повідомлення у медіапросторі та захищатися від негативних впливів мас-медіа. Означені завдання стали основою для виникнення нового напрямку в педагогіці – медіаосвіти, що досліджує принципи і закономірності функціонування сучасних медіа з метою підвищення рівня медіаграмотності та медіакомпетентності особистості. З цих причин формування у майбутніх магістрів освіти медіакомпетентності стає необхідною вимогою до їх андрагогічної підготовки і входить до переліку провідних завдань сучасної освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Україні розроблено і прийнято нову редакцію «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні», що була погоджена постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 21 квітня 2016 року. Головна ідея концепції полягає у «підготовці дітей і молодь до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формуванні у громадян медіаінформаційної грамотності і медіакультури відповідно до їхніх вікових, індивідуальних та інших особливостей» [9]. Проблемам медіаосвіти, медіаграмотності та медіакомпетентності у сучасній педагогічній науці присвячено праці провідних українських вчених О. Волошенюк, В. Іванова, Н. Найдюнової та інших.

У зарубіжних країнах існує стала практика та накопично багатий досвід медіаосвіти. Так, британський дослідник медіаосвіти Лен Мастерман (LenMasterman) виділив чотири найважливіші сфери медіаосвіти: авторство, способи досягти ефекту впливу медіа тексту, репрезентація навколишнього середовища через медіа, медійна аудиторія. За Л. Мастерманом, ефективність медіаосвіти можна оцінити за двома основними критеріями: 1) здатністю учнів застосовувати своє критичне мислення у нових ситуаціях і 2) кількістю зобов'язань і мотивацій, висловлених ними щодо медіа. Шведська дослідниця Сесілія фон Файлітзен (Cecilia von Failitzén) наголошує, що медіаосвіта має розвивати критичне мислення (*critical thinking*), суттєвий елемент розвитку якого – створення учнями власної медіапродукції. Згідно з професором Техаського університету Катлін Тайнер (Kathleen Tuner), яка спеціалізується на медіаосвіті з новітніх медійних та ігрових технологій, навчання має відбуватись із використанням аудіовізуальних медіа й передбачати аналіз медіапродукції, який може мати міждисциплінарний та інтерактивний характер. Британські науковці К. Безелгет (Cary Bazalgette) та Е. Харт (Andrew Hart) вважають, що медіаосвіта має ґрунтуватися на вивченні шести ключових понять: медійних агенцій, медійних категорій, медійних технологій, медійних мов, медіааудиторії, медійного подання [11, с. 14-15].

Проблема андрагогічної підготовки педагогічного персоналу є досить новою для сучасної педагогічної практики, але сьогодні вже відомі дослідження у цьому напрямку: О. Аніщенко, О. Дубасенюк, І. Зель, С. Ізбаш, О. Кукуєв, Л. Лукьянова, В. Нефедова, О. Пехота, Т. Сорочан, Є. Худякова та ін. Деякі практичні науково-методичні розробки, пов'язані з поняттям «андрагогічна підготовка» знаходимо у працях С. Архипової, І. Воротнікової, Т. Галкіної, О. Огієнко, О. Юдова та ін. Проте досі немає жодної узагальнюючої праці, яка б розкривала зміст формування медіакомпетентності у майбутніх магістрів освіти у процесі їх фахової, зокрема, андрагогічної підготовки.

Мета статті – з'ясувати можливості формування медіакомпетентності у майбутніх магістрів освіти у процесі їх андрагогічної підготовки. Завдання дослідження: 1) встановити сутність поняття «андрагогічна підготовка» майбутніх магістрів освіти у вищих навчальних закладах; 1) визначити змістові модулі програми тренінгу з формування медіакомпетентності у майбутніх магістрів освіти; 2) з'ясувати методи та засоби

формування медіакомпетентності у майбутніх магістрів освіти; 3) визначити уміння і навички медіаграмотності майбутніх магістрів освіти, що набуваються у процесі їх андрагогічної підготовки.

Виклад основного матеріалу. Прийняття Закону України «Про освіту» [4] відкриває нові перспективи для розвитку в Україні галузі освіти дорослих. Затвердження у національному «Класифікаторі професій» професії андрагог (Наказ Мінекономрозвитку від 15.02.2019 №295 «Про затвердження змін №8 до національного класифікатора ДК 003:2010»), викликає необхідність спеціальної підготовки фахівців (андрагогів) для роботи з дорослими. Ця категорія фахівців давно виділяється за своїми професійними функціями, пов'язаними з навчанням дорослих, але наукові основи діяльності педагогічного персоналу у різних формах інформаційно-освітньої взаємодії з дорослими тільки починають формуватися. Українська дослідниця О. Аніщенко, розробила кваліфікаційну характеристику професії «Андрагог» для педагогічних і науково-педагогічних працівників закладів формальної і неформальної освіти у контексті вимог до фахівця, завдань та обов'язків професії «Андрагог», де зазначила необхідність використання андрагогом інформаційно-комунікаційних технологій для створення, зберігання й обробки інформації [1, с. 161-162]. Але разом з цим, вважаємо, що кваліфікаційна характеристика професії «Андрагог» потребує доповнення уміннями добирати, використовувати, критично оцінювати, створювати та передавати медіатексти різних форм і жанрів та уміти аналізувати складні процеси функціонування медіа в суспільстві, що і становить основу медіаграмотності та медіакомпетентності фахівця для освіти дорослих. У зв'язку із впровадженням в Україні Концепції Нової української школи такі вимоги сьогодні актуальні для учнів та вчителів закладів загальної середньої освіти. Не менш актуальними вони є і для андрагогів як фахівців освіти дорослих закладів формальної і неформальної освіти.

Існують різні підходи до трактування поняття «андрагогічна підготовка» як: цілеспрямований, поетапний, модельований, системний процес навчання, що спирається на андрагогічні принципи й технології, метою якого є створення певних умов для реалізації потреб конкретних груп фахівців (О. Кукуєв); як сукупність наперед запланованих і розроблених заходів навчання і виховання майбутнього фахівця з організації навчання дорослих (Л. Лук'янова) [10, с.8]. О. Огієнко наголошує, що професійна підготовка дорослих суттєво відрізняється від підготовки вчителів різних вікових груп. Відтак, «професійну підготовку фахівця – андрагога науковці розглядають як цілеспрямований системний процес навчання, результатом якого є формування професійної компетентності педагога для дорослих, необхідної для ефективного навчання дорослих в різноманітному освітньому середовищі» [13, с. 34]. При цьому автори підкреслюють, що професійна підготовка андрагога характеризується децентралізацією, гнучкістю, забезпеченням принципу рівності можливостей, різноманітністю форм фінансуванням, повагою до особистості кожного, заснованою на індивідуальних досягненнях [13, с. 47]. Сучасні моделі професійної підготовки педагогів-андрагогів аналізує О. Дубасенюк та стверджує, що моделі (компетентнісна, когнітивна, людино-центрована, комунікативна, рефлексивна) описують різні аспекти професійної підготовки педагога-андрагога і разом з тим створюють цілісний освітній простір для підвищення її ефективності. Застосування комплексу моделей дає змогу всебічно підготувати сучасних фахівців у галузі освіти дорослих, спрямувати їх на оволодіння основами професійної майстерності та досягнення акме-вершин [3, с. 179]. Також поняття «андрагогічна підготовка» проаналізовано у наших працях [6], [7].

Методичні аспекти підготовки тренера-андрагога визначено у роботі О. Пехоти, яка стверджує, що першочерговим завданням є підготовка кадрів для здійснення неформальної освіти дорослих. Для підготовки тренера-андрагога для неформальної освіти дорослих розроблено та впроваджено програму тренінгу «Вступ до освіти дорослих» на засадах європейських стандартів освіти дорослих [14, с. 180-181].

К. Волошина пропонує для формування медіакомпетентності викладача опанувати спецкурс «Формування медіакомпетентності викладача засобами аудіовізуальних технологій» та доводить, що в результаті вивчення спецкурсу у студентів підвищується рівень медіакультури, формуються вміння орієнтування у медіапросторі, набуваються сукупності вмінь (мотиваційних, інформаційних, методичних, практико-операційних/діяльнісних, креативних) як компонентів медійної компетенції педагога [2, с. 516].

Для навчання майбутніх магістрів освіти основам медіаграмотності нами розроблена програма, яка включає 4 модулі як завершені частин навчання в межах яких формується медіакомпетентність, що включає здатність критично й усвідомлено оцінювати медіатексти, підтримувати критичну дистанцію щодо медіа та передавати повідомлення у різних формах. Пропонуємо далі докладно ознайомитись з описом змісту програми тренінгу, інтерактивними методами та засобами формування медіакомпетентності у майбутніх магістрів освіти. Слід зазначити, що розробка даної програми тренінгу стала можливою завдяки участі у першій і другій посиленій фазі підготовки тренерів з медіаграмотності, що організовано Академією української преси та Академією Deutsche Welle за підтримки Федерального Міністерства Німеччини з економічного співробітництва та розвитку. Для створення програми використано матеріали практичного посібника з медіаграмотності для мультиплікаторів за редакцією Валерія Іванова [15]. Завдання виконувались студентами у середовищі онлайн дошки Padlet – це онлайн інструмент для організації спільної роботи групи під час тренінгу. Вхід до онлайн дошки відбувався через сканування QR-коду. Робота студентів на тренінгу організована у міні-групах. Для кожної міні-групи і для кожного завдання створювались окремі дошки з відповідними QR-кодами.

У модулі 1 «Медіаосвіта та медіаграмотність» майбутні магістри освіти знайомились з основними поняттями і сутністю медіаграмотності; аналізували причини актуальності медіаграмотності в Україні; дізнавались про роль критичного мислення і важливість дотримання критичної дистанції щодо медіа. Акцент робився на запровадженні Концепції «Нова українська школа», де медіаграмотність виступає складовою інформаційно-цифрової компетентності учнів, а навички медіаграмотності вже включено у Державний стандарт початкової освіти. У даному модулі наводились цитати виступу міністра освіти і науки України Лілії Гриневич, яка наголошувала на тому, що медіаграмотність потрібно запровадити в практику роботи кожного вчителя та запропонувати вчителям України інструментарій для викладання медіаграмотності наскрізно на усіх предметах в школі. Майбутні магістри освіти познайомились із Концепцією медіаосвіти в Україні, яку розроблено Інститутом соціальної та політичної психології НАПН України у новій редакції 2016 року [9]. Мозковий штурм на тему: «Що для Вас означає «медіаграмотність» допоміг учасникам виділити 5 причин, які спонукають до вивчення медіаграмотності на сучасному етапі розвитку суспільства. Об'єднавшись у 3 групи, студенти долучились до процесу визначення актуальності медіа в Україні. Дана вправа проводилась за допомогою онлайн ресурсу Padlet. Кожна група працювала на онлайн-дошці одночасно, але для кожної групи виділялася окрема частина дошки. Результати роботи студентів представлено на онлайн дошці (Рис. 1):

2 + 8 - менше хвилини

Актуальність медіа в Україні

Вас означає «медіаграмотність»? Написати 5 причин необхідності вивчення медіаграмотності.

Група "Зима"	Група "Весна"	Група "Літо"
Бути на одній хвилі з молоддю	Навчитися протистояти інформаційним атакам	Бути обізнаним користувачем соціальних мереж
Створювати для учнів цікаві уроки	Розпізнавати цілеспрямований вплив	Розуміти мотиви впливу медіа на свідомість людини
Для улущення качества образования	Вміти протистояти інформаційному тиску	Навчитися критично сприймати медіа
Навчити учнів швидко знаходити необхідну інформацію	Уміти правильно спілкуватися у мережі Інтернет	Сприйняття світу залежить від того, як інформацію подають медіа
Уміння працювати з інформацією	Набути умінь швидко отримувати інформацію	Швидкість навчання, мобільність
Бути сучасним	Вимога сучасності	Взаємозв'язок між учнем та вчителем
Захиститися від маніпуляцій	Розуміти користь і шкідливість користування гаджетами	Доступність інформації
Жити "в ногу з часом"		Захиститися від неякісної медіаінформації

Рис. 1. Результати мозкового штурму на тему «Що для Вас означає «медіаграмотність?» у середовищі онлайн дошки Padlet

Модуль 2 «Медіа як бізнес» спрямований на формування розуміння того, що медіа в Україні неприбутковий бізнес, який належить олігархам з метою впливу і захисту своїх бізнес/політичних інтересів; формування критичної дистанції по відношенню до медіа; розвиток навичок декодування і розуміння медіатекстів, які проплачені замовником. Модуль 2 розпочинався з міні-лекції в якій мова йшла про те, яким чином ми взаємодіємо з медіа, за рахунок чого існують медіа, прибутковість медіа в Німеччині та в Україні. Студенти виконували вправу «Власники телеканалів» та на онлайн-дошці Padlet визначали кому належать популярні українські телеканали. Завдання до цієї вправи представлено на рис. 2 [8]:

радіо

Ліана, 22 - менше хвилини

Власники медіа

Визначити, кому належать українські телеканали?

Найпопулярніші українські телеканали	Власники медіа	Найпопулярніші українські телеканали	Власники медіа	Найпопулярніші українські телеканали	Власники медіа
1+1	1+1 -	СТБ	СТБ -	24 канал	24 канал -
ІНТЕР	Інтер -	УКРАЇНА	УКРАЇНА -	5 канал	5 канал -
ICTV	ICTV -	ПЕРШИЙ	ПЕРШИЙ -	112 канал	112 канал -
		УА:ПЕРШИЙ			

Рис. 2. Результати завдання «Власники медіа» у середовищі онлайн дошки Padlet

Висновком до цього завдання є те, що медіа в Україні існують з метою впливу, кожен споживач інформації має знати як функціонують медіа. Ці знання стосуються кожного, тому що інформаційне поле впливає на людину всюди, незалежно від її бажання.

Рольова гра «Купуємо медіа» спонукала майбутніх магістрів освіти спробувати себе у ролі олігархів, які мали можливість придбати телевізійний канал чи інтернет-сайт. Учасники об'єдналися у 3 групи. Кожна група працювала на окремій онлайн-дошці Padlet, створюючи стікери з відповідями на запитання [8]:

- Який канал ви вирішили купити?
- Чому саме його?
- Навіщо ви його купуєте? У чому полягає ваша мета (декларована) і ваша справжня вигода?
- Чи будуть зміни в концепції, програмному наповненні, контенті вашого каналу порівняно з попереднім власником?

Після створення каналів групи презентували результати своїх робіт за допомогою проєкції онлайн-дошки на великий екран. Студентам рекомендовано звернути особливу увагу на вигоди, які має отримати олігарх від роботи каналу та визначити інтереси олігарха, який організував роботу медіаканалу. Результати роботи групи студентів, виконані на онлайн дошці Padlet, представлено на рис. 3 [8]:

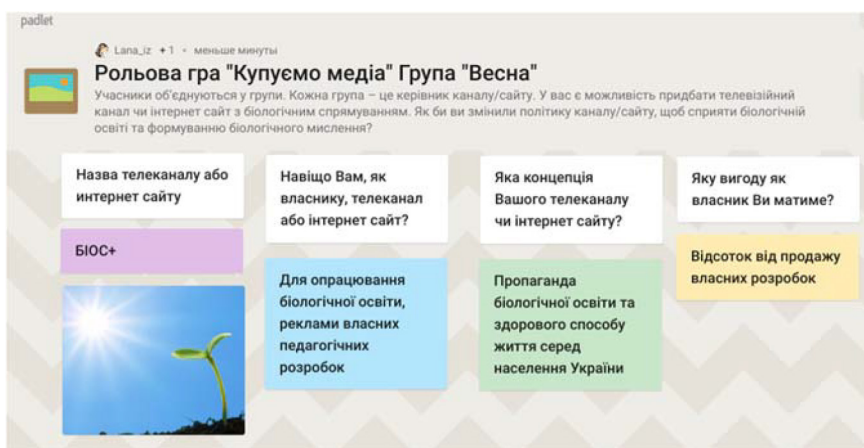


Рис. 3. Результати рольової гри «Купуємо медіа» у середовищі онлайн дошки Padlet

Модуль 3 «Інформування та вплив» має на меті познайомити майбутніх магістрів освіти з основними видами інформації; дати визначення поняттям «інформація», «пропаганда», «дезінформація», «джинса»; усвідомити, що часто під інформацією у мас-медіа маскують пропаганду та приховану рекламу; показати різницю між фактом і думкою журналіста; дати маркери розпізнавання різних видів інформації; сформувати навички складання медіатекстів інформативного характеру, уникаючи емоційного впливу.

Як впливає на нас інформаційний потік продемонстровано у грі «Білий шум». Учасники переконалися у тому, що ми живемо у світі багатобічних вертикальних комунікацій і це викликає «білий шум». Цілісна інформація, коли подається одночасно, сприймається хаотично, а знайома інформація не впізнається. Зрозуміти відомий текст можна тільки тоді, коли людина почула інформацію з одного джерела та саме ту частину, яка їй була відома раніше і викликала знайомі асоціації.

Вправа «Колесо емоцій», яка застосовується у проєкті «Вивчай та розрiniaй: інфо-медійна грамотність» (проєкт здійснюється міжнародною організацією IREX та партнерами Академією української преси і StopFake за підтримки Міністерства освіти

і науки України), спрямована на формування установки на критичне сприйняття інформації через розуміння своїх емоцій. Автори статей у нас викликають емоції відволікання, здивування тощо. Якщо учасники визначають свої емоції у центрі «Квітки емоцій» на насичених тонах, то це означає, що вони менше замислюються про достовірність інформації та схильні гостро реагувати. Ті учасники, які визначають свої емоції на крайніх пелюстках, більше схильні не панікувати, а розібратися у суті інформації, вони прагнуть зрозуміти справжній зміст статті.

Будь-яке повідомлення може бути інформативним і впливовим. Журналісти працюють в інформаційному полі, щоб привернути увагу до новин. Для того, щоб навчити студентів розпізнавати емоційний вплив у медіатекстах, учасникам пропонувалося взяти участь у грі «Асоціативне поле» та підібрати асоціативні слова до слів «інформування» і «пропаганда». Завдання виконувалося всіма студентами одночасно у середовищі онлайн дошки Padlet.

Результати роботи представлено на рис. 4 [8]:



Рис. 4. Результати гри «Асоціативне поле» у середовищі онлайн дошки Padlet

Виконана вправа довела, що пропаганду складно розпізнати, тому що вона може виходити з того ж джерела, що і інформування. Але пропаганда може сьогодні інформувати, а завтра маніпулювати; пропаганда небезпечна напівправдою.

Студентам представлено визначення понять: «інформування», «пропаганда», «джинса», «дезінформація» і для закріплення отриманих знань запропоновано виконати практичний кейс «Створи новину без емоційного впливу».

У процесі виконання вправи «Декодування інформування і пропаганди через відео», учасники описували маркери розпізнавання інформації і пропаганди та дізналися, що соціальна реклама будується на пропагандистських маркерах. Наприкінці зробили висновок про те, що кожна людина сприймає інформацію по-різному. Не знаючи марке-

рів і практичних інструментів, які допоможуть розпізнати інформування і пропаганду, ми не зможемо правильно їх ідентифікувати.

Робота з видами інформації включала формування вміння визначати вид інформації по заданим сюжетам. Учасникам пропонувалося розпізнати за поданими плакатами пропаганду та інформування, а також різні види позитивної пропаганди: реклама, соціальна реклама, PR-акція. Висновок: PR-акція формує лояльність до бренду, а не рекламування продукту, соціальна реклама працює з соціальною проблемою і не дає вибору, тому що вона побудована на пропагандистських маркерах.

Модуль 3 завершився виконанням гри-енерджайера «Створи інформаційну павутинку» (автор: Інна Іванова – медіатренер, медіапедагог, викладач авторського курсу «Я у медіапросторі»). Висновок: в реальному спілкуванні можна знайти людину і дізнатися сутність інформації, яку вона повідомила, а в мережі Інтернет для того, щоб визначити наскільки правдива інформація і хто її повідомляє, необхідно вміти користуватися спеціальними інструментами для перевірки інформації. Далі учасники познайомились з алгоритмом та інтернет сервісами для перевірки фото та відео.

Рольова гра «Шість капелюхів мислення», застосована на тренінгу з метою розвитку критичного мислення у майбутніх магістрів освіти, креативності та вміння аргументувати та приймати правильні рішення. Студентам пропонувалося об'єднатися у три групи, кожній групі надавалося право обрати педагогічну проблему та спробувати її вирішити, спираючись на певний тип мислення відповідно до свого кольору капелюха. Кожна команда презентувала вирішення свого проблемного питання відповідно до ролі і кольору капелюха. Гра сприяла формуванню у студентів вміння успішно поєднувати системний підхід, критичне мислення та генерувати нові ідеї. На прикладі цієї гри у студентів вироблялося вміння відрізнити і створювати факти і судження.

У Модулі 4 «Функціонування мас-медіа. Об'єктивність медіа» студенти дізнавалися як функціонують мас-медіа і до яких цілей вони прагнуть; розвивали навички критичного мислення і усвідомленого медіаспоживання в процесі аналізу медіатекстів і роботи з ними; знайомились з маркерами якісного журналістського матеріалу та чинниками впливу на якість журналістських матеріалів. Рефлексивна гра «Сніжинка» дала зрозуміти учасникам ступінь точності сприйняття інформації, яка подавалася тільки за допомогою одного каналу сприйняття – слухового. У всіх учасників вийшли різні сніжинки. Висновок: жоден ЗМІ не дає нам інформацію, яка може бути перевірена усіма органами чуттів. Саме тому ймовірність перекручування інформації є дуже високою. Будь-яку інформацію необхідно перевіряти. Медіа не презентують реальність, а лише репрезентують її.

Рефлексивна гра «Королева» дає можливість зрозуміти, яким чином засоби масової інформації впливають на свідомість людей, які маніпулятивні технології використовують і чим пояснюється специфіка роботи їх редакційної політики. У процесі реалізації даної гри у учасників формувалися навички критичного мислення; вони вивчали вплив суб'єктивних факторів на об'єктивність журналістики; формували інтерес до вивчення різних джерел медійної інформації для співставлення різних думок. Слід зазначити, що нами до цієї гри створена яскрава анімація і читання казки тренером супроводжувалося демонстрацією подій з анімаційними персонажами на проекційному екрані, що додатково створювало казкову атмосферу та настрої учасників. Завданням було розташувати героїв за ступенем відповідальності: від найбільшої відповідальності за наслідки дії до найменшої. Гра проводилась у трьох міні-групах. Кожній міні-групі пропонувалося домовитись та визначити свою позицію щодо відповідальності героїв.

Три міні-групи представили різні варіанти відповідей, що зайвий раз підтвердило тезу про те, що у реальному житті кожен з нас керується своїми уявленнями про мораль, релігійними установками, політичними вподобаннями та різними стереотипами поведінки. Теж саме стосується і мас-медіа, які висвітлюють той, або інший конфлікт. Вони, як і будь-яка людина, мають прагнути до об'єктивності (і в ідеалі прагнуть до цього!), але дуже часто поняття об'єктивності кожна зацікавлена сторона трактує по-своєму. Результати роботи міні-групи представлено на рис. 5, 6:



Рис. 5. Анімація до рефлексивної гри «Королева»

Рис. 6. Результати рефлексивної гри «Королева» у середовищі онлайн дошки Padlet

Підсумком тренінгу стала інтелектуальна гра «Номо медіаграмотний», розроблена учасниками у середовищі онлайн дошки Padlet. Вчителі за допомогою стікерів створили образ медіаграмотної людини, пропонуючи відповіді на запитання: «Що має враховувати медіаграмотна людина, споживаючи медіапродукт?». Інтелектуальний продукт спільної роботи всіх міні-груп представлено на рис. 7:



Рис. 7. Інтелектуальний продукт «Ментальна карта «Номо медіаграмотний» у середовищі онлайн дошки Padlet

Програма тренінгу завершилась рефлексією «Коло вражень». Студентам пропонувалося підібрати зображення у вигляді предмету, який відображає їхні враження та настрій після тренінгу, пояснити власний вибір та додати стікер з відповідним предметом на онлайн дошку Padlet. Результати рефлексії представлено на рис. 8 [8]:

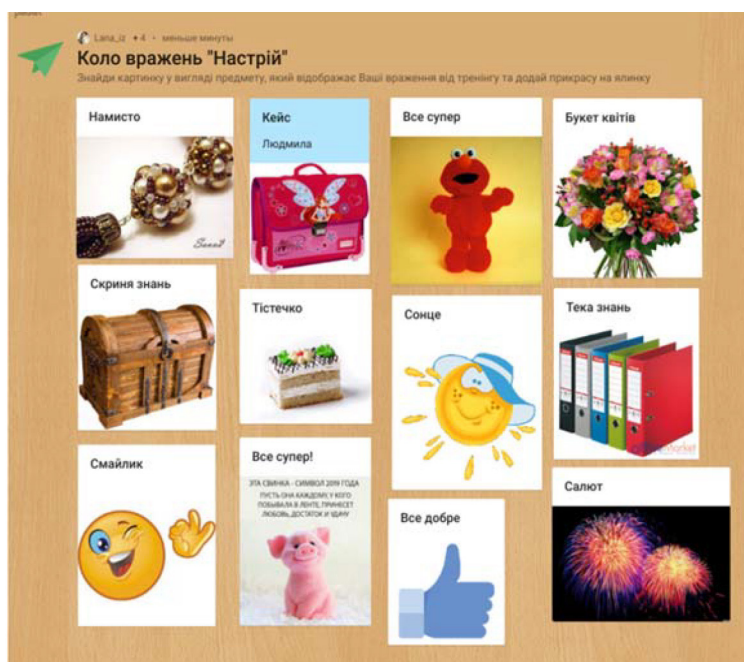


Рис. 8. Результати рефлексії «Коло вражень» у середовищі онлайн дошки Padlet

Висновки. Як бачимо, формування медіакомпетентності у майбутніх магістрів освіти у процесі їх андрагогічної підготовки на сьогодні є актуальною проблемою, оскільки розкриває широкі горизонти для професійного становлення як викладачів для освіти дорослих та сприяє розвитку критичного мислення для безпечного життя в інформаційно насиченому суспільстві. Програма тренінгу з медіаграмотності складалася з 4 модулів (медіаосвіта та медіаграмотність; медіа як бізнес; інформування та вплив; функціонування медіа, об'єктивність медіа) та включала інтерактивні методи навчання: брейнстормінг «Актуальність медіа в Україні», гра «Власники медіа», рольова гра «Купуємо медіа», гра-енерджайзер «Австралійський дощ», гра «Білий шум», вправа «Намалюй тактильно», вправа «Колесо емоцій», гра «Асоціативне поле», кейс «Створи новину без емоційного впливу», гра «Декодування інформації через відео та зображення», гра-енерджайзер «Створи павутинку інформації», брейнстормінг «Факт і судження», рольова гра «Шість капелюхів мислення», рефлексивна гра «Сніжинка», рефлексивна гра «Королева», творча вправа «Створи меседж», рефлексія «Настрій» та інші [5].

У процесі реалізації програми використовувався сучасний засіб навчання – інструмент Padlet для організації спільної і одночасної роботи всіх учасників тренінгу на онлайн дошці. З'ясовано, що програма тренінгу сприяла формуванню у майбутніх магістрів освіти наступних медіакомпетентностей: розпізнавати гіперболізовані ознаки медіаповідомлень та пояснювати мету їх впливу; виявляти маніпулятивний контент в медіа; здійснювати аргументований критичний огляд медіатекстів, оцінювати джерело (авторство, час, обставини, мету створення); розрізняти в медіаінформації факти, думки, маніпуляції, пропаганду та інформування; брати участь у дискусіях, пов'язаних з висвітленням в медіа, формулювати власну позицію з обговорюваних питань; створюю-

вати повідомлення різних жанрів та форм; використовувати можливості медіа у професійно-педагогічній діяльності; використовувати медіапродукти для сприйняття світу та взаємодії із соціумом; оцінювати медіаповідомлення за стандартами журналістської етики; усвідомлювати наслідки впливу медіа на людину [5].

Знання, отримані під час вивчення програми тренінгу майбутні магістри освіти примножуватимуть упродовж усієї своєї виробничої діяльності. Вважаємо, що компетентнісний підхід у викладанні медіаграмотності значно покращить андрагогічну підготовку майбутніх магістрів освіти, задовольнить гостру соціальну потребу суспільства в універсальних фахівцях, викладачах-андрагогах, які зможуть усвідомлено взаємодіяти з інформаційним середовищем та пополяризувати знання з медіаграмотності у своєму професійному колі. Саме таких викладачів потребує сьогодні наше суспільство.

Перспективи подальших розвідок вбачаємо у дослідженні андрагогічних засад створення технології формування медіаграмотності та розвитку критичного мислення у майбутніх магістрів освіти та умов її впровадження у практику вищої школи в контексті реалізації компетентнісної парадигми освіти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Аніщенко О.В. Професійна підготовка андрагогів: обґрунтування доцільності в контексті професіоналізації освіти дорослих в Україні / Олена Валеріївна Аніщенко // Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету імені Богдана Хмельницького Серія: Педагогіка. – Випуск 2 (19). – Мелітополь, 2017. – С. 155-164.
2. Волошина К.О. Формування медіакомпетентності викладача засобами аудіовізуальних технологій / К.О. Волошина // Актуальні проблеми слов'янської філології. – Випуск XXIII. – Частина 1, 2010. – С. 510-517.
3. Дубасенюк О.А. Сучасні моделі професійної підготовки педагогів-андрагогів / О. М. Пехота // Концептуальні засади розвитку освіти дорослих: світовий досвід, українські реалії і перспективи: збірник наукових статей / [колектив авторів]; за ред. Кременя В.Г., Ничкало Н.Г.; укл. Аніщенко О.В., Лук'янова Л.Б. – К.: Знання України, 2018. – С. 174-180.
4. Закон України «Про освіту» [Електронний ресурс]. – URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
5. Ізбаш С.С. Директори шкіл та керівництво відділу освіти Мелітопольської РДА ЗО завершили навчання за сертифікаційною освітньою програмою «Медіапедагогіка, медіаграмотність та медіабезпека» від 25.02.2019 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mdpu.org.ua/direktori-shkil-ta-kerivnitstvo-viddilu-osviti-melitopolskoyi-rda-zo-zavershili-navchannya-za-sertifikatsijnoyu-osvitnoyi-programoyu-mediapedagogika-mediagramotnist-ta-mediabezpeka/>
6. Ізбаш С.С. Проблема андрагогічної підготовки педагогічного персоналу як викладачів для освіти дорослих / С.С. Ізбаш // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: педагогіка. – 2017. – №1. – С. 80-85.
7. Ізбаш С.С. Сутність самоосвіти майбутніх магістрів освіти у процесі їх андрагогічної підготовки / С.С. Ізбаш // Підготовка конкурентоздатних фахівців: виклики сучасності: зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., Кривий Ріг, 25 – 26 квітня

- 2018 р./ за заг. Ред. Л. М. Сергеевої, Т. І.Стойчик – Кривий Ріг: КПГТЛ, 2018. – том 2, С. 64-68.
8. Ізбаш С.С. Формування медіакомпетентності у вчителів біології та природознавства засобами інтерактивних методів навчання» від 16.01.2019 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mdpu.org.ua/trening-formuvannya-mediakompetentnosti-u-vchiteliv-biologiyi-ta-prirodovnavstva-zasobami-interaktivnih-metodiv-navchannya/>
 9. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні 2016 р. [Електронний ресурс] // Інститут соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України. – Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/
 10. Лук'янова Л. Історико-теоретичні аспекти підготовки андрагогів у Польщі / Лариса Лук'янова // Професійна порівняльна педагогіка. – № 1 (5), 2013 : наук. журнал / голов. ред. Н. М. Бідюк. – К. – Хмельницький : ХНУ, 2013. – С. 7-15.
 11. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник для студентів педагогічних коледжів / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр Вільної Преси, 2014. – 431 с.
 12. Овчарук О.В. Компетентнісний підхід до формування змісту середньої освіти: досвід зарубіжних країн. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи (Бібліотека з освітньої політики / За заг. ред. О.В.Овчарук. – К.: «К.І.С.», 2004. – С. 5 – 15.
 13. Огієнко О. І. Чугай О.Ю Професійна підготовка фахівців у галузі освіти дорослих: американський досвід : монографія / О.І. Огієнко, О.Ю. Чугай. – К.: «Центр учбової літератури», 2017. – 224 с.
 14. Пехота О.М. Підготовка тренера-андрагога у неформальній освіті дорослих / О. М. Пехота // Концептуальні засади розвитку освіти дорослих: світовий досвід, українські реалії і перспективи: збірник наукових статей / [колектив авторів]; за ред. Кременя В.Г., Ничкало Н.Г.; укл. Аніщенко О.В., Лук'янова Л.Б. – К.: Знання України, 2018. – С. 180-181.
 15. Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів / За загал. ред. В. Ф. Іванова. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 100 с.
 16. Рекомендація 2006/962/ЄС Європейського Парламенту та Ради (ЄС) «Про основні компетенції для навчання протягом усього життя» від 18.12.2006 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_975
 17. Шарова Т.М. Формування комунікативної компетентності майбутніх учителів інформатики засобами творчих робіт / Т.М. Шарова, С.В. Шаров // Молодь і ринок: щомісячний науково-педагогічний журнал / [ред. кол.: Скотна Н. (шеф-редактор), Примаченко Н. (голов. ред.) та ін.]. – Дрогобич: ШВИДКОДРУК, 2018. – №9(164). – С. 33-38.

Аннотация. В статье определены возможности формирования медиакомпетентности у будущих магистров образования в процессе их андрагогической подготовки. Установлена сущность андрагогической подготовки будущих магистров образования в учреждениях высшего образования; определены содержательные модули программы тренинга, методы и средства формирования медиакомпетентности, умения и навыки медиаграмотности будущих магистров образования, которые формируются в процессе андрагогической подготовки.

Ключевые слова: андрагогическая подготовка, андрагог, будущий магистр образования, медиакомпетентность, медиаграмотность, медиаобразование, компетентностный подход, интерактивные методы, онлайн сервис Padlet, критическое мышление, парадигма образования, манипулятивный контент, образовательная среда.

Annotation. The article identifies the possibility of forming media competence in future masters of education in the process of their andragogical training. The essence of the andragogical training of future masters of education in institutions of higher education has been established; the content modules of the training program, methods and means of forming media competence, skills and media literacy skills of future masters of education, which are formed in the process of andragogical preparation, are determined.

Keywords: andragogic training, andragogue, future master of education, media competence, media literacy, media education, competence-based approach, interactive methods, Padlet online service, critical thinking, educational paradigm, manipulative content, educational environment.

*Казимір Віра Анатоліївна,
кандидат історичних наук,
доцент Національної академії
Державної прикордонної служби
України імені Б. Хмельницького*

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ОДИН ІЗ ЗАСОБІВ ПРОТИДІЇ ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНИ

У статті досліджується медіаграмотність як один із способів протидії інформаційній війні. Аналізуються процеси використання медіаосвіти та медіаграмотності в Україні в середній та вищій школах, розглядаються медіаосвітні концепції, зумовлені суспільно-політичними обставинами, характеризуються комунікативні стратегії медіаосвіти в педагогічному дискурсі.

***Ключові слова:** медіаосвіта, медіаграмотність, інформаційна війна, медіа, інформація, навчання, педагогічний дискурс, комунікативна стратегія.*

Домінування у сучасному світі мас-медіа та інформаційно-комунікативних технологій потребує від модерної людини медіакомпетентностей. Інформаційна глобалізація зробила наше сприйняття світу значною мірою залежним від презентації його в медіа. Логічно стверджувати, що медіаграмотність – єдиний спосіб нівелювати негативний вплив недостовірної медіаінформації та інформаційної війни.

В Україні розпочато застосування «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні», що була погоджена постановою президії Національної академії педагогічних наук України в травні 2010 року [4]. Відтак, одне із ключових завдань викладача ХХІ століття, як людини, яка безпосередньо працює з молоддю, – відповідати викликам суспільства, імплементуючи ключові засади медіаграмотності.

Метою дослідження є обґрунтування застосування медіаосвітніх елементів як технології протистояння інформаційній війні; використання різних комунікативних стратегій для формування у молоді медіакомпетентностей і медіакультури, запобіганню вразливості їх до інформаційної війни та медіаманіпуляцій.

Ґрунтовні дослідження формування медіаграмотності в суспільстві та під час навчального процесу належать В. Іванову, О. Волошенюк [3, 7], К. Левківському [6], Г. Онкович [10], та іншим. Конференції відповідного тематичного спрямування, що, безперечно, сприяє імплементції розуміння необхідності вивчення медіаосвіти приділяє АУП (Академія української преси) спільно з партнерами [8]. Варто зауважити, що останнім часом на державному рівні впроваджуються проекти що сприяють формуванню

у молоді навичок протидії інформаційній війні. Наприклад, у 2017-2018 рр. у 50 пілотних школах 4 міст (Дніпро, Тернопіль, Чернігів, Маріуполь) реалізовувався проект «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». Ключова мета даних заходів полягала у навчанні школярів критично мислити, самостійно тлумачити інформацію, шляхом імплементації елементів медіаграмотності у типові уроки закладів загальної середньої освіти. Як показала практика, інтеграція елементів інфо-медійної грамотності дала свої результати – учні, які мали змогу брати участь у проекті, показали після значно кращі результати у тлумаченні меседжів ЗМІ, ніж ті, які не були охоплені проектом.

Нещодавно, 12 лютого 2019 р. Міністерство інформаційної політики представило «Білу книгу спеціальних інформаційних операцій проти України 2014-2018 років» [9]. Проте, на жаль, і досі не має праці присвяченій комплексному впровадженню ключових засад медіаграмотності під час інформаційної війни.

Дослідниками інформаційна війна найчастіше визначається як вплив на сприйняття населенням загальновідомих фактів та подій з метою змінити ціннісні орієнтири, ставлення та стереотипну поведінку. Так звана «гібридна війна» передбачає вплив на настрої мас та маніпуляцію свідомістю населення.

Не секрет, що в українському суспільстві інформаційне протиборство загострилося з початком російської інтервенції та анексії Криму, що є результатом цілеспрямованої політики Кремля. Українській молоді зі школи треба прививати знання, як протидіяти пропагандистським прийомам та не стати жертвами штучно створеної реальності.

Психологічний вплив під час ведення інформаційної війни проти України може впроваджуватися країною-агресором різноманітними засобами. Найчастіше інформаційні фейки подаються через засоби масової інформації для формування у громадськості поглядів та переконань. Психологічний вплив може здійснюватися військовими, політичними та економічними засобами. Наприклад, за допомогою демонстрації військової сили: проведення навчань чи розробки нових видів озброєнь. З метою психологічного впливу може використовуватися система торгових і фінансових санкцій. До політичних засобів психологічного впливу можна віднести різні форми тиску на керівництво держави.

В контексті імплементації нової редакції Концепції впровадження медіаосвіти в Україні [4], мають бути вжиті заходи щодо популяризації її серед вищих навчальних закладів, а особливо серед тих, що готують військових. Більше того, логічно зауважити, що навички протидії інформаційно-психологічній війні та медіаманіпуляціям мають закладатися ще зі шкільних років. Ключовим завданням впровадження елементів медіаосвіти серед молоді є запобігання її вразливості до медіаманіпуляцій, профілактика поширення медіазалежностей та втечі від реальності.

Один з авторів американських підручників з медіаосвіти для вищої школи Дж. Поттер дуже влучно вказав, що лише розширення особистої медіаграмотності дозволяє людині чітко розуміти межі реального світу та світу, що створює мас-медіа [7].

Лекції/уроки сучасного педагога мають відрізнятися креативністю, високою комунікативною складовою та практичною спрямованістю. Одним із найважливіших елементів навчання студентів є заняття проблемного характеру, які передбачають поряд із розглядом основного лекційного матеріалу встановлення та розгляд кола питань дискусійного характеру, серед переліку яких можна використовувати медіа-елементи. Подібний освітній елемент сприяє формуванню у студентів принципів критичного мислення. Протягом міні-лекцій (до 15 хв.) можна стисло презентувати елементи медіаграмотності. Під час таких лекцій інформація надається по черзі кількома окреми-

ми сегментами, між якими застосовуються інші форми й методи навчання. Практичні заняття, круглі столи, воркшопи передбачають обмін думками, розвивають критичне мислення, допомагають формувати погляди та переконання, виробляють вміння формулювати ідеї й висловлювати їх. Використання інтерактивних технологій, наприклад, кейс-методу, дозволяє студентам/учням оволодіти практичними навичками з використанням реального матеріалу (або максимально наближеного до реальності). Крім того, робота в малих групах сприяє формуванню компетентності комунікації, автономності та відповідальності [11].

Навчання медіаграмотності неможливе без візуалізації, а тому доречно використовувати електронні та друковані медіа з метою вироблення у студентів/учнів навичок аналізу медіатекстів та їх «декодування», враховуючи залежність між аудиторією, медіатекстом і навколишньою дійсністю. Варто формувати у студентів/учнів навички диференціювати типи сюжетів, що використовуються медіа, порівнювати й аналізувати медіатексти однакових і різних типів.

В контексті зазначеного дослідницький інтерес викликають конкретні комунікативні стратегії, що використовуються сучасним викладачем/учителем в педагогічному дискурсі для впровадження ключових засад протидії інформаційній війні. Звернемо увагу на те, що у лінгвістиці ХХІ століття немає усталеної вичерпної типології комунікативних стратегій. Проте, на нашу думку, варто врахувати функціональну складову, запропоновану О. Іссерс. Вона диференціює головні стратегії (когнітивні, семантичні) та допоміжні (прагматичні, діалогові, риторичні) [1].

Для імплементації медіаграмотності у педагогічному дискурсі можна виокремити головні комунікативні стратегії (для використання під час спецкурсів) та допоміжні (будуть доречними, коли викладач планує інтеграцію окремих елементів медіаграмотності у різних дисциплінах). Зауважимо, що поданий нами перелік комунікативних стратегій теоретичний та досить умовний. Практика педагогічного спілкування доводить – комунікативні стратегії взаємодоповнюються, переходячи одна в одну.

Пояснювальна комунікативна стратегія передбачає послідовність мовних інтенцій, зорієнтованих на відкрите інформування адресата про медіаосвіту та медіаграмотність, її актуальність та роль у сучасному світі, необхідність розвитку критичного мислення. Найголовніший критерій ефективності – достовірність та аргументованість подачі інформації, доступність форми її викладу. Пояснювальна стратегія – найпростіша для сприйняття, бо не передбачає необхідності самостійного вивчення поданого викладачем контенту [5].

Оцінювальна комунікативна стратегія презентує суспільну значущість педагога як носія не лише достовірної інформації, але й взірця суспільних норм. Прикладом використання оціночної стратегії в контексті поширення медіаграмотності, може виступати осудження авторитетним серед студентського/учнівського загалу педагогом маніпуляцій на телебаченні/друкованих медіа/соцмережах, й наведення можливих маркерів фейкової інформації. Ця стратегія реалізовуватися у педагогічному дискурсі як незалежна під час викладання спецкурсу «Медіаосвіта», або ж як інтегрована в окрему навчальну дисципліну компонента.

Комунікативна стратегія сприяння дуже подібна до оцінювальної тим, що також ґрунтується на кваліфікованій психолого-педагогічній підтримці учня та тактовній корекції його поглядів чи помилкових дій. Різниця між двома стратегіями полягає в тому, що не ставить за мету формування особистості, а спрямована на створення відповідних умов та підтримку саморозвитку. Їй характерні такі тактики: заохочення, підбадьорення,

схвалення за досягнуті результати, тактовна конструктивна критика, акцентування на позитиві. У професійній лексиці сучасного викладача ця стратегія може презентуватися наступним чином: «Як добре, що Ви усвідомили роль медіаграмотності для сучасної людини! Якщо будуть питання з цього приводу, завжди готовий допомогти порадою».

На нашу думку, *організаційна комунікативна стратегія*, хоч і є обов'язковою складовою педагогічного дискурсу, але не є провідною для імплементації медіаграмотності. Вона полягає у спільних діях викладача та студентської аудиторії, а реалізовується переважно тактиками наказу, дозволу та запитання за допомогою етикетних та директивних мовних засобів.

Ще однією складовою педагогічного дискурсу сучасного викладача є *комунікативна стратегія контролю*. Зазначена стратегія спрямована на визначення рівня засвоєння знань, сформованості навичок, на які був націлений педагогічний процес. Отримані результати є мотивацією для подальших дій. Стратегія реалізується тактикою прямого запитання, верифікації, уточнення. Використовуються прийоми акцентування на важливих моментах, невербальні засоби. Стратегія контролю важлива на стартовому етапі (визначення рівня медіаграмотності аудиторії до початку цілеспрямованого навчання) та на фінальному (зріз знань, що вказує на ефективність).

Перераховані стратегії й тактики найбільш характерні для педагогічного дискурсу та відображають комунікативну поведінку сучасного педагога. Серед їх основних інтенцій передбачено формування компетентностей з медіаосвіти, що нівелюють вплив інформаційної війни.

Українська концепція впровадження медіаосвіти має свою специфіку – вона поєднує провідний досвід країн, у яких медіаграмотність вже імплементовано. У нашій державі відбувається інтеграція елементів навчання протидії інформаційній війні протягом уроків шляхом формування критичного мислення, навчання побудові громадянського суспільства та шляхом партнерського діалогу між учнем та педагогом.

Для використання медіаосвіти як дієвого засобу протидії інформаційній війні варто виокремити найпоширеніші теоретичних концепцій медіаосвіти, спираючись на типологію О. Федорова [12]:

- протекціоністська, що сприяє ідентифікації різниці між реальністю та медіатекстом та пом'якшити негативний ефект надмірного впливу медіа;
- споживацька, що базується на отриманні корисного фідбеку від мас-медіа;
- культурологічна, що інтерпретує медіатексти, зосереджується на ключових поняттях медіаосвіти, ролі медійних стереотипів, освітній ролі мас-медіа;
- практична, що базується на навичках створення власних медіатекстів;
- естетична, що спрямована на аналіз художніх медіатекстів та їх естетичне сприйняття
- формування «критичного мислення»;
- еміотична, що спрямована на декодування медіатексту;
- ідеологічна, що базується на національному, релігійному чи соціально-політичному підході до медіаінформації [2, С. 63-67].

Отже, наведені аргументи свідчать на користь доцільності використання медіаграмотності як одного з ключових засобів протидії інформаційній війні. Зауважимо, що медіаграмотність може викладатися як окремий предмет чи у форматі інтегрованого курсу, як у середніх, так і у вищих навчальних закладах. Найкраще презентувати необхідність та форми протидії медіаманіпулюванню може лише компетентний медіаграмотний педагог. Для імплементації медіаграмотності у педагогічному дискурсі ви-

кладач можна виокремити такі комунікативні стратегії як пояснювальна, оцінювальна, стратегія сприяння, організаційна та комунікативна стратегія контролю. Проте досвід педагогічного спілкування доводить – комунікативні стратегії, що використовуються з метою формування «імунітету» до інформаційної війни, взаємодоповнюються, переходячи одна в одну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бацевич Ф. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: Академія, 2004. 342 с.
2. Гришкова Р.О. Медіаосвіта як чинник модернізації вітчизняної вищої школи // Наукові праці. Педагогіка. Випуск 176. Том 188. С. 63–67.
3. Іванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики. К.: Академія української преси, 2010. 260 с.
4. Концепції впровадження медіа-освіти в Україні. Схвалено постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 20 травня 2010 року, протокол № 1-7/6-150 [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini/
5. Кухта М. Педагогічний дискурс як засіб мотивації навчальної діяльності. Актуальні питання гуманітарних наук. 2016. Вип. 16. С. 342–346.
6. Левківський К. М. Іванов В. Ф. Навчальна програма «Медіаосвіта (медіаграмотність)» (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників). К., 2011. 97 с.
7. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник [Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна]. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с.
8. Медіаосвіта як протидія інформаційній агресії. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/mediaosvita_yak_protidiya_informatsiyniy_agresii/
9. Міністерство інформполітики презентує «хрестоматію» інформаційних спецоперацій Кремля проти України [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/previews/ministerstvo_informpolitiki_prezentue_khrestomatiyu_informatsiynikh_spetsoperatsiy_kremlya_proti_ukraini/
10. Онкович Г. В. Технології медіаосвіти // Вища освіта України; тем. вип. «Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору : моніторинг якості освіти». 2007. Т. 5. С. 357–363.
11. Сериков В. Професійна компетентність викладача вищого навчального закладу: психолінгвістичний вимір // Психолінгвістика. Психолінгвістика. Psycholinguistics. 2016. Вип. 20 (2). С.193–203.
12. Федоров А. В. Медиаобразование в России и Украине: сравнительный анализ современного этапа развития (1992-2008) // Медиаобразование. 2008. № 4. С. 23–45.

В статье исследуется медиаграмотность как один из способов противодействия информационной войне. Анализируются процессы использования медиаобразования и медиаграмотности в Украине в средней и высшей школах, рассматриваются медиаобразовательные концепции в привязке к общественно-политическим обстоятельствам, характеризуются коммуникативные стратегии медиаобразования в педагогическом дискурсе.

Ключевые слова: *медиаобразование, медиаграмотность, информационная война, медиа, информация, учеба, педагогический дискурс, коммуникативная стратегия.*

The article examines medialiteracy as one of the ways to counter information war. The processes of using media education and media literacy in Ukraine in secondary and higher schools are analyzed. Media education concepts in relation to social and political circumstances are considered. Communicative strategies of media education in pedagogical discourse are characterized.

Key words: *media education, media literacy, information war, media, information, education, pedagogical discourse, educational system, communicative strategy.*

*Наталя Шелехова, Харківський приватний навчально-виховний комплекс «Гімназія ОЧАГ»,
учитель української мови та літератури*
*Тетяна Локойда,
КЗ «Харківська загальноосвітня школа І–ІІІ ступенів №158»
Харківської міської ради
Харківської області,
учитель української мови та літератури*

РОЗРОБКА ДИСТАНЦІЙНИХ КУРСІВ З УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ В КОНТЕКСТІ НОВОЇ ПАРАДИГМИ ОСВІТИ

У роботі розглянуті основні поняття та характерні особливості дистанційного навчання, показані можливості платформи дистанційного навчання Moodle для розробки дистанційних курсів з української літератури, презентовані та охарактеризовані створені дистанційні курси з української літератури «Життєвий і творчий шлях І.П. Котляревського», «Підготовка до ЗНО (Творчість Т.Г. Шевченка)».

***Ключові слова:** дистанційне навчання, дистанційний курс, платформа дистанційного навчання Moodle*

Інформатизація освіти в Україні обумовлена зростанням соціального запиту на підготовку висококваліфікованих фахівців для задоволення інформаційних потреб суспільства на основі створення, розвитку і використання інформаційних систем, мереж, ресурсів та інформаційних технологій. Вона є одним із найважливіших механізмів, що має великий вплив на основні напрямки модернізації освіти. Інформаційні технології відкривають нові перспективи для підвищення ефективності освітнього процесу. Змінюється сама освітня парадигма. Наразі при підготовці до уроків і педагоги, і учні використовують не лише друковані матеріали, а й мережу Інтернет, можливості педагогічних програмних засобів, електронні енциклопедії, посібники тощо.

Тому наразі велику роль відіграють методи активного пізнання, самоосвіти, дистанційні освітні програми і курси.

Соціальним замовленням сучасного інформаційного суспільства, однією з нагальних його потреб є упровадження в освітній процес дистанційного навчання. Тому дистанційне навчання як одна із форм організації освітнього процесу, за допомогою якої значний за обсягом навчальний матеріал може бути сконцентрований в одному модулі, на сучасному етапі розвитку та реформування системи освіти набуває все більшої *актуальності*, адже така форма виявляється зручною як для вчителя, так і для учня, бо сприяє кращому засвоєнню матеріалу.

Мета роботи: презентація досвіду роботи з розробки та впровадження в роботу дистанційних курсів з української літератури на базі платформи Moodle.

Для реалізації поставленої мети були сформульовані такі завдання:

- визначити сутність дефініції «дистанційне навчання», його характеристики та особливості;
- з'ясувати можливості платформи дистанційного навчання Moodle для розробки дистанційних курсів з української літератури;
- представити та проаналізувати створені дистанційні курси з української літератури «Життєвий і творчий шлях І.П. Котляревського» та «Підготовка до ЗНО (Творчість Т.Г. Шевченка)»;
- узагальнити висновки щодо реалізації можливостей платформи Moodle під час викладання української літератури.

Новизна роботи: створення авторських дистанційних курсів з української літератури з метою впровадження в навчальну діяльність дистанційної технології навчання.

Типове визначення дефініції «дистанційне навчання» знаходимо у Вікіпедії. Дистанційне навчання – це комплекс сучасних технологій, що передають інформацію в інтерактивній взаємодії від викладача (або того, хто навчає) до слухача (або того, хто навчається) на відстані. Основними принципами дистанційного навчання є інтерактивність, самостійність слухачів у вивченні та засвоєнні матеріалу, а також консультативний супровід у процесі діяльності учнів. ([https://uk.wikipedia.org/wiki/Дистанційне навчання](https://uk.wikipedia.org/wiki/Дистанційне_навчання))

Науковець А.А. Андрєєв, визначаючи поняття «дистанційне навчання», акцентує увагу на синтетичності та цілісності даної форми навчання, що ґрунтується на використанні як традиційних, так і нових інформаційних технологій, їхніх засобів, які призначені для самостійного вивчення та засвоєння навчального матеріалу, організації діалогу між педагогом та учнем, незалежно від їхнього розміщення в просторі та часі, а також до конкретної навчальної установи [1;26].

Вишнівський В.В., Гніденко М.П., Гайдур Г.І., Ільїн О.О. підкреслюють, що основні принципи дистанційного навчання – опанування знаннями самостійно у власному темпі й режимі, можливість використання для широкого кола учасників незалежного від матеріального стану, місця проживання, стану здоров'я. На думку науковців, дистанційне навчання має значні переваги: універсальність, актуальність, адаптивність, модульність, економічна вигідність, взаємодія викладача та слухача, більші можливості контролю якості засвоєння навчального матеріалу, які передбачають проведення дискусій, чатів, форумів, використання методів самоконтролю; відсутність географічних меж та психологічного дискомфорту, що сприяє впровадженню інтерактивних технологій при викладанні предметів, здобутті вищої освіти, підвищенні кваліфікації [4;6]

Незважаючи на посилену увагу науковців до проблем реалізації дистанційного навчання, дидактичні та методичні аспекти вивчені та висвітлені недостатньо, потребують подальшої розробки нові методи, форми та засоби дистанційного навчання. Пи-

танням розроблення електронних курсів, використання інформаційних систем освіти присвячені праці А.А. Андрєєва [1], В.Бикова [3], В.Вишнівського [4], Ю.Швеця [11], В.Богачкова[6], М.Жалдака[5], М.Захарова [7], Г.Шиліної [12] та інших.

У їхніх дослідженнях розглядається реалізація можливостей інформаційного, дистанційного, технологічного використання Інтернету в освітній діяльності учнів, розробка предметних дистанційних курсів як одного з варіантів поширення дистанційної освіти.

Биков В.Ю, Кухаренко В.М., Сиротенко Н.Г., Рибалко О.Г., Богачкова Ю.М. пропонують таке визначення: дистанційний курс з предмета – це система навчально-методичних матеріалів та освітніх послуг, створених для організації дистанційного навчання на основі інформаційних і комунікаційних технологій у віртуальному середовищі [3;115].

Організація впровадження дистанційного навчання неможлива без ґрунтовного дослідження застосування платформ дистанційного навчання.

Платформа дистанційного навчання – це комплекс засобів (інструментарій) для організації роботи викладача, слухача та адміністратора в умовах дистанційного навчання. За допомогою платформ дистанційного навчання стає можливим управління змістом навчання, його індивідуалізація та тьюторат [4;27].

Програмно-інструментальна платформа дистанційного навчання Moodle спеціально створена для розробки викладачами якісних дистанційних курсів, тому вона і викликає найбільший інтерес та попит серед інших інформаційних ресурсів Інтернет. Ця система активно використовується більше ніж у ста країнах світу викладачами середньої та вищої шкіл. Такі системи часто називають системами управління навчанням або віртуальними освітніми середовищами. Moodle пропонує широкий спектр можливостей для повноцінної підтримки процесу навчання в дистанційному середовищі – різноманітні способи подання навчального матеріалу, перевірки знань та контролю успішності. Автор концепції платформи Moodle – австралієць Мартін Догіамас (MartinDougiamas). Дана система розроблялась як засіб розширення можливостей викладання, тому архітектура Moodle та закладені в неї принципи здобули визнання світового співтовариства.

Інтерактивні елементи, які містяться в даній системі, націлені на активну взаємодію між учасниками дистанційного навчання.

До них належать:

- анкети;
- інтерв'ю;
- лекція;
- завдання;
- Wiki;
- глосарій;
- тести [2;66].

Для даних інтерактивних елементів можливе оцінювання, у тому числі довільно створене педагогом. Оцінки можна переглянути на сторінці оцінок курсу, яка налаштовується за їх відображенням та групуванням. Крім того, викладач має можливість ознайомитися з діями кожного слухача курсу, побачити нові повідомлення, активність слухача в чатах та форумах, спроби виконання тестових завдань.

Один із найважливіших інструментів платформи дистанційного навчання Moodle є комунікативна складова, що представлена форумом, чатом, обміном повідомленнями. Дані мережеві інструменти дозволяють спілкуватися всім учасникам навчального процесу.

Підсумовуючи вищевикладене, можна стверджувати, що можливості платформи Moodle дозволяють створювати, зокрема, дистанційні курси з української літератури як курси, спрямовані на успішне вивчення дисципліни завдяки засобам зберігання, доставки навчальних матеріалів і засобам організації, контролю та обліку навчальної діяльності учнів. При створенні дистанційних курсів з української літератури важливо врахувати особливості цільової групи, для якої створюється цей курс, і вибрати методику дистанційного навчання з урахуванням особливостей технічного забезпечення учня. При створенні дистанційних курсів з української літератури важливо розуміти, що в процесі навчання головним є самостійна пізнавальна діяльність учня, за якої він сам здобуває знання з різних джерел, працює у зручній для нього час, використовуючи різні способи активної пізнавальної діяльності. Тому в курсах дібрано значний відео та аудіоматеріал, аудіокниги, презентації, ілюстрації, практикуми, тести, корисні посилання тощо. Система контролю носить систематичний характер, будується на основі зворотного зв'язку, виконання як творчих, проблемних завдань, так і контрольних тестових завдань.

Загальна характеристика дистанційних курсів з української літератури «Життєвий і творчий шлях І.П. Котляревського» та «Підготовка до ЗНО (Творчість Т.Г. Шевченка)».

Дистанційні курси з української літератури «Життєвий і творчий шлях І.П. Котляревського» та «Підготовка до ЗНО (Творчість Т.Г. Шевченка)» створені з метою ознайомлення з певним обсягом навчальної інформації і виконання запропонованих практичних завдань, що передбачені програмою. Окрема мета передбачає не тільки загальний підхід, але й індивідуальну роботу з кожним учнем задля формування у нього особистих та професійних якостей. Упровадження даних курсів можливе під час синхронного, асинхронного навчання, а також при змішаній формі навчання.

При дистанційній формі навчання структура навчального матеріалу носить специфічний характер. Для створення повноцінного проєкту он-лайнного навчання (дистанційного курсу) було забезпечено наявність таких блоків:

1. інструктивного;
2. інформаційного (системи інформаційного наповнення курсу), де класичні складові набувають нових форм: теоретична частина – складається з відео- лекцій, текстових матеріалів з графічними, анімаційними рішеннями; практична – з практикумів, прикладів, навчальних відеофільмів тощо;
3. контролюючого, який складається з контрольних робіт, тестів;
4. комунікативного (системи інтерактивного викладання).

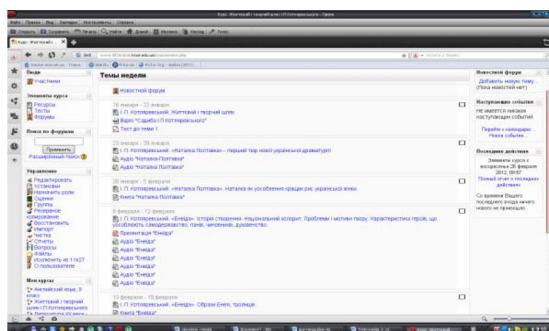
Дистанційні курси можуть бути розміщені на сайті школи, на особистих блогах учителів, на різноманітних освітніх платформах.

Огляд дистанційного курсу з української літератури «Життєвий і творчий шлях І.П. Котляревського».

Призначення: для учнів 9 класу закладів загальної середньої освіти.

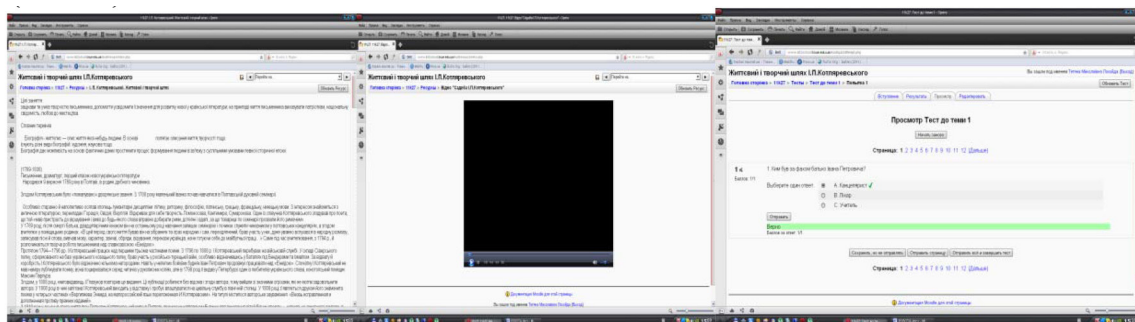
Мета: зацікавити учнів творчістю письменника, допомогти усвідомити її значення для розвитку нової української літератури; розвивати навички самостійної роботи з інформацією з різних джерел; на прикладі життя письменника виховувати патріотизм, національну свідомість, любов до мистецтва.

Зміст: для формату курсу була обрана структура, яка передбачає розвиття курсу на теми-тижні (мал.1). Курс складається з 6 частин (тижнів). Кожна частина складається з навчального блоку, у вступній частині якої надаються необхідні матеріали: словник визначень, лекційний матеріал, що доповнюється ілюстративний, аудіо-, відеоматеріалами, корисними посиланнями тощо.



Мал. 1 Головний екран курсу

Наприклад, у першій частині (лекції) міститься біографія І.П. Котляревського (мал.2), у другій частині відеоматеріал «Садиба І.П. Котляревського (мал.3), узагальнюючий тест «Біографія І.П.Котляревського» (мал.4)

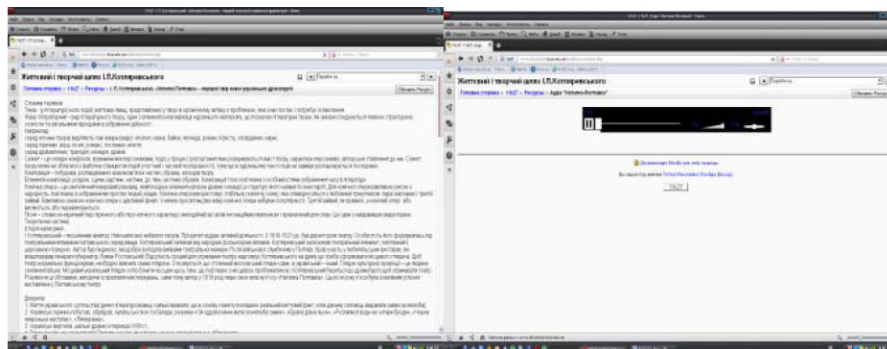


Мал. 2 Лекція

Мал. 3 Відео «Садиба Котляревського»

Мал. 4 Тест до теми № 1

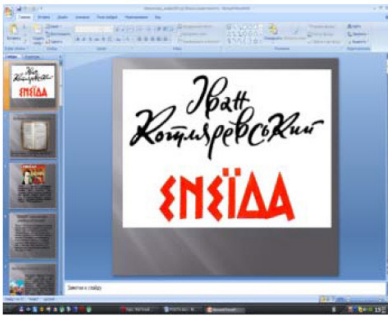
Також курс містить детальний аналіз творів письменника «Енеїда» та «Наталка Полтавка». Так, у першій частині другої теми представлений лекційний матеріал та глибокий аналіз п'єси «Наталка Полтавка» (мал.5), аудіокнига «Наталка Полтавка» (мал. 6)



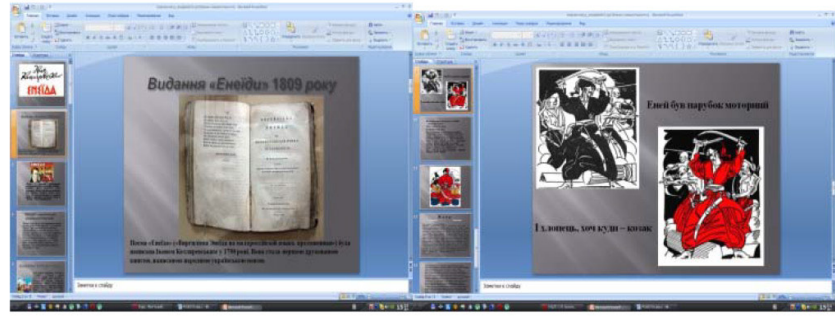
Мал. 5 Аналіз твору «Наталка Полтавка»

Мал. 6 Аудіокнига «Наталка Полтавка»

Аналіз теми, ідеї, історії написання «Енеїди» І.П.Котляревського представлений у презентації (мал.7,8,9), яка містить яскравий ілюстративний матеріал.



Мал. 7 Презентація



Мал. 8 Презентація

Мал.9 Презентація

Кожна тема закінчується запитаннями для самоперевірки та тестовими завданнями. Отже, розроблений дистанційний курс «Життєвий і творчий шлях І.П. Котляревського» відповідає вимогам Програми з української літератури для 9 класу. У курсі міститься багатий ілюстративний, аудіо-, відеоматеріал, аудіокниги до творів Котляревського «Енеїда» та «Наталка Полтавка». Кожен розділ завершують узагальнюючі тести, що дозволяє учням самостійно перевірити свої знання з теми.

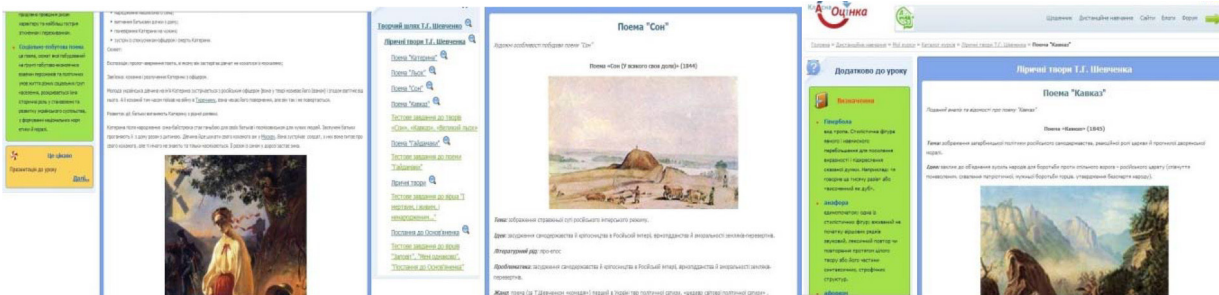
Огляд дистанційного курсу з української літератури Підготовка до ЗНО (Творчість Т.Г. Шевченка)».

Призначення: для абітурієнтів та учнів шкіл, ліцеїв, гімназій; усіх, хто бажає самостійно навчатись або готуватись до ЗНО.

Мета: зацікавити учнів творчістю Т.Г.Шевченка, виявити основні особливості творів поета, їхню ідейно-тематичну спрямованість, композицію, конфлікт; охарактеризувати образи, аналізувати художній твір; виховувати почуття поваги до Т.Г. Шевченка, історичного минулого краю, любов до рідного слова, вітчизняної культури; розвивати навички самостійної роботи з інформацією, підготовки до зовнішнього незалежного оцінювання.

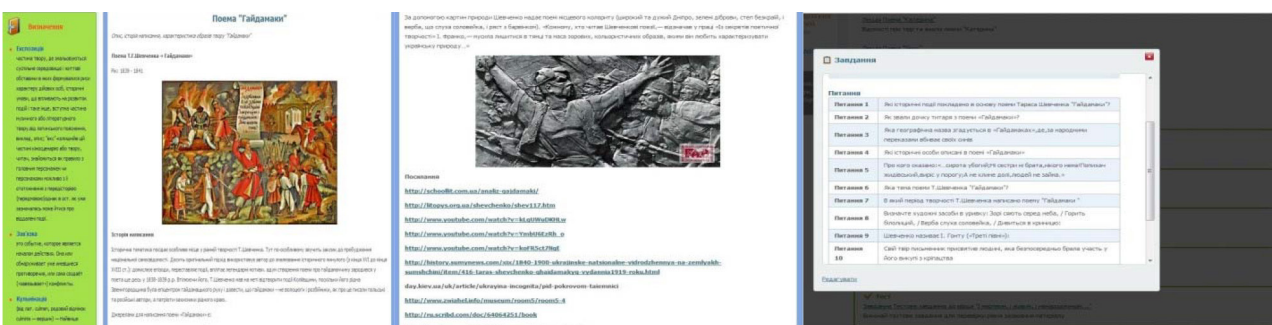
Зміст: Для формату курсу була обрана структура, яка передбачає розбиття матеріалу на лекції. Курс складається з 7 частин (лекцій), у кожному додані ресурси, тести та інші матеріали. Кожна частина складається з навчального блоку, в якому всі необхідні додаткові матеріали для навчання: словник літературознавчих термінів, лекційний матеріал, що доповнюється ілюстративний, аудіо-, відеоматеріалами, корисними посиланнями тощо; наявні рубрики «Це цікаво», «Історична довідка», в яких розміщений додатковий матеріал з теми, що вивчається.

У лекціях міститься аналіз особливостей творів Т.Г. Шевченка, їх ідейно-тематичне спрямування, композиція, конфлікт; характеристика образів (мал.10,11,12).



Мал.10, 11,12. Лекційний матеріал до поеми Т.Шевченка «Катерина», «Сон», «Кавказ»

Також курс містить детальний аналіз поеми «Сон» та «Кавказ»
У наступній лекції міститься глибокий аналіз твору «Гайдамаки»: тема, ідея, історія написання, теорія літератури та питання до теми (мал. 13, 14, 15).

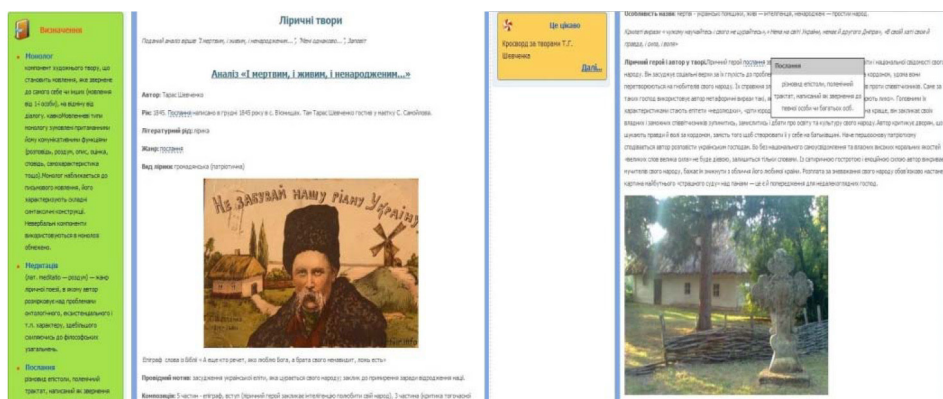


Мал. 13 Лекційний матеріал

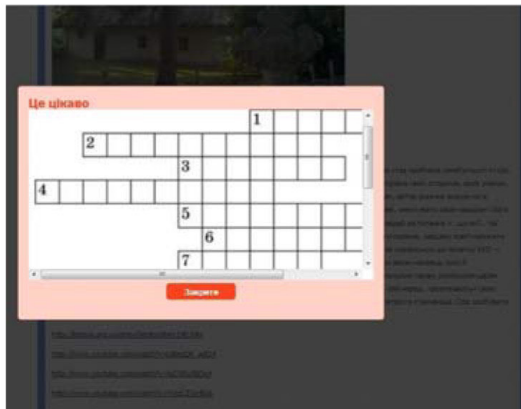
Мал. 14 Корисні посилання з даної теми

Мал. 15 Завдання для здійснення самоперевірки до поеми Т.Шевченка «Гайдамаки»

У лекції № 6 міститься ідейно-художній аналіз ліричних творів, кросворд за творами Т.Г. Шевченка (мал. 16,17,18,19)



Мал. 16, 17 Ідейно-художній аналіз послання «І мертвим, і живим...»



Мал. 18 Кросворд за темою



Мал. 19 Ідейно-художній аналіз поезії Т.Шевченка «Заповіт»

Закріплюється вивчений навчальний матеріал шляхом самостійного виконання учнями тестових завдань. Результати виконання тестів надсилаються вчителю в електронній формі.

Після вивчення кожного блоку курсу за допомогою контрольних тестів здійснюється тематичний контроль. Учитель надсилає оцінки особисто кожному учню, за бажанням може оприлюднювати оцінки всього класу.

Отже, дистанційний курс «Підготовка до ЗНО (Творчість Т.Г. Шевченка)» відповідає вимогам Програми ЗНО з української літератури, затвердженої МОН України. У курсі міститься різноманітний ілюстративний, аудіо-,відеоматеріал до творів Т.Г. Шевченка «Катерина», «Гайдамаки», «Заповіт» тощо. Даний курс формує навички самостійної роботи з різними джерелами інформації (підручник, електронні енциклопедії, додаткові посібники, аудіо-, відеоматеріали, джерела мережі Інтернет тощо).

Таким чином, реалізація можливостей дистанційної платформи Moodle сприяє покращенню ефективності навчального процесу, зокрема на уроках української літератури, а саме:

- система Moodle дозволяє подавати значний обсяг теоретичного матеріалу в поєднанні з додатковими аудіо-, відеоматеріалами, презентаціями тощо, закріплювати його та здійснювати контроль та перевірку знань;
- поєднання різних інструментів, ресурсів позитивно впливає на активізацію та вдосконалення розумових процесів учнів;
- процес навчання переростає в самонавчання, самоосвіту, перетворюючи учня з об'єкта в суб'єкт цього процесу. Педагог перестає бути ретранслятором знань на різних типах навчальних занять, має можливість попрацювати з кожним учнем індивідуально у консультаційні години;
- практичне значення впровадження дистанційних курсів з української літератури полягає в тому, що учні, які працювали за дистанційною формою навчання, підвищили мотивацію до навчання, результатом чого стало поступове зростання рівня навчальних досягнень з предмета;
- учитель може на кожному уроці здійснювати контроль за опануванням учнями навчальним матеріалом, надавати індивідуальні консультації, коригувати освітню діяльність учнів.

Серед недоліків варто визначити:

- не вистачає візуального контакту між учнем і вчителем, що є важливим для підлітків;
- зворотний зв'язок через використання інструментів платформи «Чат» та «Форум» не був досягнутий в повному обсязі, оскільки учням у рамках навчання в письмовій формі складно висловити та аргументувати власні міркування;
- низький рівень ІКТ-компетентності вчителів.

Висновки

На сучасному етапі реформування освітньої системи дистанційне навчання виступає як інноваційна форма організації освітнього процесу, упровадження якої необхідне для досягнення необхідного рівня якості освіти.

Воно має притаманні лише йому ознаки та властивості, може застосовуватися в усіх видах освіти, забезпечує розвиток освітнього процесу на основі особистісно орієнтованої педагогічної взаємодії та дільнісного підходу до формування системи компетентностей.

Розробка і впровадження в освітній процес дистанційних курсів з навчальних предметів сприяє формуванню в учнів навичок самостійної роботи з різними джерелами, оптимізує взаємодію учнів і педагогів, змінює психологію особистості як учня, так і вчителя. Першочерговим завданням дистанційного навчання є розвиток творчої складової учнів, підвищення їх цілеспрямованості, активності, ініціативності, зацікавленості до навчання.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ ТА ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСИ

1. Андреев А.А. Введение в дистанционное обучение / А. А. Андреев // Компьютеры в учебном процессе. – М. : Интерсоциум, 1998. – № 2.
2. Басараба Н. Платформа дистанційного навчання Moodle та її використання в організації навчального процесу / Н. Басараба // Нова педагогічна думка. – 2013. – № 2. – С. 63-66. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npd_2013_2_17
3. Биков В.Ю. Технологія створення дистанційного курсу: навч. посіб. / В.Ю. Биков, В.М. Кухаренко, Н.Г. Сиротенко, О.В. Рибалко, Ю.М. Богачков. – К.: Міленіум, 2008.
4. Вишнівський В.В., Гніденко М.П., Гайдур Г.І., Ільїн О.О. Організація дистанційного навчання. Створення електронних навчальних курсів та електронних тестів. – Навчальний посібник. – Київ: ДУТ, 2014. – 140 с.
5. Дистанційне навчання: психологічні засади: монографія / [М.Л. Смульсон, Ю.І. Машбиць, М.І. Жалдак та ін.] ; за ред. М.Л. Смульсон. — Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2012. — 240 с.
6. Дистанційне навчання школярів – можливості і проблеми / Ю. М. Богачков, П. С. Ухань, Ю. Л. Новіков // Комп'ютер у школі та сім'ї. – 2011. – № 2. – С. 29-33.
7. Захаров М. М. Використання технологій дистанційного навчання на курсах підвищення кваліфікації педагогів [Електронний ресурс] / М. М. Захаров // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. – 2016. – Вип. 51. – С. 151-157. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pfto_2016_51_232016

8. Кудрявцева С.П., Колос В.В. Міжнародна інформація. Навчальний посібник – К.: Видавничий Дім «Слово», 2005. – 400с. Режим доступу: <https://buklib.net/books/21985/>
9. Положення про дистанційне навчання: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.ua/legislation/Dist_osv/2999/.
10. Швець, Ю. Научно-методическая работа с учетом тренований дистанционной формы обучения / Ю. Швець // Новий колегіум. – 2006. – № 1. – С. 39.
11. Швець Ю. О. Сайт дистанційної освіти Запорізької області “Школи сучасних знань”. Режим доступу: [http://www.zhu.edu.ua/mk_school/].
12. Електронний курс з української мови для 9 класу. Шиліна Г.А. Режим доступу: [http://www.zhu.edu.ua/mk_school/course/view.php?id=87].

В работе рассмотрены основные понятия и характерные особенности дистанционного обучения, показаны возможности платформы дистанционного обучения Moodle для разработки дистанционных курсов по украинской литературе, представлены и охарактеризованы созданные дистанционные курсы по украинской литературе «Жизненный и творческий путь И.П. Котляревского», «Подготовка к ВНО (Творчество Т.Г. Шевченко)»

Ключевые слова: *дистанционное обучение, дистанционный курс, платформа дистанционного обучения Moodle.*

This work deals with the main notions and peculiar characteristics of distance learning, shows the abilities of Moodle platform for creation of courses on Ukrainian literature. Created courses «Life and Creative Carrier of I.P. Kotliarevskii» and «Preparation to External Independent Evaluation (Creative way of T. H. Shevchenko)» are presented and characterized in it.

Keywords: *distance learning, distance course, distance learning platform Moodle.*

*Остапенко Людмила Петрівна,
старший викладач кафедри інформатики
ХНПУ імені Г.С. Сковороди
Соловйова Ольга Костянтинівна,
вчитель інформатики Харківської гімназії №16*

НОВИННА ГРАМОТНІСТЬ В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ ДО МЕДІА ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В даній статті розглянуто новинну грамотність в контексті медіаінформаційної грамотності. Визначено складові кейсу «Новинна грамотність» та схарактеризовано зміст кейс, який використовується в процесі підготовки вчителя до медіаосвітньої діяльності в Харківському національному педагогічному університеті імені Г.С. Сковороди.

Ключові слова: *медіаосвіта, медіаграмотність, новинна грамотність, майбутній вчитель.*

На сучасному етапі розвитку суспільства проблеми медіаосвіти, привертаючи пильну увагу як теоретиків, так і практиків різних рівнів освіти, викликають чималу цікавість широкого загалу.

Постійні зміни в медіаландшафті сприяють зміненню стереотипів сприйняття сучасних медіа, переосмисленню принципів використання цих медіа та становленню основних понять цього явища. Існують різні підходи до визначення сутності як медіаосвіти, так і інших понять медіаінформаційного поля.

Під медіаосвітою в широкому сенсі слова розуміють особливий напрямок в педагогіці, що вивчає, з одного боку, явища масової комунікації та медіакультури (в тому числі професійну освіту в галузі кінематографії, журналістики, реклами тощо), а в більш вузькому – процес формування у людей компетенцій у сфері соціальних комунікацій за допомогою технічних засобів, тобто медіа [1]. Крім цього, медіаосвіта розглядається як самостійна галузь педагогічної науки, яка розробляє теоретичні питання навчання адекватної взаємодії з медіа середовищем; як процес особистісного розвитку за допомогою й на матеріалах різноманітного контенту засобів масової комунікації (в тому числі, різного роду пізнавальних ресурсів і спеціальних освітніх програм) в педагогічних цілях і багато іншого [2]. Особливої уваги приділяється опануванню технологіями декодування матеріалів ЗМІ і розумінню смислів їх контенту за допомогою аналізу їх знакової структури в рамках реалізації семіотичної теорії; технологіям критичного

мислення і критичної автономії аудиторії в процесі сприйняття медіатекстів в рамках ідеологічної теорії, формуванню ціннісного відношення до шедеврів та видатних зразків медіакультури в рамках естетичної теорії та залучення до створення медіа контенту та формування сучасного медіапростору в рамках практичної теорії медіаосвіти [7].

Таким чином, можна виокремити такі наступні напрями реалізації медіаосвіти: вивчення медіа та навчання за допомогою медіа. Так, в Оксфордській енциклопедії, термін «медіаосвіта» (media literacy) пов'язано одночасно як з пізнанням того, як створюються і поширюються медіатекстів, так і з розвитком аналітичних здібностей для інтерпретації та оцінки їх змісту [8]. Тоді як вивчення медіа (media studies) зазвичай зв'язується з практичною роботою зі створення медіатекстів [6]. Особливе місце в цьому понятійному полі займає новинна грамотність (News Literacy) як елемент медіаінформаційної грамотності.

В цілому медіаінформаційно грамотна людина вміє визначити розмір своїх інформаційних потреб і запитів; раціонально і ефективно знаходити доступ до необхідної інформації; критично сприймати, інтерпретувати та оцінювати рівень отриманої медіаінформації і знайдених медіаресурсів; ефективно та безпечно використовувати отриману інформацію відповідно до поставлених цілей; розуміти економічні, правові та соціальні аспекти використання інформації, дотримуватися етичні та правові норми при здійсненні доступу і використання інформації; вміє протистояти інформаційним загрозам, захищати приватний простір від шкідливого контенту та спілкуватися за допомогою медіа [5]. Саме тому, новинна грамотність є одним з напрямів розвитку медіаінформаційної грамотності.

Під новинний грамотністю (News Literacy) розуміють здатність людини ефективно використовувати власні аналітичні здібності та навички критичного мислення, щоб судити про достовірність, ступеня надійності і збалансованості інформації, що надходить з новинних повідомлень з різних медіа (преси, радіо, телебачення або мережі Інтернет). Новинна грамотність передбачає не тільки сформованість вмінь знаходити потрібну інформацію і грамотно оперувати нею, здатності взаємодіяти з медіа і розуміння їх мову, але й захищати себе від підрбок під новинне повідомлення, розуміти різницю між фактом і думкою, адекватно оцінювати джерела інформації, декодувати матеріали традиційних ЗМІ та соціальних медіа, тобто формувати власне новинне інформаційне поле [7]. Слід зазначити, що в рамках професійної медіаосвіти, наприклад, при підготовці майбутніх журналістів, розглядається будови новини для різних типів ЗМІ, розуміння як вона влаштована з професійної точки зору, тобто в рамках професійної медіаосвіти готують виробників новин. Проте більш значної уваги слід приділити підготовці споживача новинної інформації, навчання його правилам інформаційної гігієни: вживання якісної новинної «їжі», вміння уникати небезпечної продукції тощо [7].

Існує цікавий досвід навчання новинний грамотності в Center for News Literacy університету Stony Brook (США, Нью-Йорк), що був відкритий в 2007 році при Школі журналістики цього університету. Центр проводить заняття зі студентами різних факультетів, навчаючи їх азам грамотного взаємодії з медійною інформацією, проводить щорічні Літні інститути для викладачів середніх шкіл, коледжів і вищих навчальних закладів [7]. Програма навчання новинний грамотності складається з декількох великих блоків, серед яких: виокремлення основних причин виникнення новинний грамотності як комплексу компетенцій, необхідних людині в століття цифрових технологій; опис влади інформації, тобто факторів її впливу на аудиторію [7]; визнання сили інформації та важливості вільного потоку інформації в демократичному суспільстві; розуміння

того, чому новини важливі; розуміння впливу новинної інформації на життя окремих людей та країн в цілому; через розуміння наявності в журналістиці людського фактору та виховання відповідальності споживача новинної інформації [9].

Результатом вивчення зазначеного досвіду стала розробка кейсу для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня в Харківському національному педагогічному університеті імені Г.С. Сковороди. Питання медіаосвіти включені в систему підготовки майбутніх вчителів в рамках модуля «Основи медіаосвіти» курсу «Педагогіка вищої школи», який було введено в навчальні плани з 2017-2018 навчального року. Основною метою модуля є розкриття освітнього потенціалу медіатехнологій, формування певних знань і умінь з основ медіаосвіти, розуміння ролі та значення медійного простору в професійному та особистісному становленні людини та використання медіатехнологій для створення навчального контенту.

Сформульована мета зумовила потребу вирішити такі завдання: ознайомлення з основними підходами до впровадження елементів медіаосвіти в навчально-виховний процес; вивчення наслідків (позитивних та негативних) застосування медіатехнологій навчання; вироблення навичок здійснення аргументованого пошуку і критичного огляду аудіовізуальної та друкованої інформації; формування вміння оцінювати зміст, форму і стиль аудіовізуальної та друкованої інформації; формування практичних навичок застосовувати раціональні методи пошуку, відбору, систематизації та використання аудіовізуальної та друкованої інформації, здійснювати перевірку джерел інформації та використовувати медіатехнології для створення навчального контенту [4].

Для опанування цих питань передбачено 1 кредит (4 лекційних, 6 практичних, 20 самостійних годин). Незначний за обсягом курс вимагає великої концентрації змістового матеріалу у вигляді кейсів, зокрема кейсу з новинної грамотності.

Кейс з новинної грамотності передбачав опанування магістрантами змісту онлайн-курсу «Новинна грамотність» [3] в рамках самостійної роботи та обговорення ключових питань в рамках круглого столу. Під час круглого столу магістранти не тільки обговорюють ключові питання онлайн-курсу, але й формулюють основні правила створення, аналізу та перевірки новинної інформації на достовірність. Наступним етапом є практичне опанування інструментів перевірки медіаконтенту. Такими інструментами є онлайн-ресурси для перевірки фотоконтенту на достовірність, а саме: ресурси для перевірки місця та часу створення фотоконтенту (exif.regex.info/exif.cgi, Findexif.com), ресурси для перевірки наявності редагування фотоконтенту ([FotoForensics](http://FotoForensics.com), [Image Edited](http://Image Edited.com)), ресурси для перевірки наявності попередніх публікацій зазначеного фотоконтенту ([TinEye](http://TinEye.com), [Google Reverse Image Search](http://Google Reverse Image Search.com), [Fast Image Research](http://Fast Image Research.com)), додаткові ресурси (<http://www.wolframalpha.com>, <http://lunnyu.ru/>). Також доцільно розглянути ресурси, які дозволяють визначити ступінь довіри до обраних сайтів, а саме: ресурс визначення історії роботи сайту (<https://archive.org/>), ресурс для ознайомлення з інформацією про власника сайту (<https://www.whois.com/whois/>). Доречно запропонувати різноманітні інструменти, які дозволяють здійснювати ефективний пошук, наприклад, ресурси ефективного пошуку на Facebook (<https://www.facebook.com/search/>), на YouTube (<http://youtube.github.io/geo-search-tool/search.html>, <https://citizenevidence.amnestyusa.org/>) тощо.

Наступним кроком є напрацювання вмінь аналізу новин з точки зору їх структури, вимог до написання та достовірності наведеної інформації. Для цього студенти об'єднуються в групи або індивідуально, обирають поточні новини, використовуючи різні стрічки новин. Результатами роботи в групах є презентація новини та її аналіз, який ґрунтується на визначенні основних структурних елементів новини, дотриманість ос-

новним вимогам написання новини, серед яких чітка структура, лаконічність, написання простими реченнями та з використанням прямого порядку слів, сукупність фактів, відсутність емоційного забарвлення та особистого ставлення, перевірка на достовірність, фактчекінг. Наведемо приклад виконання цієї справи. Презентація підготовлена студенткою Ганною С. (український мовно-літературний факультет імені Г.Ф.Квітки-Основ'яненка).

Аналіз новини.

1. <https://ua.korrespondent.net/world/4016251-v-yehypti-rozshyfruvaly-davnie-luibovne-zaklynannia>

2. *Структурні елементи новини.*

Заголовок: В Єгипті розшифрували давнє любовне заклинання .

Ввідний абзац: Вчені встановили, що на папірусі написано заклинання для створення міцних любовних уз. Тексту понад 1300 років.

Посилання: Вчені Страсбурзького університету розшифрували єгипетський текст, вік якого становить понад 1300 років. Про це в четвер, 27 вересня, повідомляє Islam-today.

Текст: Як встановили вчені, на папірусі написано заклинання для створення міцних любовних уз.

Далі інформацію деталізовано.

Текст статті розбито на 3 абзаци.

1 абзац – що.

2 абзац – як саме.

3 абзац – відповідь вчених (апеляція до авторитетів).

Зміст надано за принципом зменшення значущості. За Р. Крейгом – це «перевернута піраміда».

Фінальні 2 абзаци – прихована реклама наступних статей з гіперпосиланнями:

Раніше італійські історики знайшли лист Галілео Галілея, за допомогою якого він намагався обдурити церкву і відвести від себе підозри інквізиції.

Також повідомлялося, що в ПАР археологи виявили фрагмент малюнка, якому близько 73 тисяч років.

Статтю супроводжують 2 малюнки. Зображення одне й те саме: малюнок у збільшенні та малюнок у зменшеному з лінійкою масштабування.

Перевірка достовірності інформації. Фактчекінг.

Це не першоджерело. Є посилання на сайт Islam-today. Перейшовши за цим посиланням, слід обривається. Немає посилань на джерела.

Google-пошук:

1) За 27 вересня:

Кореспондент 20:27 посилається на Islam-today (13:56). Islam-today в нікуди.

Подробиці в 21:20 посилання на Кореспондент (повна копія с посиланням на Islam-today)

28 вересня Znaj.ua є ця стаття та нарешті посилання на американський портал Science Alert, де 26 вересня вийшла стаття з такою темою. В тексті статті є посилання на сайт журналу Journal of Coptic Studies.

В свою чергу Science Alert посилається на Live Science, де є стаття за 24 вересня 02:45рт, – і це перша згадка в Інтернеті про розшифрування папірусу.

Там в свою чергу є посилання на Peeters online journals, де є посилання на завантаження журналу, де на стор.20 є стаття на 50 сторінок тексту Dooso Korshi (Досо Корші). У анотації якраз і є та інформація, яку розмістили російськомовні видання.

Переклад статті у Інтернет-виданні з англійської дещо відрізняється від оригіналу. Це інтерв'ю з автором статті на платформі Live Science. Мова йде про те, що Корші Досо довго вивчав цей папірус та порівнював з іншими. В процесі розшифрування було визначено, що це є поради двом закоханим, як зберегти та захистити відносини. Однак Досу каже, що він може помиляться, і цими птахами можуть бути не закохані, а демони.

У тексті є цитати, тобто автор Інтернет-статті та інтерв'ю з Корші Досо дійсно працював з першоджерелом (опублікованою статтею у науковому журналі). Наводиться інформація, під яким номером зберігається папірус в Сіднейі.

Висновок. Отже, першоджерело звідки журналісти дізнались про інформацію – це американський сайт науково-популярного напрямку, на якому було розташовано статтю. Тобто це не фейк, а реальне дослідження, результати якого надрукувало Scopus-видання. Автор Досу Корші є відомим вченим сіднейського університету. Наступного дня почалося поширення інформації, яке до українського читача прийшло в неповному вигляді без доказів, і при швидкому оцінюванні було схоже на інформаційний провокаційний спам. Тому перший поверхневий аналіз запропонованої статті – не викликав довіри. Саме через те, що не містив фактів, посилань, імен, видань, яким довіряє вчений. Пошук достовірності вказав на протилежне – достовірність та поява нового відкриття в історії Єгипту.

Ця вправа готує магістрантів до першої спроби написання власної новини з дотриманням структури та вимог до написання. Під час виконання наступної вправи магістранти намагаються створити власну новину на основі інформації, яка було отримана з обраної стрічки новин, та віртуального журналіста, який відтворює цю новину з використанням можливостей ресурсу <http://www.voki.com/> або після перегляду відеоматеріалу (музикальний кліп <http://www.youtube.com/watch?v=zLcwJtgo88g> , обравши новинний привід та вид медіа, де буде опублікована новина, створити відповідну новину та презентувати її іншим групам.

Таким чином, опанування основними знаннями та вміннями, що входять до складу новинної грамотності, дозволяє підготувати майбутнього вчителя до свідомого сприйняття новинного контенту, готує до необхідності самостійно мислити і формувати власну точку зору на події дня, навчає володінню інструментами аналізу, який може бути використаний в процесі професійної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Иванов В.Ф. Медіаосвіта та медіаграмотність: визначення термінів / В.Ф. Иванов, О.Я. Шкоба // Інформаційне суспільство. – 2012. – Вип. 16. – С. 41-52. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/is_2012_16_10.pdf
2. Кихтан В.В. Взаимодействие образовательной функции медиа с системой современных знаний // Вестник ВУиТ. 2012. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimodeystvie-obrazovatelnoy-funktsii-media-s-sistemoy-sovremennyh-znaniy>
3. Онлайн-курс «Новинна грамотність» URL: <https://video.detector.media/special-projects/novynna-gramotnist-i22>
4. Остапенко Л.П. Інтеграція медіа освітньої компоненти в процес підготовки майбутніх вчителів / Л.П.Остапенко, О.К.Соловійова //зб. статей VI міжнародної науково-методичної конференції з медіаосвіти та медіа грамотності URL: http://www.aup.com.ua/uploads/Zbirnyk_statey_AUP2018.pdf
5. Педагогические аспекты формирования медийной и информационной грамотности. – М., 2012. – С. 13–14
6. Федоров А.В. Научно-образовательный центр «Медиаобразование и медиа-компетентность». – М., 2012. – С. 5.
7. Шомова С.А. News Literacy: модный бренд или насущная необходимость? // Вестник ГУУ. 2013. №21. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/news-literacy-modnyu-brend-ili-nasuschnaya-neobhodimost>
8. Media Literacy as a Consideration in Health and Risk Message Design Yvonne Chen and Joseph Erba URL: <http://oxfordre.com/communication/abstract/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-355>
9. WHAT IS NEWS LITERACY? URL: <https://www.centerfornewsliteracy.org/what-is-news-literacy/>

В данной статье рассмотрено новостную грамотность в контексте медиаинформационной грамотности. Определены составляющие кейса «Новостная грамотность» и охарактеризовано содержание кейса, который используется в процессе подготовки будущего учителя к медиаобразовательной деятельности в Харьковском национальном педагогическом университете имени Г.С. Сковороды.

Ключевые слова: *медиаобразование, медиаграмотность, новостная грамотность, будущий учитель.*

In this article the «news literacy» in the context of media information literacy is discussed. The components of the concept of «news literacy» are defined and the content of the case, which is used in the process of training the future teachers at the Kharkiv National Pedagogical University. named after G. S. Skovoroda, is described.

Key words: *media education, media literacy, news literacy, teacher.*

*Андрій Шидловський,
Рівненський державний гуманітарний
університет,
викладач кафедри інформаційно-комунікаційних
технологій та методики викладання
інформатики*

РОЗВИТОК МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНОГО ПРОФІЛЮ

***Анотація.** У статті автором доводиться, що на сучасному етапі особливого значення набуває залучення особистості до медіакультури в контексті підготовки молоді до взаємодії зі складним інформаційним світом. Визначено, що ці процеси важливі для професійної підготовки майбутніх учителів, оскільки саме вчитель є представником сучасної культури в соціумі школярів. Глобалізація сучасного інформаційного світу спричинила утвердження медіакультури практично в усіх галузях людського життя – виробництві, суспільній сфері, освіті, комунікації, мистецтві. Утворюються медіазв'язки між усіма соціальними структурами, країнами, різними спільнотами.*

***Ключові слова:** медіаграмотність; медіаосвіта; медіакультура; медіакомпетентність; майбутні вчителі; освіта; професійна підготовка.*

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Сучасний медіапростір становить середовище життєдіяльності сучасної людини, у якому засоби масової комунікації, нові технології мультимедіа включені в усі сфери професійного, громадського життя суспільства.

Основні вимоги до майбутніх педагогів знайшли відображення у Законах України «Про освіту», «Про вищу освіту», Національній доктрині розвитку освіти України у XXI столітті, де наголошується про необхідність підвищення вимог до професійних та особистісних якостей сучасного вчителя, створення культурно-освітнього середовища, яке забезпечить саморозвиток майбутніх педагогів.

Актуальність розробки проблеми особливостей розвитку медіаграмотності майбутніх учителів фізико-математичного профілю є невідкладним завданням закладів вищої освіти на шляху формування особистості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи медіаосвіти досліджують В. Іванов, О. Волошенюк, Л. Кульчинська, М. Мірошниченко. Автори у своїй роботі представили основні погляди на терміни «медіаосвіта» та «медіаграмотність», а також зробили аналіз основних моделей медіаосвіти та медіаграмотності та їх втілення у світовому просторі [6]. Розвиток медіадидактики аналізує Г. Онкович, особливості медіаосвіти у вищій школі з'ясовують Ю. Казаков [7], Т. Козак. Проблеми формування медіакомпетентності педагогів досліджували В. Протопопова, В. Мантуленко, Л. Найдьонова, М. Кузьміна, І. Доніна, О. Федоров, І. Фатєєва та ін. Як зазначається у Законах України «Про освіту», «Про вищу освіту» [1], Розпорядженні Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки» [3], Концепції впровадження медіа освіти в Україні (нова редакція) [2], підготовка фахівців до їх професійної діяльності в умовах розвитку сучасних інформаційно-комунікаційних технологій можлива за умов оснащення освітніх закладів електронними засобами навчання. Важливим завданням вищої освіти є підготовка випускників до успішного застосування інформаційно-комунікаційних технологій у професійній діяльності.

На думку авторів [8], медіаосвіта педагогічних кадрів є ваговою проблемою державного рівня, а підготовка висококваліфікованих педагогічних кадрів, що володіють необхідним рівнем медіакомпетентності, є медіаграмотними буде актуальною на всіх рівнях державної системи педагогічної освіти.

Виходячи із викладеного вище, *метою* статті є дослідження розвитку медіаграмотності як складової професійної підготовки майбутніх учителів, зокрема фізико-математичного профілю, визначення проблем щодо підготовки молоді до спілкування з медіа.

Виклад основного матеріалу дослідження. Методика формування медіакомпетентності ґрунтується на реалізації різних завдань творчого характеру, що сприяють засвоєнню знань про прийоми сприйняття й аналізу медіатекстів, застосуванню цих знань у різних ситуаціях, розвитку досвіду створення медіатекстів, творчого контакту з медіа.

О. Федоров зазначає, що медіакомпетентність, а отже і медіаграмотність учителя характеризують такі показники:

- 1) мотиваційний (різнобічні мотиви медіаосвітньої діяльності, прагнення до вдосконалення своїх знань і вмінь у сфері медіаосвіти);
- 2) інформаційний (систематична інформованість, ґрунтовні науково-педагогічні знання в галузі медіаосвіти);
- 3) методичний (розвинені методичні вміння в області медіаосвіти);
- 4) діяльнісний (систематична медіаосвітня діяльність у процесі навчальних занять різних типів, активна дослідницька медіапедагогічна діяльність);
- 5) креативний (яскраво виражений рівень творчого початку в медіаосвітній діяльності (тобто прояв гнучкості, мобільності, асоціативності, оригінальності, антистереотипності мислення, розвиненості уяви, фантазії тощо) [10, с. 108].

Сучасна освіта не може функціонувати та розвиватися поза використанням інформаційних технологій та засобів масової інформації. Однак значна частина молоді фактично не готова до повноцінного життя в інформаційному суспільстві, їй не вистачає відповідних знань та вмінь у галузі медіа.

Дослідники у галузі соціології засобів масової інформації (ЗМІ) доводять, що на початку ХХІ століття відбулася остаточна переорієнтація юнацької аудиторії на ауді-

овізуальну інформацію. Реалізація ідей медіаосвіти у шкільну та вузівську практику багато в чому залежить й від існуючих національних традицій формування громадської думки, зв'язку між різними соціальними інститутами.

Необхідність урахування складного медіапростору сучасності наголошується практично в усіх державних документах, пов'язаних із функціонуванням культурно-освітнього простору України [1-3].

Основні завдання медіаосвіти як компоненту загальної та професійної освіти, на думку Дьоміної В.В., полягають у наступному: підготувати молоде покоління до життя у сучасних інформаційних умовах; формувати навички самостійного критичного оцінювання інформаційного потоку; навчити людину розуміти медіатексти, усвідомлювати наслідки їх впливу на психіку, протистояти маніпулятивному впливу засобів масової комунікації; оволодівати різноманітними засобами спілкування на підставі медіакультури; створювати власні медіатексти мовою різних засобів масової комунікації (ЗМК) [5, с. 39].

Вітчизняна теорія і практика виховання виявилася невідповідною до шквалу інформації, яка увійшла у кожную оселю через мас-медіа. Заперечення, демонстративне непомічання вчителем сучасних медіа матеріалів призводить до загострення проблеми негармонійного співвідношення вихованцем шкільного та позашкільного досвіду. Тому назріла гостра необхідність у розробці педагогічних технологій, спрямованих на виховання підготовленого сприймача інформації, естетично грамотну особистість, яка могла б протистояти руйнівним, деформуючим процесам [8, с. 3].

Аналіз психолого-педагогічної літератури з проблем медіаосвіти, формування медіакультури учнівської молоді дозволяє виділити наступні функції медіаосвіти як складової професійної підготовки майбутнього вчителя: інформаційна; просвітницька; функція соціалізуюча; ціннісно-орієнтаційна: адаптаційна; культурно-дозвольна.

В освітньому процесі педагогічних закладів вищої освіти можуть бути реалізовані різні моделі медіаосвіти: освітньо-інформаційні (вивчення теорії та історії, мови медіакультури, яке спирається на культурологічну, естетичну, соціокультурну теорії медіаосвіти); етико-виховні (аналіз моральних, релігійних, філософських проблем на матеріалі медіа, який спирається на етичну, релігійну, ідеологічну, екологічну, протекціоністську та ін. теорії медіаосвіти); практико-утилітарні (практичне вивчення та застосування медіатехніки, що спирається на теорію «споживання та задоволення» та практичну теорію медіаосвіти); естетичні (орієнтовані насамперед на розвиток художнього смаку та аналіз кращих творів медіакультури, спираються на естетичну, художню та культурологічну теорії медіаосвіти); соціокультурні (соціокультурний розвиток творчої особистості щодо сприйняття, уяви, зорової пам'яті, інтерпретації, аналізу, самостійного критичного мислення по відношенню до медіатекстів будь-яких видів та жанрів) [5].

Найбільшого поширення серед медіапедагогів різних країн світу здобула модель останнього типу. Однак, за умови урахування цілей і завдань конкретного закладу освіти, варіативності існуючих підходів до медіаосвіти обирається та модель, що здатна максимально задовольнити потреби молоді у професійному становленні за допомогою ЗМК.

Ураховуючи особливості кожної із зазначених моделей та специфіку навчально-виховного процесу у педагогічних ЗВО ми особливу увагу звертаємо саме на соціокультурну модель, однак за умови використання елементів освітньо-інформаційної та естетичної моделей.

Процес сприйняття особистістю повідомлень ЗМК зумовлено наявністю в людині певних стереотипів, які сформовані протягом усього попереднього життя, насамперед

міжособистісними комунікаціями з раннього дитинства. Відповідно медіаосвіта учнівської молоді має враховувати механізми стереотипізації уявлень про явища та предмети, що оточують людину. Соціальна обумовленість механізму стереотипізації уявлень особистості дозволяє звернути особливу увагу на соціальне підґрунтя формування стосунків дітей та молоді із ЗМК, соціальних мереж тощо.

Сучасні стандарти вищої професійної педагогічної освіти відзначають, що випускники педагогічних навчальних закладів вищої освіти повинні володіти методами пошуку, обробки та використання інформації, вміти її інтерпретувати, адаптувати відповідно до запитів адресатів. Зазначені взаємозв'язки медіаосвіти та професійної підготовки майбутнього вчителя слід розглядати як важливі складові його професійної компетентності.

Формування медіаосвіти у процесі професійної підготовки майбутнього учителя фізико-математичного профілю передбачає вивчення реальної практики взаємозв'язку сучасної студентської молоді та медіакультури. У ході роботи нами було виявлено проблеми сформованості медіаграмотності майбутніх учителів, оскільки великого значення набуває підготовка молоді до спілкування з медіа.

Анкетування проводилось серед студентів-магістрантів спеціальності «математика» денної та заочної форм навчання Рівненського державного гуманітарного університету при вивченні навчальної дисципліни «Медіаосвіта та комп'ютерні технології» шляхом побудови діаграми «Моє медіаполе» (рис.1). Загалом охоплено 50 студентів. Опитування було спрямоване на з'ясування впливу і значення різних медіа у житті студентів, мотивів й частоту контактів з медіатекстами тощо.

За результатами анкетування, абсолютна більшість респондентів мають наміри використовувати у майбутній професійній діяльності засоби масової комунікації. Щодо конкретних ЗМК, відповіді розподілено таким чином: соціальні медіа – 36 %, Інтернет (веб-сайти) – 46 %, радіо – 10 %, телебачення – 4 %, друковані медіа – 4 %.

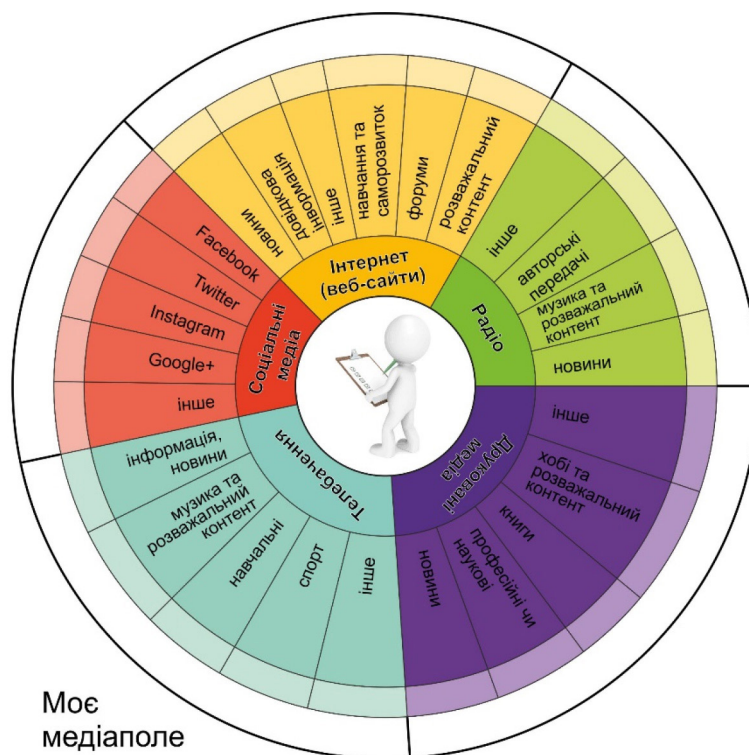


Рис. 1. «Моє медіаполе» (зроблено на основі [4])

Особливу увагу було приділено теоретичним знанням майбутніх учителів математики у галузі ЗМК. За результатами опитування зафіксовано середній та низький рівень теоретичних знань у медіагалузі. Зазначимо, що ці знання складаються з стихійно- побутових уявлень студентів про засоби масової комунікації. Провідним джерелом таких уявлень виступає щоденне споживання інформації завдяки різноманітним каналам масової комунікації (насамперед Інтернет, соціальні медіа).

У процесі опитування, переважна більшість учасників виказала бажання використовувати ЗМК у роботі із учнями, однак практично всі вони не мають уявлення про те, яким чином це можна здійснювати. На думку більшості опитуваних, ЗМК є засобом для спілкування та повинні виконувати розважальну функцію. Респонденти зазначили наявність великої кількості недостовірної інформації, що транслюється ЗМК, особливо телебаченням та Інтернетом.

У ході роботи нами було здійснено аналіз рівня сформованості медіаграмотності (за Ю. Казаковим), визначено їх змістовне наповнення [7].

Високий рівень розвитку медіаграмотності визначається головним чином сутністю медіатексту: аналізом, порівнянням, оцінкою цінності медіатексту, реферування, узагальненням, дедукцією, синтезом.

Для середнього властивий комплекс жанрових, тематичних, емоційних, інтелектуальних, психологічних, творчих, етичних, естетичних мотивів.

Для низького рівня розвитку медіаграмотності характерна: слабка пам'ять, тематична залежність, відсутність проникливості, невпевненість у собі, нерозуміння багатозначності медіатекстів, неточність у сприйнятті медіаповідомлення внаслідок високої імпульсивності у прийнятті рішень.

Під час аналізу контактів студентів з медіатекстами, ми звернути увагу на амбівалентність даного показника. Високий рівень контактів майбутніх учителів з медіа не позначає високого рівня медіаграмотності в цілому. Проте, низький рівень контакту з медіа може, на думку О. Федорова, не лише означати «прагнення швидко уникнути повідомлень, що є складними, зменшити контакти з медіатекстами до мінімальної кількості, щоб завжди працювати з тим, що знайоме і захищати себе від необхідності витрачати додаткові розумові зусилля», але й підвищену вибірковість індивіда, який не бажає споживати у великій кількості неякісну, на його думку, медіапродукцію [10, с. 98].

На нашу думку, медіаграмотність майбутнього вчителя передбачає: поінформованість у питаннях медійних трактувань різних проблем розвитку сучасного суспільства, зокрема соціокультурних аспектів становлення особистості дітей та молоді, знання впливу контактів з медіа на спосіб життя, стосунки та цінності, що набуває особливої важливості відповідно до мети та завдань професійної педагогічної діяльності вчителя; використання ключових концепцій медіаосвіти для аналізу медіатекстів; розвиток чутливості до тенденцій у медійному світі з урахуванням появи нових інформаційних технологій, поширення мережі Інтернету, впливу соціальних мереж, посилення маніпулятивного впливу різних ЗМК на сучасну людину; аналіз можливого впливу медіатекстів на поведінку, особливо дітей та юнацтва.

Після вивчення курсу «Медіаосвіта та комп'ютерні технології» [11] спостерігалося, що майбутній педагог, який отримав медіаосвіту у ЗВО буде вміти: заохочувати учнів, розвивати в них бажання формулювати проблемні питання, пов'язані із медіа; використовувати у викладанні дослідницьку методичку, спрямовану на організацію учнями самостійного пошуку медіаінформації для обґрунтування тих чи інших питань; допомагати учням розвивати здібності щодо використання різноманітних джерел меді-

аінформації; організувати дискусії, у процесі яких учні можуть навчитися толерантно слухати інших та тактовно висловлювати власну думку [5]; уміти використовувати ІКТ на різних уроках правильно добираючи матеріал.

Висновки. Інформаційний показник сформованості медіаграмотності студентів співвідноситься із загальними вимогами щодо інформаційно-комунікативного забезпечення професійної підготовки майбутнього вчителя, який має знати галузі сучасних засобів масової комунікації, їх структуру, походження та тенденції розвитку, психологічні особливості впливу медіа на свідомість людини, специфіку зв'язку медіапростору та суспільства тощо.

Результати проведеного нами дослідження свідчать, що саме студенти є найбільш активними споживачами медіаінформації. Але ця аудиторія практично не здатна відчуті маніпулятивні прийоми медіа, або внаслідок відсутності інформації про цю специфіку сучасних ЗМК, чи несформованості навичок критичного мислення щодо повідомлень ЗМК. Також спостерігалось значне тяжіння студентів використовувати у підготовці до професійної діяльності ті ЗМК, до яких є легкий, швидкий доступ. Зокрема, це Інтернет та соціальні медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про вищу освіту» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://crl.dsmu.edu.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=103&Itemid=50.
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / за ред. Л.А. Найдьонові, М.М. Слюсаревського. – Київ, 2016. – 16 с.
3. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/pro-shvalennya-konceptsiyi-rozvitku-cifrovoyi-ekonomiki-ta-suspilstva-ukrayini-na-20182020-roki-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shodo-yiyi-realizaciyi>.
4. Не потони в інформаційному дощі. Навчання медіаграмотності громадян: Посібник для тренерів. Академія Української преси, StopFake та IREX. Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/mediaosv/programa-mediagramotnosti/>
5. Дьоміна В.В. Формування медіаграмотності майбутніх учителів початкових класів / В.В. Дьоміна, Г. Аракелян // Вісник Черкаського університету. – 2017. – № 8. – С. 38-43.
6. Іванов В. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / В. Іванов, Т. Іванова, О. Волошенюк, Л. Кульчинська, Ю. Мірошніченко. – 2-ге вид., стер. – Київ : АУП, ЦВП, 2012. – 58 с.
7. Казаков Ю.М. Педагогічні умови застосування медіаосвіти в процесі професійної підготовки майбутніх учителів : автореф. дис... канд. пед. наук : 13.00.04 – теорія та методика професійної освіти / Ю.М. Казаков. – Луганськ, 2007. – 21 с.
8. Мірошніченко В.І. Підготовка вчителів до естетичного виховання школярів у сучасному інформаційному просторі : автореф. дис... канд. пед. наук : 13.00.04 – теорія та методика професійної освіти / В.І. Мірошніченко. – Київ, 2001. – 21 с.
9. Побережник І.О. Медіакомпетентність майбутніх викладачів вищого навчального закладу: аналіз змісту професійної підготовки / І.О. Побережник, Л.Л. Хоружа // «Молодий вчений». Серія: Педагогічні науки. – 2017. – № 4 (44). – С. 421-424.

10. Федоров А.В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / А.В.Федоров. – М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. – 616 с.
11. Шроль Т. Формування медіа-інформаційної грамотності майбутніх учителів математики під час вивчення дисципліни «Медіаосвіта та комп'ютерні технології»: організаційно-методичний аспект / Т. Шроль // Збірник статей Шостої міжнар. наук.-метод. конф. «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ. : Центр Вільної Преси, Академія української преси. – 2018. – С. 184–191.

***Аннотация.** В статье автор показывает, что на современном этапе особое значение уделяется приобщению личности к медиакультуре в контексте подготовки молодежи под влиянием сложного информационного пространства. Определено, что этот процесс важен для профессиональной подготовки будущих учителей, поскольку именно учитель является представителем современной культуры в социуме школьника. Глобализация современного информационного пространства привела к внедрению медиакультуры практически во все сферы жизнедеятельности – производство, общественную сферу, образование, коммуникации, искусство.*

Возникают медиасвязи между разными социальными структурами, странами, разными сообществами.

***Ключевые слова:** медиаграмотность; медиаобразование; медиакультура; медиакомпетентность; будущие учителя; образование; профессиональная подготовка.*

***Abstract.** In the article, the author argues that at the present stage, the attraction of personality to media culture in the context of young people's preparation to interact with the complex information world acquires special significance. It is determined that these processes are important for the professional training of future teachers, since it is the teacher who is a representative of modern culture in the pupils' society. The globalization of the modern information world has led to the establishment of media culture in virtually all branches of human life – production, the public sphere, education, communication, and art. Media relations are formed between all social structures, countries, different communities.*

***Key words:** medialiteracy; mediaeducation; mediaculture; interactive co-operation; future teachers; education; professional development.*

Тетяна Шроль

*Рівненський державний гуманітарний
університет*

*доцент кафедри інформаційно-комунікаційних
технологій та методики викладання
інформатики*

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ МАТЕМАТИКИ ДО ЗДІЙСНЕННЯ МЕДІАОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Анотація. У статті вказано методичні підходи щодо організації навчально-пізнавальної діяльності магістрів спеціальності 014.04 Середня освіта (Математика) під час вивчення дисципліни «Медіаосвіта та комп'ютерні технології». Описано практичні завдання до лабораторних робіт, виокремлено методичні рекомендації щодо розробки медійних продуктів та використання програмного забезпечення для їх практичної реалізації.

Ключові слова: медіаосвіта, медіа-інформаційна грамотність, медіаосвітня діяльність, інформаційно-комунікаційні технології, професійна підготовка, майбутні вчителі математики.

Постановка проблеми. В концепції «Нова українська школа» [1, 11] серед компетентностей, що мають набути учні протягом навчання в школі виокремлено інформаційно-цифрову компетентність. Дана компетентність включає, зокрема, інформаційну та медіа-грамотність, що забезпечують формування здатності критично мислити, споживати, створювати та поширювати якісний інформаційний та медійний продукт. Адже, саме якість отриманої інформації як учнем, так і студентом, найчастіше визначає їх вибір і наступні дії, що включають здатність користуватися фундаментальними свободою і правом на самовизначення і розвиток, самореалізації в житті, навчанні, роботі відповідно до існуючих умов цифрового суспільства. Тобто одним із основних завдань сучасної школи є підготовка учнів до життя в цифровому медіаінформаційному просторі, яке перенасичене різноміжною інформацією, що змінюється та збільшується щосекунди. Тому важливим завданням закладів вищої освіти є формування у майбутніх учителів здатностей, як щодо використання медіаосвітніх технологій у професійній діяльності відповідно до сучасних тенденцій їх розвитку, так і формування через призму свого предмету медіа- та інформаційної грамотності свої учнів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різноманітні аспекти впровадження медійних технологій в освіту та побудови освітнього процесу з опорою на ІКТ привернули увагу багатьох науковців. Зокрема, В. Биков, А. Гуржій, М. Жалдак, Ю. Машбиць, Ю. Рамський, З. Сайдаметова, С. Семеріков вивчали психологічні й педагогічні особливості впровадження ІКТ в освітній процес; О. Федоров, О. Шликова дослідили напрямки розвитку мультимедіа й характеристики медіаосвітніх концепцій; В. Іванов, Н. Змановська, Н. Коновалова, Н. Леготіна акцентували увагу на медіакультурі й медіаграмотності.

Серед вчених, які вивчали дидактичні й методичні проблеми медіаосвітніх технологій в освіті Т. Бешок, Дж. Браун, О. Волошенюк, Г. Дегтярова, В. Дивак, Н. Духаніна, Б. Єржабкова, Р. Гришков, І. Гуріненко, Ю. Казаков, В. Кондратюка, М. Маклюен, М. Матвійчук, Л. Найдьонова, Г. Онкович, Б. Потятиник, Р. Туазон, К. Уїлсон, І. Чемерис, Д. Фатеева, О. Янишина та ін.). Медіаграмотність учителя через моделювання цілей та завдань педагогічної діяльності досліджували Т. Бешок, Ю. Казаков, Н. Дементієвська, А. Макров, Г. Саранцев, Є. Смирнова-Трибульська, О. Співаковський, І. Спирін та ін.

Мета статті – визначити та охарактеризувати методичні аспекти практичної підготовки майбутніх учителів математики до використання медіаосвітніх технологій у професійній діяльності під час вивчення дисципліни «Медіаосвіта та комп'ютерні технології».

Виклад основного матеріалу. Для ефективного здійснення медіаосвітньої діяльності майбутній педагог має володіти на відповідному рівні медіа-інформаційною грамотністю [2; 3, 20–22]. Медіа-інформаційна грамотність майбутньому вчителю математики дозволить через зміст власного предмета, форми, методи і засоби його викладання, що враховують індивідуальні особливості кожного учня, виховувати інформаційних і думаючих громадян.

Підготовка майбутнього вчителя математики до медіаосвітньої діяльності передбачає набуття знань, умінь, особистісних якостей та інших здатностей магістрами щодо автономного і відповідального створення, поширення та використання медіа-інформаційних ресурсів у професійній і соціальній діяльності та особистісному розвитку.

Впровадження елементів медіаосвіти, формування медіаінформаційної грамотності майбутніх учителів у Рівненському державному гуманітарному університеті (РДГУ) відбувається інтегровано через використання медіаосвітніх технологій під час вивчення комп'ютерних дисциплін («Основи мультимедіа», «Основи анімації», «Комп'ютерна графіка» тощо). Наприклад, навчальна дисципліна «Основи мультимедіа» передбачає створення власних мультимедійних проєктів, де основною умовою при створенні відповідних текстових, звукових, графічних, аудіо та відеоелементів слід враховувати граматику мови кіномистецтва, аудіовізуальної грамотності тощо [4].

На рівні магістра впровадження медіаосвіти відбувається в межах спеціальної навчальної дисципліни «Медіаосвіта та комп'ютерні технології» 90 год. / 3 кредити ECTS для спеціальності 014.04 Середня освіта (Математика).

Створення медійної продукції передбачає володіння відповідними ІКТ-технологіями. Тому зміст і структура навчальної дисципліни «Медіаосвіта та комп'ютерні технології», організація навчально-пізнавальної діяльності магістрів під час її вивчення спрямована як на систематизацію уже набутих знань з ІКТ та оволодіння сучасними ІКТ (мобільно-, комп'ютерно- та хмароорієнтованими технологіями), так і на їх використання для формування здатностей у майбутніх магістрів критично мислити, вико-

ристовувати медіаосвітні технології в освітній діяльності, створювати якісний різно-типний медійний контент (освітній, соціальний та ін.).

Програма навчальної дисципліни складається з двох змістових модулів: «Медіаосвіта: контекст інформатизації» (32 год.) та «Практична медіаграмотність» (58 год.) [5, 184–189]. Перший змістовий модуль націлений на формування у студентів здатностей: розуміти головні принципи роботи медіа, аналізувати власний медіапростір, навчитися відповідальніше підходити до питань медіаспоживання; розуміти механізми впливу медіа, перейшовши до вибіркового сприйняття інформації; розпізнавати пропаганду, фейкову інформацію, маніпуляції в медіа, використовуючи відповідні практичні маркери та інструменти, які будуть допомагати їм в цьому; критично мислити та аналізувати інформацію, що надходить з різних видів медіа. Другий змістовий модуль спрямований на формування у магістрів здатностей створювати якісний освітній (соціальний) медійний продукт із використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій.

Станом на 2017/2018 н.р. для підтримки вивчення дисципліни було розроблено електронний навчальний курс (ЕНК) «Медіаосвіта та комп'ютерні технології» в системі LMS Moodle для магістрів заочної форми навчання та розміщено на сервісі дистанційної освіти кафедри інформаційно-комунікаційних технологій та методики викладання інформатики РДГУ за адресою <http://do.iktmvi.rv.ua/> [6]. Станом на 2018/2019 н.р. електронний навчальний курс удосконалено та доповнено лабораторними роботами для магістрів денної форми. ЕНК включає такі модулі, як: глосарій термінів курсу; форум «Новини та оголошення»; електронні посібники; вбудовані зовнішні ресурси «Медіазнайко», «Медіадрайвер (локації)» та «Онлайн-курс “Новинна грамотність”» тощо; web-посилання на портал «Медіаосвіта та медіаграмотність» та інші Інтернет-ресурси; діяльності «Чат», «Завдання», «Семінар», «Тести» тощо.

Серед основних видів навчальних занять використовувалися лекції, лабораторні, самостійна робота, індивідуальні навчально-дослідні завдання, вебінари, онлайн-консультації (індивідуальні, групові), екскурсії на виробництво тощо. Для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів під час викладання дисципліни, крім традиційних методів, в основному використовувалися активні методи (метод проєктів, «перевернутий клас», «мозковий штурм», дискусії, імітаційне моделювання, тренінги тощо). Крім того, використовувалися традиційні (книга, роздаткові друковані матеріали, ТЗН тощо), мобільні, комп'ютерно- та хмаро-орієнтовані засоби навчання. Наприклад, хмарні сервіси (Plickers, LearninApps, Google Документи тощо) використовувалися під час інтерактивних лекцій, де використовувалися такі методи, як дискусії, мозковий штурм, «перевернутий клас» та інші [7, 187–188].

В межах курсу «Медіаосвіта та комп'ютерні технології» магістри факультету математики та інформатики РДГУ відвідали UA: Рівне – телеканал Рівненської філії Національної суспільної телерадіокомпанії України. Магістри на практиці дізналися, як відбувається процес створення новин із врахуванням журналістських стандартів, технології побудови блоку новин, етапи організації та проведення цікавих радіо- та телепередач, зокрема із використанням сучасних інформаційних та комп'ютерних технологій та інше.

Для підготовки майбутніх учителів до медіаосвітньої діяльності та формування медіаінформаційної грамотності на лабораторних заняттях використовувалися професійно-орієнтовані та компетентнісно-орієнтовані завдання.

У табл. 1 вказано тематику трьох лабораторних робіт (6 год.) першого змістового модуля, відповідні завдання та інформаційно-комунікаційні технології, які використовували магістри для їх реалізації.

Таблиця 1

Методичні рекомендації щодо проведення лабораторних занять змістового модуля I «Медіаосвіта: контекст інформатизації»

№ п/п	Назва теми (лабораторної роботи)	Завдання	ІКТ для реалізації завдань
1	Визначення основних понять медіаосвіти. Основні теорії медіаосвіти. Види медіа. Вплив медіа. Дидактичні, психолого-педагогічні і методичні аспекти застосування медіа в освітньому процесі.	1. За допомогою візуалізації із використанням ментальних карт (карт знань) розкрити сутність та зміст таких основних понять: «Основні поняття медіаосвіти», «Основні теорії медіаосвіти», «Види медіа. Вплив медіа», «Дидактичні, психолого-педагогічні і методичні аспекти застосування медіа в освітньому процесі». 2. Використовуючи колесо «Моє медіаполе» [8, 33] проаналізувати власну автормедіаграфію, визначити вплив і значення різних медіа у вашому житті. Результати аналізу відобразити за допомогою побудованої інфографіки.	Онлайн-сервіси для побудови карт знань: MindMeister, Coggle, MindMup, Mind42, XMind, iMind Map, MindJet Mindmanager, Comapping, Bubbl, MindGenius, LOOPY, Wisemapping, Mapul, Popplet, mindmaps, Conceptdraw та інші. Онлайн-сервіси для створення інфографіки: Infogr.am, Google Public Data Explorer, Piktochart, Visual.ly, Fluxvfx, Many Eyes, Vizualize.me, Vizify, Photo Stats, Creately, Stat Planet, Wordle, Cacao, Lilach & Sarah's Infographics package тощо.
2	Дослідження всіх видів медіа (програм телебачення; кінокартин: документальних, художніх; газет, журналів, радіопередач, відеоігор, Інтернет-ресурсів) на педагогічну тематику методом контент-аналізу. Дослідження різних видів медіатекстів методом дискурс-аналізу.	1. Виконати підбірку новин на педагогічну тематику та оформити у вигляді блогу (сайту). 2. Створити власне повідомлення (новину) для різних видів ЗМІ (кримінальної хроніки, дитячого видання, суспільно-політичного журналу, молодіжного журналу, для чоловічого та жіночого журналів тощо) про події в університеті, в школі. Розмістити в блозі (на сайті) та вказати автора повідомлення.	Онлайн-конструктори для створення сайтів, блогів: uCoz, Nethouse, Jimdo сайти Google, Tilda та інші.

3	Розвиток критичного мислення. Аналіз медіа та PR-технології в політичній рекламі. Роль і місце соціальної реклами. Аудіовізуальна граматики.	<p>1. Використовуючи сервіси для створення «Словесних хмар» [9, 55–58], описати види, форми реклами, PR-технології із демонстрацією прикладів (зразків). Знайти приклади оманливих шляхів подання математичної інформації або кількісних даних. Зокрема, застосування мови певних рекламних фраз (наприклад, відмінність між «два за 200 грн.» та «купіть один за 200 грн., отримайте інший безплатно»; значення вислову «на третину менший вміст жиру» і т.д.).</p> <p>2. Переглянувши один із фільмів на освітню тематику, потрібно:</p> <ul style="list-style-type: none"> • описати свої враження від переглянутого фільму за допомогою сенквейну [10, 47]; • написати есе на тему, яка вас зачепила у фільмі. Наприклад, інноваційні методи викладання дисципліни «Історія мистецтв» у фільмі «Посмішка Монни Лізи»; чи сприяє і як гумор та імпровізація вчителя у викладанні для мотивації навчання учнів на прикладі фільму «Тріумф: історія Рона Кларка» та інші теми. Обов'язково оцінити роботу режисера та гру акторів відповідно до критеріїв аудіовізуальної граматики (граматики мови кіномистецтва) щодо повноти розкриття ідеї фільму тощо. 	Microsoft Office (Word, Publisher), Google Документи тощо.
---	--	--	--

Так, під час вивчення другого змістового модуля №1 магістри вчаться будувати ментальні карти й інфографіку, створювати хмари тегів, сайти і блоги. Разом з тим, вони поглиблюють знання щодо основних понять медіаосвіти, формують здатність аналізувати різнотипний медійний контент, використовувати готові медіапродукти та медіаосвітні технології у професійній діяльності.

Щодо другого змістового модуля, то він націлений на формування у магістрів здатностей створювати власні медійні продукти. Для його опанування було передбачено наступні 7 (14 год) із 10 (20 год.) лабораторних занять. На 4-9 лабораторних заняттях магістри вивчали технології розроблення та апаратне і програмне забезпечення створення медіа-контенту різних видів медіа: 1) друковані мас-медіа, фотографія; 2) аудіо-медіатексти: радіо і музика; 3) аудіовізуальні медіатексти: кіно і телебачення; 4) реклама; 5) Інтернет і мобільний контент; 6) комп'ютерні та відео ігри. В таблиці 2 наведено приклади завдань, що використовувалися для проведення даних занять.

Лабораторна робота №4 «Друковані мас-медіа, фотографія» передбачала виконання магістрами таких завдань:

1. Створити газету про події в університеті або в школі, для тих магістрів, хто поєднує роботу і навчання. Придумати назву газетного видання. Обов'язково, крім новин про події, у виданні має бути:
 - *інформаційна сторінка* для студентів або учнів та їх батьків, зокрема щодо безпеки в Інтернеті, або кібербулінгу, або з іншої теми пов'язаної із медіабезпекою;
 - сторінка, що містить статті *аналітичного, художньо-публіцистичного жанрів та рекламне оголошення*;
 - *розважальна сторінка*: кросворди, тести, цікаві завдання з теми медіаосвіта;
 - *остання сторінка*: назва видання, вид видання, напрям видання, місце видання, місце розповсюдження, періодичність, аудиторія, мова видання, тематика, кількість сторінок.
2. Обрати будь-яку статтю із газети «Освіта України» (<https://pedpresa.ua/>) або онлайн журналу чи газети із розділу «Інтернет джерела» ЕНК «Медіаосвіта та комп'ютерні технології» та під час аналізу статті дати відповіді на запитання: Про що ця стаття? Хто її автор? Де це опубліковано? Яке це має значення? Для кого написана ця стаття? Чи посилається автор на джерела інформації? Чи подають ці джерела інформації різні позиції? Вам сподобалась стаття? Чи вважаєте ви, що автор мав написати це по-іншому?

На лабораторній роботі №5 «Аудіо-медіатексти (радіо і музика)» пропонувалося виконати наступні завдання:

1. Підібрати аудіофайли та/або відповідні їм відеофайли, що можуть бути використані для пояснення термінів, понять з будь-якої теми математики чи інформатики. Розмістити їх у відповідному порядку та придумати назву радіопередачі.
2. Навести 10 радіопередач освітнього характеру різних радіоканалів. Результат оформити у вигляді презентації або розмістити на створеному сайті.

На лабораторній роботі №6 «Аудіовізуальні медіатексти (кіно і телебачення)» було запропоновано виконати індивідуально або групою студентів одне із завдань:

1. Створити відеоролик (чи мультимедіа) відповідного жанру (комедія або екшен-фільм або пригодницький фільм тощо) за власним сюжетом, із відповідним складом акторів тощо, який розкриває тему «Моє життя та навчання в університеті», «Медіа в моєму житті» тощо.
2. Екранізувати завдання або історичний епізод із математики (інформатики, фізики) тощо.
3. Придумати власну освітню телепередачу, скласти сценарій та здійснити її запис. Програмне забезпечення студенти обирали самостійно: Movie Maker, Pinnacle Studio, Adobe Animate тощо.

На лабораторній роботі №7 «Реклама» магістри розробляли агітаційну рекламу в електронному, друкованому чи фотографічному вигляді про професію вчителя математики (інформатики, фізики), відповідний факультет університету (листівки, відео, аудіо) тощо. У процесі створення реклами студентам потрібно було:

- визначити цілі та аудиторію для реклами;
- розробити зміст, структуру, короткий слоган реклами та форму реалізації (відеосюжет-ролик, аудіо-ролик, графічний банер тощо);
- врахувати наступні вимоги: максимум інформації та мінімум слів; доказовість і дохідливість; стислість і лаконічність; оригінальність і неповторність у деталях; привабливість; наявність короткого слогану;
- підібрати відповідне програмне забезпечення для створення реклами.

Під час вивчення теми «Інтернет і мобільний контент» на лабораторній роботі №8 потрібно було:

1. Знайти веб-сайти (веб-сторінки) на тему «Новітній мультимедійний засіб інтернет: за і проти (пошук та подання аргументів)». Кількість записів не менше трьох. Уважно ознайомитися зі змістом веб-сайтів (веб-сторінок). Знайти аргументи за і проти Інтернету. Занести дані аргументи в таблицю 2 у власному блозі або на сторінці власного сайту.

Таблиця 2

<i>№ n/n</i>	<i>Назва сторінки</i>	<i>Адреса сторінки</i>	<i>Аргументи за використання Інтернету</i>	<i>Аргументи проти ви- користання Інтернету</i>
1				
2				
3				

2. Запропонувати кілька порад та описати у власному блозі (на сторінці власного сайту) особливості використання сервісу «Шукалка» (<https://shukalka.com.ua/>) або «Wolframalpha» (<https://www.wolframalpha.com/>) для пошуку інформації, наприклад освітніх сайтів для підготовки до уроків із математики (інформатики або фізики, або економіки).
3. Відшукати веб-сайти (веб-сторінки) та авторські блоги (текстовий блог, фотоблог, відеоблог), що будуть корисними і цікавими для навчання та мотивації до навчання із математики (інформатики або фізики, або економіки). Дані занести в таблицю 3 відповідно до змісту контенту, розмістивши її у власному блозі (на сторінці сайту).

Таблиця 3

<i>Вид контенту</i>	<i>Назва сторінки (сайту, блогу)</i>	<i>Адреса сторінки (сайту, блогу)</i>
Методичні рекомендації		
Розробки уроків		
Навчальні відео		
Правові відносини у сфері освіти		
Додати свій варіант		

На лабораторній роботі №9 «Комп'ютерні та відео ігри» було запропоновано:

1. Провести аналіз улюбленої гри та представити у вигляді презентації, в якій відобразити: назву, рік появи, жанр гри; особливості, головні герої та основний сюжет гри; правила гри та рівні складності; плюси та мінуси гри.
2. Розробити інтерактивне завдання з тематики лабораторних робіт у вигляді гри «Перший мільйон», «Скачки», «Гра парочки» та інше, використовуючи сервіс <https://learningapps.org/> або розробити гру за власним сценарієм, використовуючи будь-яке середовище розробки і мову програмування.

На останньому 10-му лабораторному занятті студенти демонстрували і захищали розроблені медійні продукти за оригінальним сценарієм (наприклад, «Професія вчителя математики», «Соціально-педагогічні проблеми студентів» та ін.) довільного жанру (документальний фільм, телепередача, соціальний відеоролик, інтерв'ю та ін.). Свій проект вони розміщували на сторінці власного сайту (блогу), адресу на який вказували в діяльності «Семінар» платформи Moodle. Проект оцінював викладач і, як мінімум, двоє одногрупників.

При оцінюванні медійних проектів своїх одногрупників магістри враховували такі критерії:

- *контекст проекту*: відповідність темі та жанру, що заявлена в проекті, структурованість інформації, повнота розкриття змісту теми (текстовий елемент);
- *дотримання авторських прав, стандартів журналістики* при створенні проекту відповідного жанру (новини, реклами: соціальна, політична тощо);
- *мультимедіа елементи*: наявність у проекті різноманітних елементів (текст, аудіо, відео, зображення, анімація, гіперпосилання), відповідність їх змісту темі проекту.
- *способи представлення і демонстрації медійного продукту*: додавання медійного продукту на сторінці власного сайту чи блогу.

Крім того, під час оцінювання кожен магістр залишав свій коментар про медійний продукт свого одногрупника та відповідні побажання щодо його удосконалення.

В результаті вивчення навчальної дисципліни магістри демонстрували досить високі результати навчання з навчальної дисципліни «Медіаосвіта та комп'ютерні технології». Розроблені медіапродукти, здобуті компетентності вони мали змогу впровадити та реалізувати під час проходження педагогічної практики.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Описані методичні рекомендації щодо проведення лекцій і лабораторних робіт, розроблені завдання сприяли якісній підготовці майбутніх учителів математики до майбутньої медіаосвітньої діяльності. Результати виконаних професійно-орієнтованих завдань, що були їм запропоновані на лабораторних заняттях, дозволили зробити висновок, що студенти свідомо взаємодіяли

із каналами комунікації та інформації та, застосовуючи критичне мислення, навчилися вибирати високоякісний медійний та інформаційний продукт. Це, в свою чергу, дозволило їм використовуючи різноманітні засоби ІКТ створити якісні медійні продукти, як освітнього, так і соціального спрямування.

В подальшому планується: удосконалення професійно- та компетентнісно-орієнтованих завдань, методів викладання дисципліни «Медіаосвіта та комп'ютерні технології»; розробка методичних вказівок щодо використання медіаосвітніх технологій під час проходження магістрами педагогічної практики; розробка серії вебінарів для майбутніх учителів математики заочної форми навчання щодо підготовки їх до здійснення медіаосвітньої діяльності, як вчителя-предметника, так і як класного керівника.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої освіти. Міністерство освіти і науки України. 2016. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/reforms/ukrainska-shkola-compressed.pdf>
2. Global Media and Information Literacy (MIL) Assessment Framework: Country Readiness and Competencies. Published in 2013 by United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 158 p. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002246/224655e.pdf#page=122>.
3. Медийная и информационная грамотность: программа обучения педагогов / Кэролайн Уилсон, Алтон Гриззл, Рамон Туазон, Кваме Акъемпонг, Чи-Ким Чун. Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании. Опубликовано Организацией ООН по вопросам образования, науки и культуры, UNESCO 2012. 198 с.
4. Шроль Т. Медіаосвіта як психолого-педагогічна складова професійної підготовки майбутнього вчителя. Збірник статей Третьої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». Київ, 2015. С. 284–293.
5. Шроль Т. Формування медіа-інформаційної грамотності майбутніх учителів математики під час вивчення дисципліни «Медіаосвіта та комп'ютерні технології»: організаційно-методичний аспект. Збірник статей Шостої міжнар. наук.-метод. конф. «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». Київ. : Центр Вільної Преси, Академія української преси. 2018. С. 184–191.
6. Шроль Т.С. Електронний навчальний курс «Медіаосвіта та комп'ютерні технології». Сервіс дистанційної освіти кафедри ІКТ та МВІ РДГУ. URL: <http://do.iktmvi.rv.ua/>.
7. Шроль Т. Формування медіа-інформаційної грамотності... С.187–188.
8. Не потони в інформаційному дощі. Навчання медіаграмотності громадян: Посібник для тренерів. Академія Української преси, StopFake та IREX. URL: <http://www.aup.com.ua/mediaosv/programa-mediagramotnosti/>.
9. Аман І.С., Литвиненко О.В. Інтернет-сервіси в освітньому просторі [методичний посібник]. Кіровоград : КЗ «Кіровоградський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти імені Василя Сухомлинського», 2016. 88 с.
10. Навчаємо мислити критично : посібник для вчителів / [автори-укладачі О. І. Пометун, І. М, Сущенко]. Д.: ЛПРА, 2016. 144 с.

В статье указано методические подходы к организации учебно-познавательной деятельности магистров специальности 014.04 Среднее образование (Математика) при изучении дисциплины «Медиаобразование и компьютерные технологии». Описаны практические задания к лабораторным работам, выделены методические рекомендации по разработке медийных продуктов и использования программного обеспечения для их практической реализации.

Ключевые слова: *медиаобразование, медиа-информационная грамотность, медиаобразовательная деятельность, информационно-коммуникационные технологии, профессиональная подготовка, будущие учителя математики.*

The methodical approaches to the organization of educational and cognitive activity by masters in specialty 014.04 “Secondary education (Mathematics)” in the course of studying the discipline “Media education and computer technologies” are specified. Practical tasks for laboratory work are described, methodical recommendations for the media projects development and software use for their implementation are singled out.

Key words: *media education, media and information literacy, media education, information and communication technologies, vocational training, future mathematics teachers.*

МЕДІАОСВІТА І МЕДІАГРАМОТНІСТЬ
У ЗАКЛАДАХ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ
ПЕДАГОГІЧНОЇ ОСВІТИ і В САМОСВІТІ
ВЧИТЕЛЯ

Волкова Н.В.

*к.держ.упр., доцент кафедри
економіки та управління
національним господарством
Дніпровський національний університет
імені Олеся Гончара*

ВИКОРИСТАННЯ МЕДІАПРОСТОРУ З МЕТОЮ ПРОФОРІЄНТАЦІЇ

У статті піднімається проблема доброчесності використання медіапростору вищими закладами освіти з метою профорієнтації заради вирішення проблеми навчальних закладів щодо поповнення контингенту. Зазначається, що наслідками неповної та викривленої професійної інформації, що приваблює абітурієнтів, є розчарування студентів, втрачені кошти та роки навчання.

Ключові слова: професійна орієнтація, професійна інформація, медіапростір, вищі заклади освіти.

Постановка проблеми. Зменшення контингенту студентів українських вищих закладів освіти (ВЗО) зумовлене демографічними процесами – звуженого відтворення та міграції – посилює конкуренцію між закладами професійної освіти. Вживання в таких умовах, збереження освітньої системи штовхає керівників вищих закладів освіти до невласливих для даної системи заходів, посилення профорієнтаційної спрямованості діяльності – проведення шкільних олімпіад, конкурсів, нагороджень, персональної розсилки старшокласникам профорієнтаційних буклетів на адресу школи, проведення «шкіл для юних фахівців» за різними спеціальностями, виїзних уроків, студентських концертів у школах, гастролях викладачів по школах області, а також обрання стратегії «широкого захвату» та диверсифікації ризиків відсутності набору абітурієнтів – відкриття у ВЗО нових спеціальностей, непрофільних для закладу, проте з орієнтацією на ажіотажний попит абітурієнтів, без урахування потреб ринку праці. Проблема використання медіапростору з метою профорієнтації виявляється у підміні поняття «профорієнтаційна робота» поняттями піару і реклами ВЗО.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження різних аспектів професійної орієнтації молоді та дорослого населення ведуться у таких вітчизняних наукових установах, як лабораторія професійної кар'єри Інституту професійно-технічної освіти НАПН України, відділ професіології та психолого-педагогічної діагностики Інституту педагогічної освіти та освіти дорослих НАПН України, відділ технологічної освіти та допрофесійної підготовки Інституту педагогіки НАПН України, Інститут проблем

виховання НАПН України. Їх науковці визнають необхідність формування у медіапросторі прозорих та зрозумілих інструментів побудови освітньої і професійної траєкторій впродовж життя, надання допомоги у вирішенні проблеми мотивації всіх учасників освітнього процесу та підвищенні ефективності функціонування ринку праці. Зокрема, автори монографії про професійне самовизначення учнівської молоді Л. А. Гуцан, О. Л. Морін, З. В. Охріменко, О. М. Пархоменко, Л. І. Гриценко, І. І. Ткачук [1] наголошують на важливості для учнівської молоді діяльності ресурсних центрів професійної орієнтації в освітніх округах.

Постановка завдань дослідження. Метою роботи є узагальнення практичного досвіду профорієнтаційної діяльності викладачів вищих закладів освіти та висвітлення проблеми використання медіапростору у профорієнтаційній роботі.

Виклад основного матеріалу. Про важливість професійної орієнтації серед молоді та населення в цілому у формуванні трудового потенціалу країни свідчить сформована інституційна база, що представлена комплексом міжнародних та національних нормативно-правових актів, громадських організацій, зокрема створеного Інституту професійних кваліфікацій, активністю загальноосвітніх та професійних навчальних закладів, діяльністю мережі центрів зайнятості та приватних організацій.

Як зазначається в Концепції державної системи професійної орієнтації населення, затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 17 вересня 2008 р. № 842, трудовий потенціал суспільства визначається характером формування та реалізації здатності до праці кожної особи і значною мірою залежить від професійного вибору та успішності здобуття або зміни професії. Фактором, що сприяє професійному самовизначенню та реалізації здатності до праці особи, є дієва система професійної орієнтації населення [2].

Тому можна стверджувати, що високий рівень безробіття серед молоді сьогодні є свідченням не тільки недостатності економічного розвитку, безсистемності професійної підготовки фахівців для ринку праці, низького рівня залучення роботодавців до формування навчальних планів і програм, а й свідченням серйозних прогалин у профорієнтаційній роботі з молоддю та забрудненні сучасного медіапростору недостовірною інформацією.

Однією із властивостей медіа середовища є його гнучке реагування на запити ринку [3]. А оскільки «продукт» освітнього ринку – компетенції не можуть бути якісно сформовані без сучасних засобів комунікації та наявної критичної маси здобувачів освіти, саме медіасередовище обрано ВЗО ефективним засобом вирішення проблеми формування контингенту студентів в умовах демографічної кризи.

Основними критеріями і показниками ефективності профорієнтаційної роботи є насамперед [4]:

- достатня інформація про професію й шляхи її здобуття, оскільки без чіткого уявлення про зміст і умови праці в обраній професії молода людина не зможе зробити обґрунтованого вибору, а показником достатності такої інформації є чіткість уявлень учня про вимоги професії до людини, конкретне місце її здобуття, потреб суспільства в цих фахівцях;
- потреба в обґрунтованому виборі професії; показниками сформованості потреби в обґрунтованому професійному виборі професії в такому разі є активність школяра стосовно одержання необхідної професійної інформації, виявлене або реалізоване бажання випробувати свої сили у конкретних сферах діяльності, самостійне складання свого професійного плану;

- упевненість молоді в соціальній значущості праці, тобто сформоване ставлення до неї як до життєвої цінності;
- ступінь самопізнання молодої людини; від глибини такого самопізнання вона зможе визначити свої професійно важливі якості та зробити обґрунтований вибір;
- наявність у молодої людини професійно обґрунтованого плану.

Отже, профорієнтаційна робота є комплексною задачею, цілями якої є:

- надання достовірної інформації про вимоги професії, навчальні заклади, потреби ринку праці та власні здібності;
- формування знань, необхідних для опанування професії;
- формування внутрішньої готовності до самостійної побудови власного професійного шляху, активізація інтересу до навчання, оцінка власних можливостей [2,5].

Чинний закон України «Про зайнятість населення» в статті 7 проголошує право кожної особи на професійну орієнтацію, яке забезпечується шляхом надання комплексу безоплатних профорієнтаційних послуг з вибору або зміни професії, виду діяльності, місця роботи, режиму праці та інших профорієнтаційних послуг.

Оскільки задача профорієнтації має державне значення та стратегічну спрямованість у плані формування трудового потенціалу країни, то до її вирішення залучаються державні центральні та місцеві органи влади, органи місцевого самоврядування, громадські організації. А про важливість профорієнтаційної роботи з точки зору побудови власного майбутнього свідчить аналіз ринку приватних послуг, що надаються психологами та фахівцями медико-психолого-педагогічного профілю.

Сучасне інформаційне середовище, соціальні мережі, месенджери мають сприяти формуванню уявлень того чи іншого школяра про певну професію, спеціальність, кафедру, навчальний заклад. Із власних спостережень, розмов зі школярами та їх батьками, можна зробити висновок про недостатню обізнаність населення стосовно методів пошуку якісних освітніх послуг та проблему вибору альтернативи майбутнього місця навчання з помилковою орієнтацією передусім на вартість освітніх послуг.

Проблемою є також те, що на сьогодні відсутній інформаційний ресурс, який би надавав молоді вичерпну та комплексну інформацію стосовно професійного самовизначення, на якому можна було б ознайомитися із поточними і перспективними потребами місцевого та регіонального ринку праці та в той же час оцінити власні здібності до набуття знань та можливості працювати за певною професією.

На макроекономічному рівні профорієнтацію можна розглядати як профілактику молодіжного безробіття. Проте на мікрорівні профорієнтація в жорстких умовах конкуренції останніх років розглядається як зброя вищих закладів освіти у боротьбі за абітурієнта заради виживання науково-педагогічних колективів. У такому разі зовсім не йдеться про діагностику здібностей потенційних студентів ані про потреби ринку праці, задачею такої «профорієнтаційної роботи» є здобуття лояльності абітурієнтів та їх батьків стосовно майбутнього вступу до ВЗО.

Популярним стало наповнення сайтів вищих закладів освіти тією інформацією, яку бажають бачити абітурієнти: висвітлення подій студентського життя, міжнародних проєктів, опис спеціальностей з використанням яскравих малюнків, інфографіки, які підживлюють інтерес зовнішніх споживачів інформації, приваблюють молодь. При цьому більшає кількість прихованої реклами при висвітленні різноманітних заходів, збільшується кількість комунікаційних заходів, активізується робота ВЗО напоказ, заради висвітлення на сайті та у соціальних мережах. Питання достовірності поданої ін-

формації та етики використання медіапростору, на жаль, в цих умовах стає другорядним. Має місце викривлення професійної інформації, що дуже часто можна зустріти і в роботі викладачів, що займаються профорієнтацією, і в роботі членів приймальних комісій. Наслідками є розчарування студентів, втрачені кошти та роки навчання.

Ускладнення професійного вибору сучасною молоддю пов'язано не тільки із об'єктивними процесами урізноманітнення професій, але й суб'єктивними проблемами інфантильності деяких молодих людей, їх проблемами у комунікативній сфері.

Дослідник поведінкової економіки Ден Аріелі, автор книги «Очікувано ірраціональні» (Predictably Irrational), вважає, що в більшості своїй люди несамотійні в ухваленні рішень.

Медіапростір з професійної орієнтації представлений контентом різного ступеня упередженості і ангажованості. Профорієнтаційну рекламу, як і будь-яку рекламу можна визначити як вид аргументації, адже її мета – не тільки і не стільки донести інформацію про товар / послугу, скільки переконати в його / її важливості та спонукати нас до покупки. Відповідно, можна говорити про аргументований обман у рекламі, який буває у явному вигляді за допомогою помилкового аргументу і у прихованому – за допомогою правди і напівправди [6].

Те ж саме стосується і прийняття рішень щодо вибору майбутньої професії та вибору навчального закладу з орієнтацією на рекламу та сайти освітніх установ. Прагматична концепція істини, коли подається не дійсність, а її часткова інтерпретація, уводить в оману тисячі молодих осіб. Істина – це те, що дозволяє досягнути успіху. Подача неповної або прикрашеної інформації на сайтах вищих закладів освіти є начебто напівправдою, але справляє такий же вплив, як і відверта брехня.

Відомо, що професійна орієнтація населення за змістовими напрямками функціонування має такі структурні елементи [2]:

- професійна інформація;
- професійна консультація як організована взаємодія фахівця з професійної орієнтації та особи, яка отримує послугу;
- професійний відбір – система заходів для встановлення професійної придатності особи до провадження конкретних видів професійної діяльності та посад;
- професійна адаптація – система заходів щодо входження у професію та досягнення особою професійної майстерності у конкретному виді професійної діяльності на конкретному робочому місці.

Власне професійна інформація є основним контентом медіапростору, що використовується з метою профорієнтації. Професійна інформація є публічно оголошуваними відомостями про трудову діяльність та її роль в професійному самовизначенні особи, про стан, потребу і динаміку ринку праці, зміст та перспективи розвитку сучасних професій і вимоги до особи, форми та умови оволодіння ними, можливості професійно-кваліфікаційного зростання і побудови кар'єри, що спрямована на формування професійних інтересів, намірів та мотивації особи щодо вибору або зміни виду трудової діяльності, професії, кваліфікації, роботи [2]. Саме на етапі професійної інформації існує загроза викривлення істини та заведення в оману абітурієнтів.

Профорієнтаційні заходи, що проводяться місцевими органами державної влади та місцевого самоврядування за підтримки державних служб зайнятості, як правило, представлені масовими заходами у форматі ярмарку, «ночі науки», «міста професій» та ін.

В якості напрямів профорієнтаційної співпраці закладів освіти та інших установ заради вирішення молодіжної проблеми вибору професії можна виділити:

- самостійну співпрацю закладів вищої та середньої освіти;
- співпрацю закладів вищої та середньої освіти за підтримки державних служб зайнятості;
- співпраця шкіл у освітніх округах та ін.

Як свідчить освітня і виховна практика, сучасним дієвим плацдармом для розгортання професійної орієнтації учнівської молоді є медіапростір, представлений контентом різної якості. Так, наприклад, в рамках проекту «Профорієнтатор – UA» працює електронний сервіс Prof Way для вибору і реалізації професійного шляху; існує популярний в українському Інтернеті тематичний ресурс Освіта.ua, що надає інформацію щодо освіти в Україні та за її межами; наявні комп'ютерні психодіагностичні методики та ін.

Усе названі напрями подачі професійної інформації мають сприяти розвитку професійної самосвідомості школярів на різних етапах їхнього особистісного розвитку.

Висновки та перспективи. Професійна орієнтація не є тільки педагогічною, але також і економічною проблемою. Дезорієнтація молоді у світі професій, що швидко змінюється, може обернутися значними економічними втратами, і має бути подолана у першу чергу на індивідуальному рівні. Кожна молода людина повинна пізнати свої здібності і нахили, а також мати доступ до безкоштовних профорієнтаційних ресурсів, аналітичних матеріалів з питань поточних і перспективних потреб місцевого, регіонального та загальнодержавного ринку праці та консультацій експертів.

Проблема доступності та достовірності професійної інформації може бути розв'язана за тісних партнерських зв'язків організацій, що представляють регіональний ринок праці, сферу освіти та її управління (Федерація роботодавців України та їх обласні об'єднання, Міністерство освіти і науки України, департаменти та відділи освіти на місцях, Державна інспекція навчальних закладів освіти, Державна служба якості освіти України, Міністерство соціальної політики України та Державна служба зайнятості, громадські організації) та за умови ефективного використання сучасного медіапростору, що наблизить інформацію та послуги вказаних інституцій до безпосередніх споживачів, серед яких головними є молоді люди.

Тому так важливо дбати про чистоту медійного простору, контролювати правдивість інформації, що подається з метою реклами вищих навчальних закладів та їх освітніх програм, та підвищувати медіаграмотність абітурієнтів та їх батьків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Професійне самовизначення учнівської молоді в умовах освітнього округу : монографія /Л. А. Гуцан, О. Л. Морін, З. В. Охріменко, О. М. Пархоменко, Л. І. Гриценко ; І. І. Ткачук , за ред. О. Л. Моріна. Харків: «Друкарня Мадрид», – 220 с. – Режим доступу: http://lib.iitta.gov.ua/704718/1/Monograph_%D0%9F%D0%A0%D0%9E%D0%A4%D0%A1%D0%90%D0%9C%D0%9E%D0%92%D0%98%D0%97%D0%9D_%D0%A3%D0%A7%D0%9D%D0%92_%D0%9C%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%94I.pdf

2. Концепція державної системи професійної орієнтації населення, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 17 вересня 2008 р. № 842. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/842-2008-%D0%BF>
3. Виселко І.В. Медіапростір як соціокультурне явище: теоретичні розвідки та практичні наслідки ВІСНИК НТУУ —КПІ. Філософія. Психологія. Педагогіка. Випуск 1'2011. – Режим доступу: file:///C:/Users/%D0%9D%D0%B0%D1%82%D0%B0%D1%88%D0%B0/Downloads/VKPI_fpp_2011_1_8.pdf
4. Журавльова Л., Червоненко К. Профорієнтаційна робота з підлітками як умова їх успішної соціалізації // Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету, 2013. – №2 (11). – Режим доступу: file:///C:/Users/%D0%9D%D0%B0%D1%82%D0%B0%D1%88%D0%B0/Downloads/Nvmdpu_2013_2_27.pdf
5. Положення про професійну орієнтацію молоді, яка навчається, затверджене спільним наказом Міністерства освіти України, Міністерства праці України, Міністерства у справах молоді і спорту України №159/30/1526 від 02.06.95 р. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0198-95>
6. Головка О. Міждисциплінарні підходи до визначення дефініції «медіапростір» // Юридична Україна. – №9-10, 2019. – С. 87-95. – Режим доступу: file:///C:/Users/%D0%9D%D0%B0%D1%82%D0%B0%D1%88%D0%B0/Downloads/urykr_2016_9-10_14.pdf

В статтє поднимается проблема добропорядочности использования медиапространства высшими учебными заведениями с целью профориентации ради решения проблемы учебных заведений по пополнению контингента. Отмечается, что последствиями неполной и искаженной профессиональной информации, которая привлекает абитуриентов, являются разочарование студентов, потраченные средства и годы обучения.

Ключевые слова: *профессionalная ориентация, профессиональная информация, медиапространство, высшие учебные заведения.*

The article raises the problem of the honesty of the use of media space in higher education institutions. The media space is also used by them for guidance purposes, in order to solve the problem of replenishment of the contingent. It is noted that the consequences of incomplete and distorted professional information attracting university entrants are disappointment of students, lost funds and years of study.

Key words: *professional orientation, professional information, media space, higher education institutions.*

*Олег Власюк,
доцент Рівненського обласного
інституту післядипломної педагогічної освіти,
кандидат історичних наук*

ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ У ПРОЦЕС ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ВЧИТЕЛІВ (ДОСВІД РІВНЕНЩИНИ)

У статті висвітлюється досвід запровадження медіаосвіти у Рівненській області, ініціатором якого став професорсько-викладацький склад Рівненського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти. Процес впровадження медіаосвіти розглядається як комплекс цілеспрямованих заходів у навчальній і виховній роботі навчальних закладів області.

Ключові слова: *впровадження медіаосвіти, проект, інформаційний простір, портал, медіаграмотність.*

На сучасному етапі одним із важливих пріоритетів для нашої держави є прагнення побудувати «орієнтоване на інтереси людей, відкрите для всіх і спрямоване на розвиток інформаційне суспільство, у якому кожен міг би створювати і накопичувати інформацію і знання, мати до них вільний доступ, користуватися і обмінюватися ними, повною мірою реалізовувати свій потенціал, сприяючи суспільному й особистому розвитку і підвищуючи якість життя [2]. Це особливо актуально у зв'язку із стрімкою інформатизацією та зростанням кількості і джерел інформації, доступних кожному.

Діючи у відповідності із викликами сьогодення, Президія Національної академії педагогічних наук України ще у травні 2010 року схвалила Концепцію впровадження медіаосвіти в Україні, де медіаосвіту було визначено як частину освітнього процесу, спрямовану на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, Інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій [3]. Медіаграмотність – це набір компетентностей, необхідних для активної й усвідомленої участі в житті медійного суспільства. Теперішнє медіа суспільство – це суспільство інформаційне, яке спілкується, ділиться інформацією, отримує нові знання, влаштовує соціальні акції та флешмоби у віртуальному просторі [1].

Аналіз наукових напрацювань сучасних українських та зарубіжних вчених засвідчує, що проблеми медіаосвіти та медіаграмотності досліджуються у працях Л. Баженової, О. Баранова, О. Волошенюк, Н. Габор, Л. Зазнобіної, В. Іванова, Л. Мастермана, В. Монастирського, Л. Найдьонової, Г. Онкович, С. Пензіна, Г. Поличко, О. Спичкіна, Ю. Усова, О. Федорова, Н. Хилько, І. Челишева, О. Шарикова та інших дослідників. Також накопичено певний досвід щодо впровадження медіаосвіти у післядипломну педагогічну освіту, що висвітлюється у працях О. Мокрогуза, О. Дем'яненко, О. Городецької та ін.

Окрім того, варто зауважити, що впродовж останніх років низкою нормативних документів визначено пріоритет щодо розвитку освіти України й упровадження інформаційно-комунікаційних технологій у закладах освіти. У зв'язку з цим і в розвитку освіти Рівненщини перевага надається ІКТ. Відтак, враховуючи попередні напрацювання й актуальні тенденції, колектив кафедри суспільно-гуманітарної освіти Рівненського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти одним із пріоритетів науково-методичної роботи обрав медіаосвітній напрямок, спрямувавши свої зусилля в першу чергу на запровадження курсу «Медіаосвіта та медіаграмотність» на курсах підвищення кваліфікації учителів.

Важливим підґрунтям у новій для багатьох сфері стали розроблені та загальнодоступні нові програми, посібники і підручники, застосувати які у практиці викладання медіаосвіти і медіаграмотності було доцільно з точки зору апробації нових методик. Як і у наших чернігівських колег, «проведення такої роботи давало можливість практичної демонстрації переваг запровадження викладання медіаосвіти у навчально-виховну роботу всіх загальноосвітніх шкіл, постійної модернізації медіа освітніх методик, поступового переходу від теоретичних до практико-зорієнтованих засад» [4, 256].

Загалом цілеспрямовану діяльність працівників інституту з впровадження медіаосвіти та медіакомпетентності в освітній простір регіону варто розділити на два взаємопов'язані та взаємодоповнюючі напрями – навчальна робота з учителями під час курсів підвищення кваліфікації та робота методичної служби, яка через залучення районних методистів та відповідальних за освітній напрям в ОТГ охоплює широкий вчительський загал у міжкурсовий період.

Відтак працівниками кафедри були розроблені та введені у навчальні плани (а також в електронні навчальні комплекси для дистанційної форми навчання) курсів підвищення кваліфікації всіх категорій учителів спеціалізовані курси «Медіаосвіта та медіаграмотність». При цьому для переважної більшості категорій учителів такі курси на початковому етапі мають пропедевтичний, ознайомлювальний характер, розраховані на 4–6 аудиторних годин і враховують специфіку кожної з категорій учителів. Акцентовану роботу з популяризації медіаосвіти серед шкільних бібліотекарів здійснює відповідний підрозділ методичної служби. Водночас поглиблений спецкурс пропонується вчителям-словесникам (з акцентом на формування критичного мислення, читацької грамотності та комунікативних умінь на уроках української та світової літератури). І, природно, ще більш ґрунтовно матеріал подається учителям суспільних дисциплін, оскільки саме вони переважно ведуть курс «Громадянська освіта», одним із модулів якого є розділ «Медійна та інформаційна грамотність». Крім загальної та методичної інформації про медіаосвіту як новий напрямок в педагогіці, увага вчителів суспільних предметів акцентується на таких темах: «Історичні міфи як засіб маніпуляції суспільною свідомістю», «Формування критичного мислення на уроках історії», «Візуалізація як засіб навчання історії» та ін.

Варто згадати також про те, що починаючи з 2017 р. на курсах підвищення кваліфікації у якості підсумкової форми контролю замість виконання курсових робіт учителям суспільних дисциплін пропонується долучитися до участі у проекті «Історія рідного краю. Очима краєзнавця», тобто разом із учнями підготувати за єдиною розробленою методикою краєзнавчий нарис про свій населений пункт. Адже нині актуальним є поглиблення дослідження історії України в регіональному аспекті, з особливим акцентом на проблемах територіальної специфіки господарства, специфіки регіональної культури в усіх її проявах, територіальних зв'язків, ментальності, ідентичності, політики пам'яті тощо. В той же час з моменту видання останньої загальноукраїнської синтетичної праці з цієї проблематики (Історія міст і сіл Української РСР: В 26 т. РОВЕНСЬКА ОБЛАСТЬ / Ред. кол. тому: Мяловицький А. В. (гол. редкол.), Баєва Н. А., Бугайов О. Т. та ін. / АН УРСР. Інститут історії. – К.: Голов. ред. УРЕ АН УРСР, 1973. – 680 с.) вже минуло понад 45 років, значна частина поданого в ній матеріалу потребує доопрацювання. Крім того, залучення учнів до вивчення історії рідного краю допоможе значно активізувати пошуково-дослідницьку діяльність, сприятиме розвитку у школярів компетенцій, пов'язаних із виконанням індивідуальних та групових завдань, навчить застосовувати дослідницькі методи і прийоми, адже дуже вітається використання під час роботи над проектом залучення учнів до застосування усно-історичного методу (записи спогадів старожилів), пошуку і збору старих автентичних фотографій тощо. Саме тому виконання проекту «Історія рідного краю. Очима краєзнавця» є актуальним та значущим.

При цьому обов'язковою умовою є присутність і елемента, який потребує розвитку саме медійної та інформаційної грамотності, а саме – на основі здійсненого науково-дослідницького пошуку розробити (доповнити, удосконалити) власний медійний продукт – статтю про рідний населений пункт у Вікі-енциклопедії як найпопулярнішому інформаційному ресурсі. Проте досвід показує що напрацьовані матеріали втілюються не тільки в такій формі, вони стали основою розробки статей та нарисів у місцевій періодиці, настінних календарів, настільних ігор тощо.

Кінцева мета запропонованого проекту – сформувати загальнодоступну електронну базу даних з краєзнавчих матеріалів про населені пункти Рівненської області, після закінчення роботи над проектом видати книгу «Історія рідного краю. Очима краєзнавця». Це дозволить також організувати централізовану краєзнавчу роботу із дослідження історії рідного краю, активізувати зацікавлення школярів історією свого населеного пункту, залучити їх до науково-дослідницької роботи через участь в опитуваннях та пошуку раритетних речей, фото тощо; підвищити рівень навчальних досягнень учнів та розвинути їх життєві й предметні компетентності на уроках історії рідного краю та історії України.

Таким чином спільними зусиллями ми зможемо і заповнити певні білі плями у вітчизняній гуманітаристиці, і долучимо дітей та молодь до інтелектуальних ініціатив, навчимо їх основ наукових досліджень, популяризуємо знання про рідний край і в суспільстві, і в мережі Інтернет (через уможливлення вільного доступу до матеріалів досліджень, в першу чергу в українському сегменті Вікі-енциклопедії як найпопулярнішому інформаційному ресурсі).

На даний момент нами уже сформовано основу бази даних із поданих проектів, яка на даний момент налічує близько 200 таких краєзнавчих нарисів.

Важливо зазначити, що в основі цілеспрямованої діяльності з впровадження медіаосвіти лежить плідна співпраця з іншими вищими навчальними закладами, державними установами, місцевими органами самоврядування, громадськими організаціями.

Так, низку семінарів та тренінгів для вчителів було проведено з ГО «Волинський ресурсний центр». Зокрема, варто згадати «Тренінг для тренерів», який не тільки ознайомив учителів з методикою проведення тренінгових занять, а й надав можливість поглибити знання саме з медіаосвітньої сфери, адже був розроблений саме на основі спеціалізованих тренінгів з формування медіа – та інформаційної компетентності. Цікавим досвідом для багатьох вчителів області стала участь у всеукраїнському занятті «Не вір – перевір». Змістовною є й співпраця з Академією Української преси, співробітники якої регулярно беруть участь у наших заходах, діляться своїм досвідом та напрацюваннями. Варто згадати й те, що спільно з АУП цьогогоріч планується проведення спеціалізованої чотириденної Літньої школи з медіаосвіти для педагогів Рівненщини.

Сучасну освіту неможливо уявити без якісних і практичних технологій поширення й обміну інформацією. Мережа Інтернет нині є найзручнішим способом отримання нової інформації і нових знань. Веб-портали, веб-сайти стали невід'ємною частиною інформаційного простору в освіті. Досягненням у створенні такого простору став Освітній портал Рівненщини (<http://rivne.mir2.iboard.net.ua/>), де є багато корисної й цікавої інформації про загальнообласні заходи, конкурси, обласну структуру освіти; тут розміщені інформаційні ресурси педагогічних працівників області, нормативні документи, методичні рекомендації, розробки уроків тощо. Також освітяни можуть брати участь в опитуваннях і форумах створених спільнот, планується створення загальнодоступного депозитарію педагогічного досвіду освітян області. Освітній портал Рівненщини став зручним інструментом для вчителів області, адже в одному місці інтегровано інтернет-ресурси обласного інституту післядипломної педагогічної освіти, обласної наукової бібліотеки та сайти закладів освіти області. Гідне місце портал займає і в популяризації медіаосвіти та медіаграмотності, адже тут розміщено спеціалізовані матеріали та посилання на уже розроблені інструменти для сучасного учителя, який зацікавлений у впровадженні медіаосвіти.

Таким чином, в результаті комплексного підходу до організації і науково-методичного забезпечення медіаосвіти у Рівненській області вдалося досягти певних результатів, а саме: щороку близько 5000 вчителів області ознайомлюються з основами медіаграмотності на курсах підвищення кваліфікації. Крім того, щороку проводиться 1-2 спеціалізованих семінари-тренінги обласного рівня та 3-4 семінари з медіаосвіти в районах області для місцевих вчителів. Поступово набирає розмаху співпраця в цій площині і з новоутвореними ОТГ.

Наслідки роботи по впровадженню медіаосвіти також можна оцінити позитивно. Вони переважно перегукуються з результатами, досягнутими колегами з інших областей, зокрема з Чернігівського ОППО. По-перше, учителями освоєні основи медіаграмотності, вироблена методика викладання медіаосвіти у шкільному курсі та позашкільній роботі. По-друге, залучені до співпраці батьки та органи місцевої влади, що сприятиме позитивній соціалізації учнівської молоді. По-третє, застосування завдань, тестів, проведення дискусій, «круглих столів», рольових та інших ігор, пошук добросовісної інформації в мережі Інтернет, аналіз теле – та радіоконтенту, матеріалів ЗМІ активізували пошукову і творчу діяльність учнів, сприяли формуванню медіа-імунітету та критичного мислення. По-четверте, підвищилася якість підготовки до занять як учнів, так і вчителів. По-п'яте, зросла ефективність використання освітянським загалом можливостей інформаційно-комунікаційних технологій [4, с.260].

Подальша робота в цьому напрямку повинна корелювати з положеннями нової редакції Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (2016 р.), а саме в рамках етапу

щодо поступового включення медіаосвіти в навчальний процес ЗЗСО та стандартизації вимог протягом 2017–2020 рр. Неабияку роль у цьому процесі повинна відіграти система післядипломної педагогічної освіти, готуючи освітян до формування у дошкільному та шкільному середовищі медійної та інформаційної грамотності, що визнано однією з десяти ключових компетентностей Нової української школи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бути медіаграмотним: 10 необхідних компетентностей. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/buti_mediagramotnim_desyat_neobkhidnikh_kompetentnostey/.
2. Закон України «Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007_2015 роки» від 9.01.2007 р. №537-V // Відомості Верховної Ради України. – 2007. – №12. – С. 102.
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/.
4. Мокрогуз О. Запровадження медіаосвіти у Чернігівській області у 2012-2016 рр. // Збірник статей П'ятої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2017. – 393 с.

В статтє освещается опыт внедрения медиаобразования в Ровенской области, инициаторами которого стали преподаватели Ровенского областного института последипломного педагогического образования. Процесс внедрения медиаобразования рассматривается как комплекс специализированных мероприятий в учебной и воспитательной работе школ области.

Ключевые слова: *внедрение медиаобразования, медиаобразовательные ресурсы, портал, медиаграмотность.*

The article highlights the experience of introduction of mediaeducation in the Rivne region. The process of integration of the media is seen as a set of specific activities in the academic and educational work of schools in the area.

Keywords: *the introduction of mediaeducation, mediaeducation competitions, medialiteracy.*

*Лариса Мельник,
старший викладач Хмельницького обласного
інституту післядипломної педагогічної освіти*

МЕТОДОЛОГІЧНА ОСНОВА МЕДІАОСВІТИ ПЕДАГОГІВ В УМОВАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ

***Анотація.** У статті розкрито сутність методологічного підходу медіаосвіти педагогів в умовах модернізації української школи, розглянуто медіаосвіту як важливу передумову розширення компетентностей педагога та завдань і функцій, що постають перед школою в умовах цивілізаційних викликів та впливають на необхідність створення синергетичної освітньої системи.*

***Ключові слова:** медіаосвіта, медіакомпетентності, професійні підходи, методологічні та філософські підходи, метарефлексія, модернізація, проактивність, екзистенція, інтенціональне.*

Все в нашому світі стає більш взаємозалежним, проте це не означає, що люди і суспільства дійсно живуть разом. Про це свідчить ізоляція, до якої схильні мільйони людей. Сьогодні в людства є більше інформації, технологій і знань, ніж будь-коли, але людям як і раніше не вистачає певної мудрості, яка дозволила б запобігти конфліктам, викоринити злидні і надати всім можливість вчитися жити в гармонії в безпечному світі.

У таких нових умовах нестабільності і глобалізації необхідно усвідомити, що світ – це не просто відсутність війни. Світ – значить жити разом, не дивлячись на наші відмінності – походження, расу, мову, релігію або культуру, це означає сприяти загальній справедливості і поваги прав людини, від яких залежить дане співіснування. У зв'язку з цим світ не повинен сприйматися як якась даність. Це безперервний процес, довгострокова мета, яка вимагає постійного вдосконалення, прояви пильності і загальної активної участі. Це вибір, який необхідно робити в кожній окремій ситуації, це щоденне рішення вести щирий діалог з іншими особами та громадами, незалежно від того, як близько чи далеко вони проживають.

Сьогодні як ніколи важливо заохочувати і поширювати цінності, поведінку і погляди, які сприяють діалогу, ненасильства та зближенню культур відповідно до принципів Загальної декларації ЮНЕСКО про культурне різноманіття, де зазначається: «У нашому планетарному суспільстві, яке стає все більш різноманітним, слід забезпечити гармонійну взаємодію і прагнення до співіснування людей і співтовариств з плюралістичними поглядами, різноманітною і динамічною культурною самобутністю. Політика,

що заохочує інтеграцію та участь всіх громадян, є запорукою соціальної згуртованості, життєздатності громадянського суспільства і світу. У цьому сенсі культурний плюралізм є політична відповідь на реалії культурного розмаїття. Культурний плюралізм, нерозривно пов'язаний з демократією, створює сприятливе середовище для культурних обмінів і розквіту творчих здібностей, що живлять життєві сили суспільства

Сьогодні для досягнення миру необхідно більш активне інвестування, освічене лідерство, переконливі освітні цінності, великі дослідження в галузі соціальних інновацій і прогресивна медійне середовище. Всі ці вимоги відповідають місії ЮНЕСКО. Багаторічна прихильність Організації таким цілям, як розвиток освіти і науки, збагачення культурної творчості, збереження спадщини і побудова культурного майбутнього, включаючи динамічну і глобальну структуру ЗМІ, орієнтовану на світ, є активний, плідний і стійкий внесок ЮНЕСКО в мир у всьому світі.

В Глобальній Доповіді ООН (Інститут ЮНЕСКО) про навчання і освіту дорослих світове товариство закликає країни інвестувати в навчання протягом усього життя. Оскільки навчання та освіта дорослих виступає однією з рушійних сил в розбудові демократії, розгортанню ціннісного ставлення до прав і свобод людини, покращення її становища, поліпшення соціального здоров'я, розширенню їх можливості в житті і обумовлює формування активної громадянської позиції, зміцнює соціальну згуртованість і сприяє розвитку місцевих громад.

Головна мета освіти дорослих – сприяння підвищенню рівня культури, медіаграмотності громадян, що впливає на процеси модернізації країни через реформи.

Відповідальна політика в сфері освіти, актуалізує стратегії й тактики, що базуються на методології об'єктивних та переконливих аргументів, які доводять, що навчання і освіта дорослих сприяють досягненню сталого розвитку, побудови більш здорових товариств, розширенню активності, зайнятості та формуванню високої культури спільнот.

Директор інститут освіти дорослих протягом життя (ЮНЕСКО) Арне Карлсен звертає увагу світового товариства: «Країни все частіше розглядають освіту дорослих в якості невід'ємної частини політики в галузі навчання протягом усього життя і складового елементу комплексної міжсекторального Порядку денного в галузі сталого розвитку. Ідея довічного навчання базується на поєднанні навчання і життя для людей з усіх вікових груп і з усіх життєвих сфер, для людей, що мають різні потреби».

Мета курсу в контексті Нової української школи – надати шанси і створити умови на освіти всім людям «навчитися вчитися», що поєднує учнів, педагогів та громаду (батьків) створювати спільні траєкторії розвитку, а також самостійно визначати свій шлях в медіапросторі, забезпечуючи творчі переваги, створюючи неймовірні перспективи для самореалізації, які сприяють розвитку демократичних цінностей, забезпечують мирне співіснування і зміцненню солідарності.

Методологічні підходи соціалізації особистості розкриваються шляхом дослідження суспільства, його історично – культурно обумовлених процесів, в яких групи, страти, відносини «вплітаються» в цивілізаційні взаємодії та виконують важливу роль у з'ясуванні природи «Що Я таке?», «Хто Я такий(а)?».

Медіаосвіта стає провідним проактивним ресурсом для критичного осмислення Я – індивідуального, колективного та водночас – автентичного завдяки встановленню комунікацій та їх осмислення.

Інформаційні потоки створюють простір можливостей для соціалізації не лише учнівського середовища, а й впливають на реконструкцію комунікації різних сфер життя особистості та суспільства. Якщо ж ми говоримо про освіту, то поглиблення діалек-

тичного підходу впливає на конструювання модерної парадигми освіти, яка обумовлює футурологічні спрямування, а не знаходиться в лещатах попередніх трьох століть.

XXI століття концентрує свою увагу на високоякісній освіті та вихованні підрастаючого покоління, своєчасному виявленні та розвитку, розгортанні потенціалу особистості, яка виступає ключовою цінністю суспільства та є рушійною силою динаміки модернізації та еволюції діючих соціальних інститутів суспільства. За допомогою медіаосвіти ми створюємо спільний процес навчання всіх – учнів і педагогів, членів громади, акцент переноситься з культурно-освітньої моделі, в якій домінує засвоєння систематизованих основ наук, на соціо- і культуротворчу роль освіти, що сприяє реформації, модернізації соціуму в основі якої – мисляча особистість.

Саме освітня реформа своїми засобами та інструментами, зокрема впровадженям курсу «Медіаосвіти» переформатовує освітню модель, розширює сфери комунікативних рефлексій, створює освітньо-культурні рекреації, в яких накопичується модерновий досвід, що обумовлює «відмову від авторитарної педагогіки» (авторитарної, колонізованої, пеніцитарної держави), а виводить особистість, суспільство на критично-осмислену, творчу активність, сприяє самопізнанню та отриманню індивідуального та колективного досвіду естетичної комунікації зі Світом, спонукає і відкриває шляхи до формування нового цілісного модерного мислення української спільноти.

Процес модернізації освітнього середовища спрямований на інтеграцію України в цивілізаційні процеси, в яких інтелектуальний та екологічний розвиток нового покоління сприймає себе частиною світового процесу, а не окраїни історичного занепаду. Закон «Про освіту» заклав основи демократичної перебудови освітньої сфери, освітні інновації включають Україну в глобальні процеси змін. В зв'язку з подальшим рухом виходу України на якісно нові стосунки зі світом, з'являються нові виклики та завдання щодо перегляду змісту освіти, актуалізації пошуку істини, знань, що розширюють світогляд та участь особистості в інтеграційних світових процесах. Зростає потреба в осмисленні методологічних підходів, що забезпечать науково-практичну спроможність реалізації реформ, що базуватимуться на положеннях об'єктивності та сталості:

- об'єктивність та прагматичність цілей;
- підтримка стану синергії;
- підтримка новаторства;
- цілісно-системна підтримка, яка базується на модернових дослідженнях філософів, культурологів, економістів, соціологів, футурологів.

Саме процес філософсько – соціальних досліджень, психолого-педагогічних, досліджень в нейро- фізіології людини, а також соціально-педагогічній сфері виступають основою конструктивних підходів, комплексних методів концепції 10 ключових компетентностей нової української школи.

Поєднання нормативності і варіативності, де нові стандарти базуються на «Рекомендаціях Європейського Парламенту та Ради Європи щодо формування ключових компетентностей освіти протягом життя». Державні освітні стандарти лиш підсилюються варіативними регіональними і шкільними компонентами освітніх програм, а також методами і засоби їх перетворень. Важливу роль в варіативності та «специфікації» в творчому проявленні саме реалізується засобами і методами програмового курсу з медіаосвіти.

Єдність і особливість практичної та дослідницької діяльності в освіті, підхід з позиції багатоаспектності перетворювальної діяльності виступає індикатором самоорганізуючої, інтенціональної, пізнавальної, творчої діяльності як учня, так і педагога, що являються ядром реформацій.

Таким чином методологія – це система принципів і способів організації та побудови теоретичної і практичної діяльності, що актуалізує творче пізнання особистості та включає її в естетичну самореалізацію через конструктивну комунікацію в освітньому середовищі. В такій моделі індивід власними ініціативами виступає дослідником та виконавцем ініціативи «метод наукового пізнання і перетворення світу», що дозволяють йому верифікувати свій досвід з досвідом наукових досліджень.

Оскільки сучасна література під методологією розуміє перш за все методологію наукового пізнання, тобто вчення про принципи побудови, форми і способи науково-пізнавальної діяльності, то основна ідея Нової української школи змінити парадигму від особистості як засобу, інструменту ми маємо збудувати освітню модель «Освіта протягом життя, в якій Людина – цінність, творець, в якій потреба розвитку виступає ідеологією кожної людини, громадянина. Процес поступового розвитку області методологічної саморефлексії, усвідомлення дослідником (учнем, дорослим) власної діяльності, винесення такої рефлексії за рамки індивідуального досвіду розглядатиметься як сукупність теоретичних і практичних принципів пізнання і перетворення дійсності.

Призначення методології виконувати регулятивні, нормативні функції, а ось методологічне знання може проявляється в описовій (дескриптивній), або в прескриптивній (нормативній) формі через регламент та підтримку діяльності, а в сучасних вимірах – інноваційно-творчій, критично-осмисленій та креативній професійній діяльності, що спрямована на конструюючу та позитивну, естетичну взаємодію.

Сучасний погляд на підвищення кваліфікації педагогів важливий є тим, що в умовах нової школи сам вчитель має виступати дослідником явищ, подій, а не транслятором інформації, тому зміна парадигми «людина – пасивний споживач» на «людина – активна. творча» потребує переосмислення. Саме медіаосвіта педагога виступає цією платформою, в якій активізуються рефлексивні та метарефлексивні функції, що пов'язують інсайтне, емоційне, естетичне та критичне осмислення в сприйнятті інформації та її креативної обробки. Екзистенційно педагог сприймає дитину, учня як безмежну особистість, початок якої є Божественне Начало, Світло, Мудрість і як той, хто може проявити «Світле Начало Я». В основі ідеальної школи лежать не випадкові обставини, мінливі примхи, а фундаментальні цілі, які не губляться в неосмислених, маніпулятивних потоках інформації, а зароджуються в процесі пошуку інстинту, що спонукається, підтримується через пізнавальну доброту активність та взаємодію.

Отож різноманітні філософські погляди, що покладені в основу методології педагогіки, ще не стали основою змін (колоніальність стереотипів) та потребують активних досліджень та метарефлексій, адже саме осмислення педагогом переходу з однієї цивілізаційної формації в іншу потребує надто потужних власних ресурсів та суспільно-державної підтримки, яка здатна стати рушійною силою сенсів «Нової школи».

Філософські концепції, загальнонаукові підходи (системний, особистісний, діяльнісний, полісуб'єктний, культурологічний, етнопедагогічний, антропологічний), конкретні наукові дослідження своїми сукупними методами, процедурами та технологіями мають скласти алгоритм моделювання нових знань, дидактик, що відповідатимуть запитам ХХІ століття, а рівні методології забезпечують синергію переходу школи в модерновий етап та зосередитися на розвитку мислення, критичного мислення, креативного мислення та метарефлексії того, хто навчає і той, хто навчається. Медіаосвіта в цих змінах виступає інструментом нових якостей особистості та громадянина (активне мислення, критичне сприйняття, аналітично-інтерпретаційний аналіз, комунікативний спектр вмінь, естетична вибірковість в сприйнятті інформації).

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Алексюк А. М. Педагогіка вищої освіти України. Історія. Теорія : підручник. – К. : Либідь, 1998. – 560 с.
2. Гончаренко С. У. Педагогічні дослідження : методологічні поради молодим науковцям. – Вінниця : ДОВ “Вінниця”, 2008. – 278 с.
3. Гончаренко С. У. Педагогічні закони, закономірності, принципи. Сучасне тлумачення. – Рівне : Волинські обереги, 2012. – 192 с.
4. Краєвский В. В. Методология педагогического исследования: пособие для педагога-исследователя. – Самара : Изд-тво “Сам ГП”, 1994. – 165 с.
5. Кремень В. Г. Освіта і наука України: шляхи модернізації (факти, роздуми, перспективи.). – К., 2003. – 215 с.
6. Крушельницька О. В. Методологія та організація наукових досліджень : [навч. посібник]. – К. : Кондор, 2003. – 192 с.
7. Курлянд З. Н. Педагогіка вищої школи. – К. : Знання, 2005. – 399 с.
8. Педагогіка вищої школи : [навч. посібник] / [І. О. Бартенєва, І. М. Богданова, І. В. Бужина та ін.] ; під. заг. ред. З. Н. Курлянд. – [3-тє вид.]. – К. : Знання, 2007. – 495 с.
9. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ispp.org.ua/news_44.htm

***Summary.** The article outlines the essence of the methodological approach of teachers of media education in the conditions of modernization of the Ukrainian school, considers the media education as an important prerequisite for expanding the competencies of the teacher and the tasks and functions facing the school in the conditions of civilization challenges and affecting the need for a synergetic educational system.*

***Key words:** media education, media competence, professional approaches, methodological and philosophical approaches, meta-reflexion, modernization, proactivity, existential, intentional.*

***Аннотація.** В статті раскрыта сутність методологічного підходу медіа-освіти педагогів в умовах модернізації української школи, розглянуті медіаосвіта як важливу передумову розширення компетенцій педагога і задач, функцій, стоящих перед школою в умовах цивілізаційних викликів і які впливають на необхідність створення синергетичної освітньої системи.*

***Ключевые слова:** медиаобразование, медиакомпетентности, профессиональные подходы, методологические и философские подходы, метарефлексии, модернизация, проактивность, экзистенция, интенциональное.*

*О.М. Сирцова (О. М. Кутик) , к.і.н., доцент,
доцент кафедри філософії та суспільно-гумані-
тарних дисциплін
КЗ «ЗОППО» ЗОР*

Кутик О.М. (Сирцова О.М.) Інформаційно-медійна грамотність як складова професійної компетентності вчителя / Ольга Миколаївна Кутик // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах : зб. наук. пр. / редкол. : Т. І. Сущенко (голов. ред.) та ін. – Запоріжжя, 2014. – Вип. 36 (89) – С. 244-251.

ПЕРЕДРУК

ІНФОРМАЦІЙНО-МЕДІЙНА ГРАМОТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ВЧИТЕЛЯ

Стаття присвячена проблемі визначення сутності поняття «інформаційно-медійна грамотність вчителя». Інформаційно-медійна грамотність розглядається як сукупності мотивів, знань, умінь, здібностей, що сприяють вибору, використанню, створенню, критичному аналізу, оцінці і передачі інформаційних повідомлень, текстів у різних видах, формах, аналізу складних процесів функціонування інформаційних потоків, медіа в соціумі.

Визначені особливості та умови формування інформаційно-аналітичної грамотності вчителів в системі інформальної освіти.

Ключові слова: інформаційно-медійна грамотність, медіа грамотність, медіаосвіта, медіаповедінка.

Постановка проблеми. Інформаційна епоха відрізняється від інших попередніх епох тим, що інформація становиться одним з основних ресурсів, який визначає рівень розвитку суспільства, його суспільно-економічний, політичний та культурний потенціал. Суспільству необхідні люди, які вміють самостійно визначати потреби, здобувати інформацію, аналізувати її та синтезувати у нові знання. В сучасному світі більше

немає мононосія інформації. У зв'язку з цим істотно зростає значення підготовленості аудиторії до активного творчого пошуку та використання інформації, до адекватної самостійної переробки медійного змісту. Людина повинна все це робити досить швидко, використовуючи сучасні технічні засоби та спираючись на найновішу наукові досягнення.

Освіта надто повільно змінює свої пріоритети і все ж уміння працювати з інформацією та медіа текстами стає одним із необхідних і важливих компонентів сьогодення. Саме тому важливою є здатність управлінців навчальних закладів та вчителів-предметників змінюватися, активно діяти, швидко приймати рішення, самовдосконалюватися, саморозвиватися впродовж усього життя. Тому інформаційна та медіа грамотність особистості стають складовими її професійної компетентності.

Стан розробки теми. Проблема формування інформаційної та медійної грамотності особистості протягом останніх років досліджує ряд науковців-педагогів, психологів, інформатиків: В. Андрущенко, В. Бабич, А. Веряев, Г. Воронцов, Л. Губерський, Н. Крилова, В. Розін, Е. Семенюк, І. Шалаєв та інші. Питання розробки концепцій, моделей та методів медіаосвіти, впливу медіа текстів на різні вікові групи, визначення критеріїв та рівнів розвитку медіа аудиторії стали предметом наукового пошуку І. Левшина, Ю. Усова, О. Федорова, О. Шарикова та інших; формування інформаційної компетентності та культури у системі вищої – О. Значенка, О. Матвійчука, В. Медведєва. В той же час, питання формування інформаційної та медійної грамотності вчителя як складових його професійної компетентності розроблено недостатньо.

Мета статті полягає, по-перше, у визначенні сутності поняття інформаційно-медійної грамотності вчителя, по-друге, в аналізі особливостей формування інформаційно-медійної грамотності вчителя як складової його професійної компетентності (за результатами соціологічного опитування).

В статті використано матеріали, отримані в ході спільної експериментальної діяльності кафедри інноваційних освітніх технологій Запорізького обласного інституту післядипломної педагогічної освіти та педагогічного колективу Кам'янсько-Дніпровської загальноосвітньої школи № 3 Запорізької області з питання формування інформаційно-аналітичної компетентності сучасного педагога.

Виклад основного матеріалу. В умовах формування інформаційного простору і переходу до інформаційного суспільства підвищуються вимоги до рівня інформаційної компетентності педагогів. Це є однією з умов, що забезпечує можливість доступу до якісної освіти учнів шкіл. Педагоги в умовах стрімкого збільшення потоку інформації, її швидкого морального застарівання мусять щодення приймати рішення щодо відбору фактологічної складової змісту освіти в межах кожної навчальної теми, мусять навчити учнів критично відноситися до інформації, що є доступною.

Крім того, за рекомендаціями ЮНЕСКО сучасні педагоги повинні знати і розуміти, як розвивалися медіа та інші інформаційні служби, як вони стали тим, чим є сьогодні; розвивати навички застосування доступних технологій: (від друкованих видань до видань на цифрових носіях; використовувати різні медіа та джерела інформації для розвитку критичного мислення та здатності до самостійного вирішення завдань і передавати ці знання своїм учням; володіти навичками, необхідними для використання медіа та технологій доступу до інформації. Тобто мати відповідний рівень сформованості медійної грамотності.

Однак в сучасній науці відсутній єдиний підхід до розуміння поняття «медіаграмотність». Багато вчених вважають, що медіаграмотність – це частина більш широко-

го поняття інформаційна грамотності (уміння «читати», аналізувати і систематизувати інформацію). Інформаційну грамотність ототожнюють із інформаційною компетентністю особистості (*information competence of personality*). В науковій літературі подається ряд визначень поняття «інформаційна (інформатична) компетентність». Зокрема, М. Головань визначає інформаційну компетентність як якість особистості, що включає сукупність знань, умінь і навичок виконання різних видів інформаційної діяльності і ціннісне ставлення до цієї діяльності, при цьому під інформаційною діяльністю розуміють сукупність процесів збору, аналізу, перетворення, зберігання, пошуку і поширення інформації [2, С. 64].

В той же час науковці зазначають, що інформаційна грамотність підкреслює важливість доступу до інформації, її оцінки та етичного використання, а медіаграмотність робить акцент на здатності розуміти функції медіа, оцінювати якість виконання цих функцій, вступати в раціональне взаємодія з медіа в інтересах самовираження [5, С. 116].

В ході даного дослідження ми виходили з того факту, що медіа – не тільки носії інформації, вони особливим чином організують процес сприйняття інформації; це засоби спілкування. Ними пронизані всі сфери життя, вони скріплюють суспільство видимими і невидимими нитками і створюють для індивіда зручну саме для нього конфігурацію інформаційного простору. На думку таких вчених як М. Жабский, В. Собкин, К. Тарасов, А. Шаріков медіа як семіотичний засіб є не тільки інструментом спілкування, а й кодами ментальної свідомості.

Деякі дослідники, наприклад, Р. Кьюбі та П. Офдерхед вважають, що медіаграмотність (*media literace*) – це здатність використовувати, аналізувати, оцінювати і передавати повідомлення у різних формах.

Інші, наприклад, В. Гура, А. Короченський, В. Монастирський, А. Федоров та інші визначають медіаграмотність як результат медіаосвіти, під якою розуміють процес розвитку особистості за допомогою і на матеріалах засобів масової комунікації, причому серед її завдань у різних комбінаціях називають: формування культури спілкування з медіа, навчання роботи з медійною технікою та апаратурою, формування творчих, комунікативних здібностей, розвиток критичного мислення, вмінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу, оцінки медіа текстів; знання основ медіа культури; навчання різним формам самовираження за допомогою медіа техніки; розвиток естетичного, етичного смаку, формування духовних та матеріальних цінностей [1, С. 13].

Такої ж думки дотримується і канадський науковець та консультант з питань медіаграмотності Кріс Ворсноп (*Chris Worsnop*). Він вважає, що медіаграмотність – результат медіаосвіти, вивчення медіа. Що більше ви вивчаєте медіа (за допомогою медіа), то більше ви медіаграмотні, тобто медіаграмотність – здатність експериментувати, інтерпретувати (аналізувати) та створювати медіатексти [9, С. 10].

Серед інших дослідників виділяється думка Дж. Поттера, який вважає, медіаграмотність – не є категорією, це континуум (безперервний спектр будь-чого, множина). Сила переконань особистості базується на кількості та якості структурованих знань, якими вона володіє. Своєю чергою, якість структурованих знань базується на наявних навичках і досвіді конкретної особистості. Можна сказати, що люди, які діють на нижчих рівнях медіаграмотності, мають слабкі і обмежені погляди на медіа. Таким притаманні поверховіші та гірше організовані структури знань, що формують неадекватний погляд на значення медіа повідомлень. Підвищуючи рівень медіаграмотності, людина отримує чітке уявлення про межу між реальним світом і світом, що створили для нас масмедіа.

Дж. Поттер зазначає, що немає нульового рівня медіаграмотності, як і немає найвищого рівня, якого може досягти людина, та виділяє вісім ключових рівнів медіаграмотності:

- осягнення основних положень (розуміння особистості, що це відбувається не з нею);
- усвідомлення мови (розпізнавання мовного звучання та ототожнення значення слів);
- усвідомлення викладеної інформації (відрізнення вигадки від того, що може бути в реальності);
- розвиток скептицизму (оцінювання можливої брехні в рекламі, чітке розуміння, що подобається, а що ні, вміння бачити смішне в некомічних героях);
- інтенсивний розвиток (потужна мотивація до пошуку інформації, вироблення чітких наборів інформації, якій надається перевага, високий рівень розуміння корисності отриманої інформації);
- емпіричне вивчення (пошук різних форм подання контенту та переказів, пошук сюрпризів і нових емоцій, моральних реакцій та почуттів);
- критичне оцінювання (сприйняття повідомлення таким, яким воно є, й подальшого оцінювання у відповідному середовищі, глибоке й детальне розуміння історичних, економічних і художніх контекстів системи, представлених у повідомленні; здатність уловлювати нюанси в поданій інформації та відмінність від форми подання інших повідомлень на цю тему, здатність зробити висновки про сильні та слабкі сторони повідомлення);
- соціальна відповідальність (розуміння, що певні повідомлення позитивніше впливають, ніж інші; усвідомлення, що чиясь власна думка впливає на суспільство, й не важно як сильно; визнання, що існують певні способи, завдяки яким особистість може конструктивно вплинути на суспільство) [9, С.11–13].

Таким чином, медіаграмотність слід розглядати як сукупність особистісних якостей людини, направлених на активний творчий пошук та використання інформації, а також адекватну самостійну переробку медійного змісту. Робота з медіаносіями обумовлює медіаповедінку людини, яку розглядаємо як опосередковану систему психічних, фізичних і соціальних дій індивіда чи спільноти, що склалася в результаті їх взаємодії з медіасередовищем, яка спрямована на самореалізацію особистості та задоволення її інформаційних та комунікаційних потреб [3, С. 17].

Інформаційно-медійний простір, який все більше ускладнюється, породжує необхідність в появу нового розуміння грамотності, яке передбачає об'єднання навичок комунікації та роботи з інформацією. Обидва види грамотності – інформаційна і медійна – є життєвоважливими. Ми живемо вже не в інформаційному, а поліінформаційному світі, в якому головна проблема полягає не в отриманні інформації, а в її правильному відборі, в тому, щоб навчитися відокремлювати інформацію від думки. Причому таке навчання має відбуватися все життя. В таких умовах все більш актуальною стає здатність особистості брати участь в інформаційно-комунікативних взаємодіях з найширшого кола проблем, орієнтуватися в інформаційних потоках, критично оцінювати медійний зміст, бути не тільки споживачем, але і творцем інформаційних повідомлень.

Таким чином, вбачаємо за необхідне для вчителя поєднання в єдине поняття інформаційну та медійну грамотність.

Формування інформаційно-медійної грамотності вчителя як складової його професійної компетентності має певні особливості, умови та критерії оцінки.

Особливості та умови формування медіаграмотності вчителя визначені шляхом проведення соціологічного дослідження серед вчителів ЗНЗ Кам'янсько-Дніпровського району Запорізької області.

По-перше, в ході дослідження встановлено, що відбулася зміна основного джерела отримання більшої частини інформації різного напрямку. Сучасний вчитель в середньому витрачає понад одну годину в день на пошук та споживання інформації через Інтернет за рахунок стрімкого зниження рівня споживання інформаційних потоків через телебачення, радіо та пресу. Прослідковується наявність зворотної залежності між віком та кількістю часу, яку щоденно вчитель відводить на роботу з медіатекстами.

По-друге, відзначається наявність певного впливу на особистість вчителя його робота з інформаційними потоками та медіа текстами. Як показує практика, повсюдна інформатизація суспільного життя є не тільки джерелом нових можливостей для людини в плані його професійного та особистісного розвитку, а й породжує додаткові проблеми.

Це викликано тим, що множинність каналів, способів і форм презентації медіатекстів створює певні складності в оцінці та засвоєнні реципієнтами медійного змісту, посилює тенденцію фрагментування змісту ЗМІ, що перешкоджає формуванню у споживачів медійної інформації цілісного уявлення про соціальну дійсність, системних знань про неї та має певні наслідки.

Як зазначає Л. Мардахаєв, взаємодія з масмедіа дозволяє здійснювати вплив на різні сфери особистості, що виявляється через низку наслідків: поведінкові наслідки – образ діяльності, представлений медіаресурсом, є інструкцією для глядача і стає орієнтиром поведінки в типовій ситуації, описаній у віртуальній реальності; ціннісні наслідки – при спеціально організованих умовах медіа ресурси формують у споживача певні ціннісні орієнтації, які мають достатньо стійкий характер, маючи значний вплив на його дії та вчинки; когнітивні наслідки – під впливом медіаресурсів відбувається зміна знань і світогляду особистості; наслідки взаємодії з оточуючим і реальним світом – захоплення медіа-ресурсами призводить до формування «віртуальних» інтересів, потреб, стилю життя; психологічні наслідки – взаємодія з медіа-ресурсами призводить до зміни психічних процесів (релаксація, збудження тощо) [8, С. 217].

Згідно позиції американських дослідників Д. Консідайн і Е. Хейлі медійні впливи можна класифікувати на фізичні, емоційні, соціальні, політичні та екологічні. Медійні засоби є змістовними комплексними репрезентаціями, які певними способами змушують нас споживати ретельно сконструйовані твори [4, С. 207].

Так, під час опитування виявлено залежність між віком та емоційним станом вчителя під час роботи з інформацією у системі мас-медіа. Молодь та люди середнього віку здебільшого описують свій стан як задоволений, розслаблений, активний тощо. У більш старших людей в оцінці з'являються такі висловлювання як дратівливий, засмучений, відчуваючий нервову напругу тощо.

По-третє, більшість вчителів (62 %) зазначають, що збільшення часу роботи з інформацією із системи мас-медіа призводить до появи відчуття небажаного негативного інформаційного впливу на власну особистість, спробу маніпулювання власною свідомістю та нав'язування якоїсь думки. Це відбувається через те, що медіапродукція далеко не завжди характеризується високою якістю свого змісту і, в цьому сенсі може служити джерелом руйнації моральних та етичних норм, культурних та мистецьких цінностей, то видається надзвичайно важливим включення молодого покоління вже на ранніх етапах свідомого життя у самостійну роботу з інформацією, формування оцінного, критичного ставлення до медійної продукції.

Відзначено, що за думкою переважної більшості респондентів, ефективними механізмами захисту від деструктивного інформаційного впливу є їх здатність до мисленевої діяльності (82%) та запровадження «днів (годин) інформаційної тиші» (близька 50%).

Просто кажучи, людина спроможна навчитися виявляти негативні інформаційні впливи та приймати заходи задля їх нейтралізації. Звідси випливає, що серед доступних механізмів захисту особистості від небажаних інформаційних впливів найбільш прийнятним є інтелектуалізація, залучення свідомості до протистояння цим впливам. Підтвердження цієї позиції знаходимо в інших наукових роботах [6], де зазначено, що лише глибокий аналіз інформаційної ситуації дозволяє розпізнати спробу маніпулятивного впливу, оцінити достовірність інформації і виробити найбільш прийнятні для конкретного індивіда методи захисту від небажаних наслідків.

Це є завданням медіа освіти як галузі духовного виробництва, спрямованої на формування медіа-інформаційнограмотної особистості, яка виступає гарантом медіабезопасного суспільства.

Перш за все медіаосвіта дозволяє викривати прийоми маніпулювання, протистояти пропаганді, нав'язливій рекламі та іншим негативним явищам, які пов'язані із ЗМІ. Наступний крок медіаосвіти, її більш складна реалізація – це розрізнення контексту, у якому було створене дане повідомлення, його соціального, політичного, економічного та інших підґрунть, тобто важливим є адекватне розуміння соціально гострих, перш за все новинних матеріалів, оскільки саме через такі інформаційні канали реалізується більша частина маніпулятивних впливів.

По-четверте, в ході нашого дослідження встановлено, що більшість опитаних вчителів мають вище середнього рівень сформованості інформаційно-медійної грамотності як складової професійної компетентностей. В той же час, при високому рівні здатності до сприйняття та аналізу медіа текстів, недостатнім залишається рівень їх оцінки та створення, що призводить до думки про необхідність формування медіаграмотності вчителя не лише в системі інформальної, але й неформальної підготовки.

В якості підстави успішного формування і розвитку інформаційно-медійної грамотності в неформальній системі освіти чи в системі післядипломної освіти є можливим розглядати педагогічні умови, які визначені в дослідженні А. Кондрашкіної: організаційно-педагогічні, які припускають вироблення оптимальних форм організації навчальної діяльності (у вигляді сукупності змісту предметного освіти, навчально-методичного забезпечення, матеріального і кадрового забезпечення та інноваційного освітнього середовища); соціально-педагогічні – передбачають діяльність, спрямовану на організацію та управління взаємодій освітньої установи з зовнішнім середовищем (нормативно-правове забезпечення, PR-забезпечення, педагогічно обґрунтовані взаємозв'язки з системою соціально- комунікативних інститутів тощо); психолого-педагогічні – включають сукупності суб'єктивних характеристик педагогів як необхідних умов формування та вдосконалення відповідних знань, умінь і навичок (внутрішні та зовнішні мотиви навчальної діяльності, самостійна пізнавальна активність, креативність, особистий досвід, наявність смислів здійснення діяльності тощо) [7].

Висновки. Інформаційно-медійну грамотність слід розглядати як сукупності мотивів, знань, умінь, здібностей, що сприяють вибору, використанню, створенню, критичному аналізу, оцінці і передачі інформаційних повідомлень, текстів у різних видах, формах, аналізу складних процесів функціонування інформаційних потоків, медіа в соціумі.

Широке впровадження нових інформаційних технологій, продуктів і послуг диктує необхідність володіння навичками самостійної роботи з джерелами інформації та раціонального освоєння інформаційного змісту. Все це здатна забезпечити медіаосвіта.

Найбільш значущим результатом медіаосвіти є формування професійної спрямованості роботи з інформаційними потоками та медіатекстами, гуманістичних ціннісних орієнтацій, конструктивно-критичного світогляду і досвіду соціальної поведінки особистості. Особливе значення в цьому зв'язку набуває інформаційна культура (як виробників, так і споживачів інформації), від рівня розвитку якої залежить, зокрема, якість суспільного діалогу. Інформаційно-медійна грамотна особистість уявляє собою гарант медіабезпеки суспільства, що є умовою його соціального благополуччя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Архіпова Є. О. Медіаосвіта в контексті захисту людини від деструктивних інформаційних впливів / Є. О. Архіпова // Вісник НТУУ «КПУ». Філософія. Психологія. Педагогіка. – Випуск 2. – 2012. – С. 11–17.
2. Головань М. Інформатична компетентність: сутність, структура і становлення / Микола Головань // Інформатика – 2007. – № 4. – С. 62-69.
3. Жилавская И. В. Медиаповедение личности. Материалы к курсу. Учебное пособие. / И. В. Жилавская. – М. : РИЦ МГТУ им. М. А. Шолохова, 2012. – 91 с.
4. Жилавская И. В. Становление отрасли медиаобразования как условия медиабезопасности общества / И. В. Жилавская // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 21 (312). – Философия. Искусствоведение. – Вып. 80. – С. 201–208.
5. Захарчук Т. В. Система педагогічних умов застосування медіа освітніх технологій у професійній підготовці майбутніх учителів / Т. В. Захарчук // Вісник Сев.НТУ : зб. наук. пр. Серія : Педагогіка. – 2012. – Вип. 127/2012. – С. 115-119.
6. Информационные вызовы национальной и международной безопасности / И. Ю. Алексеев и др., под общей редакцией А. В. Федорова, В. Н. Цыгичко. – М. : ПИР-Центр, 2001. – 328 с. – С. 67.
7. Кондрашкина А. А. Педагогический потенциал медиаобразования как фактора становления гражданского общества : Автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. пед. наук : 13.00.01 / Антонина Александровна Кондрашкина. – Нижний Новгород, – 2012. – 20 с. // [Электронный ресурс]– Электронные данные – Режим доступа к ст. : www.nngasu.ru/science/dissertation_advice/avtoref_kondrashkina.doc
8. Мардахаев Л. В. Социальная педагогика / Л. В. Мардахаев. – М. : ГАРДАРИКИ, 2005. – 269 с.
9. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волощенко; За науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ : Центр вільної преси, 2012. – 352 с.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕДИЙНАЯ ГРАМОТНОСТЬ КАК СОСТАВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ УЧИТЕЛЯ

О.Н. Кутик

Статья посвящена проблеме определения сущности понятия «информационно-медийная грамотность учителя». Информационно-медийная грамотность рассматривается как совокупность мотивов, знаний, умений, способностей, которые способствуют выбору, использованию, созданию, критическому анализу, оценке и передаче информационных сообщений, текстов в разных видах, формах, анализу сложных процессов функционирования информационных потоков, медиа и социуме. Определены особенности и условия формирования информационно-медийной грамотности учителей в системе неформального образования.

Ключевые слова: *информационно-медийная грамотность, медиаграмотность, медиаобразование, медиановедение.*

THE MEDIA AND INFORMATION LITERACY AS THE PART OF TEACHERS' PROFESSIONAL COMPETENCE

О. Kutik

This article is devoted to the problem of defining the essence of the concept of «informational and media teacher's literacy». Information and media literacy is seen as a combination of motivation, knowledge, skills and abilities that contribute to selection, use, creation, critical analysis, evaluation and information transmission, different text types, forms, analyze complex information flows about the functioning of media in society.

The features and conditions of teacher's of information and media literacy formation in the system of informal education are determined by a poll. There was a change in the primary source of most of the information a different direction. The modern teacher spends more than one hour per day searching for and consuming information over the Internet by the rapid decline in the consumption of information flow through television, radio and the press. The presence of an inverse relationship between age and the amount of time that the teacher assigns daily work of media text are traced. A relationship between age and emotional state of a teacher while working with information system media are founded. Most teachers say that increasing the time to work with information from system media leads to feeling unwanted negative information influence on self, an attempt to manipulate their own consciousness and imposing some thought. The most significant result of media education is to develop a professional orientation work on information flow and media text, humanistic values, constructive and critical outlook and experience of the social behavior of the individual. Information and media literate

identity represents a guarantor media security society as a condition of its social welfare.

Keywords: *informational and media literacy, media literacy, media education, media behavior.*

МЕДІАОСВІТА В БІБЛІОТЕКАХ,
В ПОЗАКЛАСНІЙ ТА ПОЗАШКІЛЬНІЙ
ОСВІТІ ДІТЕЙ

Бондаренко Артем,
учитель інформатики Миколаївського закладу
загальної середньої освіти І–ІІІ ст. № 3 Мико-
лаївської міської ради

Слов'янського району Донецької області

Бондаренко Тетяна,
доцент кафедри природничо-математичних
дисциплін та інформатики в початковій освіті
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний
університет»

WORKSHOP «МАНІПУЛЯТИВНІ МОЖЛИВОСТІ МАС-МЕДІА ТА РЕКЛАМИ» ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ СТАРШОКЛАСНИКІВ

Стаття присвячена проблемі формування медіаграмотності старшокласників шляхом залучення нових технологій у освітній простір загальноосвітньої школи. Значну увагу приділено особливостям проведення воркшопу як засобу активного навчання школярів у процесі медіаосвіти.

Ключові слова: медіапростір, медіакультура, медіаграмотність, відеореклама, особистість.

Життєдіяльність особистості в умовах інформаційного суспільства та швидкого зростання впливу мас-медіа на всі сфери життя спричиняють нагальну потребу цілеспрямованої підготовки школярів до безпечної та ефективної взаємодії із сучасним медіапростором. Щоб ефективно сприяти розвитку медіакультури дітей і молоді, необхідно вдосконалювати процес медіаосвіти.

Орієнтація на відповідність підростаючого покоління до майбутніх вимог інформаційного суспільства актуалізувала проблему формування в школярів медіаобізнаності, медіаграмотності та медіакомпетентності відповідно до їхніх вікових та індивідуальних особливостей.

Важливою складовою процесу медіаосвіти є формування вмінь учнів працювати з інформацією: шукати, аналізувати, критично переосмислювати, відбирати необхідну, використовувати для вирішення певних задач.

Медіакомпетентність і медіаграмотність, як результат медіаосвіти, потребують залучення нових технологій у освітній простір загальноосвітньої школи.

Результати аналізу теоретичних досліджень, науково-методичної літератури, досвіду розробки навчальних програм із медіаосвіти та використання їх у навчальному процесі засвідчує, що вчені значну увагу приділяють:

- систематизації наукової термінології педагогіки на прикладі медіаосвітнього простору (Т. Бакка, О. Волошенко, І. Григор'єва, Л. Гуменюк, Р. Євтушенко, Л. Іванова, Т. Мелешенко, О. Мокрогуз, В. Потапова та ін.);
- проблемі медіакультури (Н. Кирилової, Л. Мастермана, М. Скиби, О. Сергєєвої та ін);
- значенню медіаосвіти для становлення особистості (О. Бурім, І. Задорожна, Л. Зазнобіна, Т. Кузнецова, А. Литвин, О. Федоров та ін.);
- ролі сучасних медіа у процесі безперервної освіти (Л. Іванова, С. Іць, О. Коневщинська, А. Сулім та ін.) [2].

На сьогодні накопичено значний досвід у забезпеченні організаційного та науково-методичного супроводу процесу медіаосвіти в закладах освіти. Академія української преси підтримує навчання медіапедагогів, сприяє залученню світового досвіду з впровадження медіаосвіти, підготовці навчально-методичних посібників.

Серед іновацій 2018 року: медіаграмотність уведено у стандарт початкової школи, за яким навчатимуться перші класи з нового навчального року [1].

Запропоновано основні типи уроків – комбінований та урок-практикум, розроблено методичні рекомендації стосовно реалізації змісту курсу «Основи медіаграмотності».

У процесі реалізації мети Концепції впровадження медіаосвіти значну увагу приділено підготовці інформаційно-методичних матеріалів, програмного інформаційно-комунікаційного забезпечення, створенню відеотек, фонотек, інформаційних баз шкільних бібліотек [3].

Натомість питання щодо створення методичних рекомендацій стосовно сучасних підходів до використання форм, методів, засобів активного навчання школярів у процесі медіаосвіти потребують подальшої ретельної розробки.

На прикладі воркшопу «Маніпулятивні можливості мас-медіа та реклами» розглянемо особливості використання зазначеного заходу як засобу формування медіаграмотності старшокласників. Воркшоп («робоча майстерня») привернув нашу увагу низкою переваг:

- можливість інтеграції здобутих знань, застосування їх у практичній діяльності;
- використання набутих способів отримання нових знань в умовах активного навчання;
- поєднання частково-пошукового та дослідницького методів;
- висока інтенсивність групової взаємодії;
- активність і самостійність учасників;
- залучення актуального досвіду й особисте переживання.

Формат воркшопу ми опановували з учнями десятого класу поступово.

Крок 1. Визначали правила успішного оволодіння новими знаннями в групі.

Крок 2. Вчилися залучати власний досвід у процесі отримання необхідної інформації.

Крок 3. Залучалися до практичної роботи з метою створення власних медіа продуктів.

Крок 4. Готували презентації власних медіа продуктів. Залучалися до рефлексії, самооцінки, взаємооцінки діяльності.

Однак, учням потрібен був формат для застосування здобутих знань і навичок. Згодом вони відчували необхідність і потребу ділитися знаннями не тільки в колі однокласників. Виникла ідея залучення школярів з інших класів і навіть міст.

Ми обрали мінімальну тривалість воркшопу – 4 години. Ініціативна група MEDI@NNA, учні 10 класу Миколаївського закладу загальної середньої освіти I-III ступенів № 3 запросили учнів 9-х класів (викладач і тренер із медіаграмотності Т. Іванова ЗОШ № 1 м. Краматорська) ознайомили з форматом зустрічі. Учасники об'єдналися в творчі групи, визначилися з правилами роботи, змістом взаємодії та умовами створення власних медіа продуктів за допомогою путівника-дорадника.

Специфічна для воркшопу як навчального заходу особливість – навчання відбувається завдяки власній активній роботі учасників. Найголовніше тут – активність. Аби забезпечити активність та ефективну діяльність школярів, ми організували серед учнів десятого класу підготовку «натхненників», які допомагали учасникам воркшопу познайомитися, визначити мету й завдання діяльності, здобути нову інформацію, спланувати роботу для отримання кінцевого результату. Значна увага була приділена окресленню очікуваних результатів в межах проведення заходу. Організаторами були виокремлені знання й уміння, які необхідно отримати.

Знати:

- зміст понять і термінів із теми «Маніпулятивні можливості мас-медіа та реклами»;
- види та форми реклами;
- як створити рекламний медіа-текст.

Уміти:

- наводити приклади маніпуляцій медіа та реклами, аналізувати їх маніпулятивні можливості;
- характеризувати особливості рекламної продукції та розрізняти її види;
- формулювати висновки щодо ставлення до реклами.

У межах підготовки до воркшопу для зручності та ефективної взаємодії доцільно створити путівник-дорадник, а саме: коротко про зміст роботи (знайомство, об'єднання в групи, спілкування, презентація відеореклами з обговоренням, міні майстер-клас з відео, практична робота (предпродакшн, продакшн, постпродакшн), презентація власних робіт, підсумки взаємодії (рефлексія).

Десятикласники презентували свої творчі відеороботи з теми «Реклама». Після перегляду, учасники воркшопу залучилися до обговорення рекламних роликів. Разом учні прагнули оволодіти механізмом критичного осмислення інформації, училися аналізувати та оцінювати інформаційні матеріали, розуміти їхню суть, адресну спрямованість, мету, викривати приховане значення та спроби маніпуляції.

Використовуючи особистий досвід, знання та вміння, «натхненники» зосереджували увагу учасників на уточненні ключових понять, вимогах до реклами, основних етапах створення, схемі аналізу реклами.

Наступною локацією активності учасників воркшопу був знімальний майданчик. У межах міні майстер-класу учні отримали практичні поради з відеозйомки, ознайомилися з технологією створення відеореклами.

Предпродакшн потребував значних зусиль і часу. Визначення ідеї, створення сценарію, розкадровка, розподіл по департаментах вимагали активно використовувати теоретичні «вкраплення», здобуті знання сприяли розвитку практичних умінь.

Продакшн викликав особливий інтерес. Зйомка відеореклами сприяла самовираженню, спілкуванню, усвідомленому сприйманню й критичному тлумаченню інформації.

Постпродакшн (монтаж) дав можливість зануритися в процес створення відеореклами, на практиці застосувати знання про вимоги до реклами, згадати основні етапи її створення та схему аналізу.

На етапі презентації робіт учасники воркшопу впевнилися, що активне навчання надає широкі можливості успішно здобувати необхідну інформацію, свідомо сприймати рекламу, розуміти реальність.

У ході роботи «натхненники», радили скористатися примітками «Про це питаю (?), WOW (здивований), Цікаво (👉), Я це зроблю (!)». Саме вони допомогли ефективно підвести підсумки взаємодії, обговорити результати роботи в групах.

Одна з ключових особливостей воркшопу – можливість долучитися до нового дискусійного формату особистісного зростання: відкритий обмін досвідом і співпраця, яка відкрила нові можливості для змін кожного учасника.

Презентація власних медіа продуктів поступово перейшла до рефлексії активностей, самооцінки, взаємооцінки діяльності. А на згадку залишуться відеороботи учасників воркшопу, які поповнили шкільну відеотеку (https://www.youtube.com/playlist?list=PLJIXIRfk2_P7TEac6d5WCFK14OaLqfbZz&fbclid=IwAR1xZq0gdaKRdn6xgtbnbbgZIBdYxTfvB46OT-ZCUgb9uikH_MPrYWmUHZI).

Workshop «Маніпулятивні можливості мас-медіа та реклами» – перший досвід взаємодії ініціативної групи MEDI@NNA, учнів 10 класу Миколаївського закладу загальної середньої освіти I-III ступенів № 3 і учнів 9-х класів ЗОШ № 1 м. Краматорська. Після закінчення воркшопу учасники отримали певний інструментарій і вироблену модель діяльності. Сьогодні вони впевнено використовують формат воркшопу в своїх школах. Учні діляться знаннями й уміннями, залучають школярів до безпечної та ефективної взаємодії із сучасним медіапростором.

Подальшого вивчення потребують питання цілеспрямованого використання воркшопу як засобу активного навчання медіаграмотності старшокласників та створення відповідного організаційно-методичного забезпечення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дорош М. Як розвивається медіаграмотність в Україні: вісім висновків зі щорічної конференції. [Електронний ресурс] / М. Дорош – Режим доступу: http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yak_rozvivaetsya_mediagramotnist_v_ukraini_visim_visnovkiv_zi_schorichnoi_konferentsii/
2. Іванова Л. А. Проблема систематизації наукової термінології педагогіки (на прикладі медіаосвітнього простору) [Текст] / Л. А. Іванова, І. В. Григор'єва / Світ науки, культури, освіти / Міжнародний науковий журнал. Гірничо-Алтайськ, 2009. № 2 [14]. С. 158–165.
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/.
4. Комар О. А. Дещо про інтеграцію та інтегровані уроки / О. А. Комар // Психолого-педагогічні проблеми сільської школи: збірник наукових праць Уманського дер-

жавного педагогічного університету імені Павла Тичини. – Умань : УДПУ імені Павла Тичини, 2017. – Вип. 57. – С. 67–73.

5. Медіаграмотність та критичне мислення в початковій школі: посібник для вчителя / Бакка Т., Голошапова В., Дегтярьова Г., Євтушенко Р., Іванова І., Крамаровська С., Мелешенко Т, Шкребець О. / За редакцією Волошенюк О., Дегтярьової Г., Іванова В. – К. : ЦВП, АУП, 2017 – 197с.

Стаття посвячена проблемі формування медіаграмотності старшокласників путем привлечення нових технологій в образовательное пространство школы. Значительное внимание уделено особенностям проведения воркшопа как средства активного обучения школьников в процессе медиаобразования.

Ключевые слова: *медиапространство, медиакультура, видеореклама, медиаграмотность, личность.*

WORKSHOP “MANIPULATIVE POSSIBILITIES OF MASS MEDIA AND ADVERTISING” AS A MEANS OF DEVELOPING THE MEDIA LITERACY OF SENIOR PUPILS

Bondarenko Artem

teacher of Computer Study Mykolaivka institution of general secondary education I-III degrees № 3 Mykolaivka, Donetsk region

Bondarenko Tetiana

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor SHEE “Donbas State Pedagogical University” Sloviansk, Donetsk region

The article is devoted to the problem of developing of media literacy of senior pupils by implementing new technologies into the educational space of a comprehensive school. Considerable attention is paid to the peculiarities of the workshop as a means of active education of pupils in the process of media education. The authors present their own experience of conducting the workshop on media literacy for senior pupils and highlight the opportunity to join the new discussion format of personal growth: an open exchange of experience and cooperation as one of the key features of the workshop.

Key words: *media space, media culture, media literacy, video advertising, personality.*

Єщенко І.Ф.

*Інформаційно-освітній простір
як продукт педагогічної творчості*

ІНФОРМАЦІЙНО-ОСВІТНІЙ ПРОСТІР ЯК ПРОДУКТ ПЕДАГОГІЧНОЇ ТВОРЧОСТІ

У даній статті подана система використання інформаційно-освітнього шкільного простору під час вивчення української мови, української та зарубіжної літератури та в позашкільній роботі шляхом інтеграції медіакультури й інформатики.

Ключові слова: *навчальний проект, таксономія Блума, он-лайн презентація, он-лайн опитування, блог, відеопроduct, форум.*

Сьогоднішні школярі будуть жити в іншому світі, обіймати посади та володіти професіями, яких зараз ще не існує, але можна з впевненістю стверджувати, що вони працюватимуть у цифровому суспільстві, де володіння інформаційно-комунікаційними технологіями буде запорукою успіху. Ефективним засобом розвитку такої особистості є впровадження новітніх технологій. Але, звичайно, технологічні досягнення нічого не варті, якщо ми, вчителі, не вмітимемо ними ефективно користуватись.

Навчаючи вчитися самостійно, починати треба з себе. Досвід підтверджує тезу, що дива в освіті творять не комп'ютери, а вчителі, озброєні методиками застосування комп'ютерних технологій. Для мене актуальним і цікавим було навчання по 10-тій версії програми Intel «Навчання для майбутнього». Чесно кажучи, до курсів я вважала, що вмію користуватись комп'ютером – чудово створюю документи, таблиці. Але зараз переді мною відкрились нові горизонти: можливість використовувати педагогічні прийоми, які стимулюють самостійну та дослідницьку роботу учнів, практично спрямовувати знання та навички учнів, здійснювати інтеграцію предметів, тим самим створюючи стійку мотивацію до навчання.

На тренінгу я ознайомила із навчанням за допомогою методу начальних проєктів. Тож, впроваджуючи таксономію навчальних цілей Бенджаміна Блума, який визначив шість рівнів розвитку в учнів навичок мислення (знання, розуміння, використання, аналіз, синтез та оцінювання), спробувала інтегрувати метод проєктів у навчальний процес на своєму предметі.

Так, вивчаючи тему по світовій літературі – «Життя та творчість О.С.Пушкіна», ми виконували навчальні дослідження, результати яких відображали у спільній он-лайн-презентації учнів 9 класів. На уроці, де підводились підсумки роботи учнів, відбувся захист спільної презентації, де кожен слайд оцінювали самі учні відповідно до

вироблених критеріїв оцінки, учитель інформатики оцінював правильність оформлення спільного он-лайн документу та он-лайн презентації, а я – уміння не тільки добирати матеріал з конкретної теми, а й уміння аналізувати та оцінювати відомості про Пушкіна, коментувати власну діяльність та отримані висновки по представленному слайду.

Учні завжди із задоволенням приєднуються до екскурсій у світ живопису, створюють власні презентації, слайд-шоу. Саме це й надихнуло нас на створення спільного блогу – «Живопис і світова література». Вивчаючи нову літературну епоху, учні додатково знайомляться з творчістю художників цієї доби, створюють про них власні блоги, які містяться на сторінці «Мистецькі епохи». Є сторінка «Ілюстрації художників до літературних творів». Наукою доведено, що сучасні екранні діти краще сприймають книгу на слух і на зір. Тому робота з ілюстраціями поглиблює читацьке сприйняття. Тут можна переглянути й кращі учнівські ілюстрації. Екранізаціям творів за шкільною програмою відведена окрема сторінка. Раніше ми збирали фільми на відеокасетах, потім на дисках. А сьогодні не потрібно шукати в Інтернеті необхідний фільм гарної якості, зачувати його, достатньо просто зайти на блог. А ще – висловити свої думки про вчинки літературних героїв, що б зробив кожен з нас, якби був на його місці? І чи могли б ми опинитися на його місці? Сторінка «Місцеві художники» розповідає про Івана Барнаша, марганецького художника-пейзажиста, та нашу з ним спільну проектну діяльність.

До речі, ця робота вилілась у ще один проект. Спілкуючись з художником та збираючи матеріали про нього, ми помітили, що в Інтернеті немає таких відомостей. Тому, заздалегідь погодивши свої дії з художником, ми створили блог «Іван Барнаш», який містить відомості про митця, його картини, публікації, матеріали з виставок. Згодом ця робота стала початком великого шкільного проекту – «Славні імена земляків». Учні знайомились з життям і творчістю видатних марганчан: зустрічалися з ними, їхніми родичами, збирали матеріал про їхнє життя і творчість. Кожна робота стала сторінкою книги «Славні імена земляків», яку учні школи присвятили дню народження рідного міста.

Працюючи в блозі, спонукаю учнів до створення власних відеопродуктів. Щоб залучити до навчання кожного учня, розвиваючи його особисті здібності, додатково спілкуюся на форумі світової літератури. Це сприяє здійсненню диференціації та індивідуалізації навчання та посилює міжпредметні зв'язки. Цікавою для мене є рубрика «Що ми зараз читаємо». Тут ми ділимося враженнями про прочитані книги. Приємно, взагалі, коли учні читають додатково. При цьому і ти впливаєш на коло їх читання, і часто для себе відкриваєш нового цікавого автора чи книгу.

Улітку на базі пришкільного табору розпочала свою роботу мовно-медійна школа «ПОЧАТОК», де поєдналась спеціалізація школи, медіаосвіта, інклюзивне навчання та літній відпочинок. Тут діти мали можливість не тільки відпочити, оздоровитись, але й у не вимушених умовах багато чому навчитись: взяти участь в тренінгах, роботі майстер-класів, студій, зустрітись з цікавими творчими людьми, переглянути фільми, обговорити та зробити вибір кращого фільму, створеного як професіоналами, так і самими учнями; переглядати фільми на мовах оригіналу, робити їх переклад, що дало можливість у веселій невимушеній атмосфері підвищити рівень знань іноземних мов (англійської, німецької). Саме така робота сприяла формуванню творчого світогляду, критичного мислення, інтересу до медіапродуктів, орієнтованих на дитячу та молодіжну аудиторію, а також залученню школярів до створення власних медіапродуктів.

Зупинюсь на роботі студії перекладу та тележурналістики. Перекладачі почала свою роботу за тиждень до відкриття літньої мовно-медійної школи «Pochatok». Запро-

поновані мультфільми та фільми необхідно було переглянути та обрати найцікавіші для перекладу та озвучування. Відео та мультимедійні матеріали були розподілені між учнями для первинного перекладу. Над редагуванням текстів працювали всі члени студії. Останнім етапом було озвучування.

Тож учні спробували себе в якості акторів дубляжа та застосували знання англійської мови в професії перекладача. Адже потрібно «відчувати» персонажа, а також володіти добре поставленою мовою і мати правильну вимову. Але ще важливіше – вміти вживатися в роль і передавати за допомогою інтонацій настрій і характер персонажа.

Окрім розвитку творчого потенціалу та креативності учнів, важливим завданням для нас, педагогів другої школи, є соціалізація учнів, зокрема їх професійна орієнтація. Тому й серед завдань медіашколи ці напрямки були одними з найголовніших.

Так як школа має гуманітарне спрямування, то й орієнтуємо ми дітей на професії, пов'язані з такими галузями. Одна з них – це журналістика. Робота в цьому напрямку ведеться давно й має свої вагомні здобутки й результати.

Так, з 2001 року у школі видається учнівсько-педагогічна газета «Місток», головним редактором якої працюю я. У 2008 році досвід нашої роботи, узагальнений у соціальному проекті «Будуймо мости від душі до душі, від країни до країни разом» став переможцем Всеукраїнської суспільної акції «Громадянин». Екскурсія до Верховної Ради, яку для переможців організували координатори акції, стимулювала активність учнів. Вони зрозуміли, що, випускаючи шкільну газету в маленькому містечку, можна привернути до себе увагу всієї країни.

Отож під час роботи літньої школи я координувала роботу студій тележурналістики. Без перебільшення можна сказати, що учні, які працювали у цих студіях, практично отримували додаткову спеціальність – вони вчилися працювати редакторами, створювати репортажі, знімати, писати, монтувати, обробляти фото, аудіо – й відеозаписи.

Під час роботи «Студії тележурналістики» для учнів проводили майстер-класи з практичної журналістики працівники місцевих телеканалів, вони відвідували редакцію МГЗК TV, знімали відео, монтували сюжет на студії, і головне – спілкувалися, обмінювалися досвідом. І цей процес був взаємокорисним і приємним.

Результатом роботи студії стало створення власного медіапродукту – відеорепортажу про літню школу.

Сучасні технології виводять навчальний процес на новий рівень, дають можливість учителям і учням активно генерувати нові ідеї, висувати ініціативи, отримуючи ефективну підтримку своєї діяльності.

Використання освітньо-інформаційного простору дозволяє не викладати предмети аналітично, а навчити дитину думати, критично мислити і висловлювати власні думки, виховувати соціально активну людину, яка б, долучаючись до новітніх досягнень цивілізації, використала б їх собі на благо, не лише для розуміння навколишнього світу, а і його активного перетворення.

Ещенко И.Ф. «Информационно-образовательное пространство как продукт педагогического творчества»

В данной статье разработана модель использования информационно-образовательного пространства при изучении мировой литературы, интеграции медиакультуры и информатики в уроки мировой литературы путем использования инновационных форм и методов работы с учениками: учебные проекты, виртуальные экскурсии, проектная работа.

Перечень ключевых слов: учебный проект, таксономия Блума, он-лайн презентация, он-лайн опрос, блог, видеопродукт, форум.

I. F. Ieschenko «Information and educational environment as a product of the pedagogical practice»

In this article a model of information and educational environment is developed while studying world literature, integration of Media culture and Technology in World literature classes by conducting innovative forms and methods of work with pupils, such as educational projects, virtual tours, project work.

Key words: project work, Bloom's taxonomy, online presentations, online survey, blog, videoproduct, forum.

*Ірина Ковач, завідувач медіа-центру
Херсонської обласної бібліотеки
для дітей імені Дніпрової Чайки*

МУЛЬТ-ЛАБОРАТОРІЯ, АБО МЕДІАОСВІТА ДЛЯ НАЙМОЛОДШИХ

***Анотація.** Стаття описує досвід медіаосвітньої діяльності бібліотеки для дітей, що здійснюється у партнерстві з бібліотеками закладів загальної середньої освіти. Акцент зроблено на медіа-проекті, адресованому дітям молодшого шкільного віку.*

***Ключові слова:** медіаосвітня діяльність бібліотек, бібліотеки для дітей, шкільні бібліотеки, анімація, діти молодшого шкільного віку.*

Терміни «інформаційна безпека», «медіа грамотність», «медіаосвіта» та означені ними явища й процеси увійшли в наше життя, а в суспільній свідомості неухильно вкорінюється розуміння їхньої важливості й ролі.

Упровадження медіаосвіти у сучасній школі ставить на порядок денний і завдання бібліотек у цій важливій справі – як освітянських, так і публічних. Херсонська обласна бібліотека для дітей ім. Дніпрової Чайки займає активну позицію у розбудові бібліотечної медіаосвіти. В цьому нам допомагає значний практичний досвід, набутий у процесі багаторічної діяльності з організації та проведення занять з інформаційної культури дітей та підлітків, бібліотечних медіа уроків, діяльності клубних об'єднань відповідного спрямування, різноманітних партнерських проєктів в сфері промоції читання і медійної культури.

Шість років тому, усвідомивши певний вакуум у методичному забезпеченні бібліотек – як шкільних, так і публічних – щодо медіаосвітньої діяльності, який існував на той час, ми побачили шлях до швидкого та ефективного вирішення проблеми в організації корпоративного проєкту, який би став платформою для об'єднання зусиль та бібліотечних ресурсів, призначених для практичної реалізації задач бібліотечної медіаосвіти. Виходячи з цього, ми (а це Херсонська обласна бібліотека для дітей ім. Дніпрової Чайки, центральна дитяча бібліотека м.Херсону та шкільні бібліотеки міста), у співпраці з освітянськими методичними центрами, а саме – Херсонською академією неперервної освіти та методичним кабінетом при міському управлінні освіти, розпочали новий виток партнерської співпраці у справі формування інформаційної та медійної грамотності школярів. Проєкт було заявлено як відкритий і до участі в ньому долучилися, крім згаданих вище партнерів, також і провідні фахівці Національної бібліотеки України для дітей. [2, 11]

Корпоративний проект «Основи медіаосвіти: бібліотечна складова» стартував ще у 2013 році. Проект пропонує орієнтовані програми таких уроків для учнів 1-9 класів і акумулює розробки програм, уроків, бібліотечних медіа уроків, авторських напрацювань, медіа-ресурсів з питань формування інформаційної та медійної культури користувачів-дітей. Зміст кожної програми сформовано з урахуванням вимог державного стандарту освіти, навчальних програм та інструктивно-методичних рекомендацій із базових дисциплін для певного класу, у них визначені теми, форми та короткий зміст кожного заняття.

Після вдалого апробування та впровадження пілотних розробок у практику роботи дитячих і шкільних бібліотек міста було вирішено розробити наступну серію програм: для 4-5-х класів (2014-2015 н. р.), 6-7-х (2015-2016 н. р.) та 8-9-х класів (2017-2018 н.р.). Усі розробки створені в рамках корпоративного проекту «Основи медіаосвіти: бібліотечна складова» опубліковані на умовах вільного доступу на веб-платформі <http://gorodmedia.blogspot.com/>. [1]

Ще одним проектом, спрямованих на формування медійної культури школярів, але цього разу – старшокласників, є партнерський проект Херсонської обласної бібліотеки для дітей ім.Дніпрової Чайки та управління освіти Херсонської міської ради, учасниками якого стали школярі – лідери учнівського самоврядування.

Це міський медіаклуб «NaVi» (від «Natuse Vincere» – створені перемагати). Учасниками клубу є представники шкільного самоврядування загальноосвітніх навчальних закладів міста Херсону. Тобто це лідери шкільних парламентів, завданням яких є просвітницька робота, реалізація та ретрансляція здобутих знань і навичок у своїх навчальних закладах – ровесникам, учням молодшого віку. Вибір лідерів як категорії учасників медіаклубу відкриває перед нами широкі можливості для просування медіаграмотності в навчальних закладах, адже опосередковано ми охоплюємо впливом клубу не лише його учасників, а й набагато ширше коло дітей та підлітків нашого міста.

Формат проведення занять застосовуємо різноманітний, але переважають практичні заняття та тренінги, воркшопи.

До речі, останній з воркшопів ми провели 12 березня ц.р. у медіацентрі разом із інформаційним центром «Вікно в Америку для майбутніх лідерів», суттєво розширивши свої можливості за рахунок англomовних медіаосвітніх ресурсів.

Клубівці організують та проводять на систематичних засадах низку міських конкурсів з медійної грамотності та інтернет-безпеки. Так, 14 березня відбулася урочиста церемонія нагородження переможців щорічного міського конкурсу відеороликів «Разом до безпечного Інтернету». Вже за традицією члени медіаклубу та шкільний парламент нашого міста, за підтримки бібліотеки ім. Дніпрової Чайки, проводять Тиждень Безпечного Інтернету в усіх закладах загальної середньої освіти нашого міста. Члени клубу готують низку матеріалів для проведення Тижня в своїх навчальних закладах за окремими програмами.

У квітні 2016 р. Президія Національної академії педагогічних наук України схвалила нову редакцію Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, покликану формувати медіаінформаційну грамотність, долати інформаційну агресію, сприяти розвитку громадянського суспільства. [3]

Нова редакція значно розширила роль та місце бібліотек, публічних та шкільних, у процесах набуття медіаграмотності та медійної культури дітьми різного віку. Тож, спираючись на положення оновленої концепції, ми значно розширили власну медіа-

освітню діяльність – як шляхом розбудови нової візії наявних проєктів, так і через започаткування нових.

Один із «найстаріших» проєктів нашої бібліотеки – програму інтернет-орієнтування дітей молодшого шкільного віку «Кібершколяррики». За час свого існування – а розпочалася вона у 2003 році, у неї з'явилося багато прихильників серед освітян нашого міста, які переконалися в безперечній практичній користі занять за цією інтегрованою програмою для дітей-учасників. Суть проєкту полягає в заохоченні учнів 2-3 класів до створення власних творчих проєктів як результату інформаційно-пошукової діяльності, – за творчістю сучасних українських письменників, що пишуть для дітей. При цьому проєкtdіти-учасники набувають як навичок інформаційного пошуку, зокрема грамотного й безпечного користування Інтернетом, так і долучаються до художньої творчості. Адже сучасний актуалізований формат проєкту спирається на положення Концепції впровадження медіаосвіти: «Медіаосвіта шкільна включає інтегровану медіаосвіту (використання медіадидактики в межах існуючих предметів), спеціальні навчальні курси, факультативи, гурткову, студійну та інші форми позакласної роботи. Ця форма медіаосвіти спрямована переважно на формування критичного мислення, комунікаційної медіакомпетентності. Важливу роль можуть відігравати шкільні бібліотеки як сучасні комп'ютеризовані центри, в яких концентрується інформаційно-пошукова діяльність учнів.» [3]

Для бібліотеки публічної, а точніше – спеціалізованої дитячої, якою є бібліотека імені Дніпрової Чайки, засадничим є ще одне положення Концепції, що розкриває завдання позашкільної медіаосвітньої діяльності: «Медіаосвіта позашкільна спрямована на розвиток способів творчого самовираження особистості, має супроводжувати шкільну медіаосвіту, підсилювати її ефект. Базується переважно на діяльності позашкільних навчальних закладів, публічних (зокрема спеціалізованих дитячих) бібліотек, громадських організацій, на волонтерських і комерційних засадах; охоплює медіаосвіту батьків, сімейну медіаосвіту, використовується в межах психотерапевтичної і психолого-консультаційної допомоги.» [3]

На цих засадах ґрунтується діяльність нового клубного об'єднання для дітей молодшого шкільного віку, сформованого у нас в бібліотеці восени 2018 року. Це мультиплікаційний клуб «Медіалабораторія», в якому діти, створюючи власний медійний продукт, маютьнагоду ще й опанувати цілу низку базових знань та практичних навичок у царині медіаграмотності.

Учасники клубу не просто переглядають анімаційні фільми, знайомляться з лекцією української мультиплікації та новинками вітчизняної анімаційної продукції, з різноманітними техніками створення анімаційного кіно, дізнаються цікаві факти, а й самі долучаються до творчого процесу.

Поява клубу має свою передісторію. Літом 2018 року щопонеділка у визначений час у бібліотечному Медіа-центрі в рамках Програми літніх читань «Канікули з книгою» для наймолодших читачів проходили відеомандри «Літо у форматі DVD: країна мультиплікації». Юні читачі досліджували історію створення та розвитку мультиплікації в Україні. Їх зацікавленість переросла в бажання створити власний мультфільм, зі своїми власними оригінальними сюжетом та героями. З'явилося одразу ж безліч питань: Як створюється мульттик? Що для цього потрібно? Про що мульттик? Якими мають бути головні герої?..

Слід зауважити, що, на відміну від проєкту «Кібершколяррики», в якому організаційно бібліотека спирається на співпрацю зі школами-партнерами, цього разу група

учасників проекту не була формальною, а складалася з дітей із різних шкіл і різних класів, тож партнерами бібліотеки стали батьки наших «майстрів мультиплікації», які щонеділі приходили з ними до бібліотеки на заняття в клубі. І при цьому й самі долучали до освітньої програми, адресованої вже їм самим (у бібліотеці працює недільна просвітницька Школа батьків).

Для першого досвіду обрали пластилінову мультиплікацію. Адже навички пластилінової анімації особливо корисні для малечі – робота з пластиліном добре розвиває дрібну моторику.

І тут виникла потреба в набутті дітьми нових навичок для орієнтування в інформаційному та медійному просторі, – у прийнятній і зрозумілій для їхнього віку формі. Перед нами постало завдання поєднати медіаосвіту із художньо-продуктивною діяльністю.

Підготовка роботи для зйомки мультфільму розпочалася з написання сценарію. При цьому чудовим прикладом медіагри стало виконання дітьми ролі сценаристів, – для створення власного медіатексту. Дітям було запропоновано поділити ролі персонажів, що опинялися в різних життєвих ситуаціях (наближених до зрозумілих дітям ситуацій шкільного життя, спілкування з однолітками й дорослими), застосовуючи вже набуті ними поведінкові стереотипи. Діти мали завдання проаналізувати ці ситуації, обравши найвдаліші, застосовуючи навички основ критичного мислення. Загалом перелік медіа-ігор, що були залучені під час занять «Медіалабораторії» протягом 2018-2019 навчального року, досить великий:

- стратегічні медіа-ігри – управління ресурсами, де потрібно здійснювати не тільки тривале планування, а й стежити за конкретною ситуацією;
- адвентурні (пригодницькі) медіа-ігри з інтерактивними властивостями – можливістю керувати перебігом подій. Для розв'язання поставлених завдань сюжету потрібно було бути кмітливим і мати розвинене критичне мислення;
- аркадні медіа-ігри, де гра поділена на рівні складності, і нагородою є право переходу до наступного епізоду, етапу зйомки, озвучення, монтування;
- рольові медіа-ігри – використання потрібного персонажу в потрібний час і в потрібному місці, тобто те, що не вдається одному, з легкістю може вийти у іншого; знайомили дітей із поняттям маніпуляції в медіапросторі;
- логічні медіа-ігри, що розвивають критичне мислення, особливо у дітей дошкільного віку. У нашому випадку – це завдання на перестановку фігур персонажів або моделювання малюнків, що змінюють сюжетну лінію;
- симуляторні медіа-ігри, в яких за допомогою різних графічних редакторів, фото та відео ми вчимо дітей виготовляти власний медіапродукт.

Таким чином, ми, граючи з дітьми в «мультиплікаційну студію», охопили всі мультимедійні види інформації:

- числа;
- тексти (букви, слова, речення);
- звук (звуки, мова, музика);
- графіка й відео (креслення, малюнки, картинки, відеофільми).

Основною задачею керівника стала організація всіх робочих етапів зі створення мультфільму та знімального процесу, допомога зі складною технікою. Крок за кроком юні мультиплікатори вчилися розкадровці, створенню образів мультиплікаційних героїв, розміщенню їх у різних ракурсах, озвучуванню та монтажу.

На даний момент діти знімають першу частину перекладної анімації, в основі якої лежать казки про лицарів, драконів, принцес і чарівників. «Прем'єру» цього анімаційного фільму, створеного дітьми молодшого шкільного віку, плануємо на 17-18 квітня, коли у Херсонській обласній бібліотеці для дітей ім. Дніпрова Чайка відбуватиметься конференція на тему «Школа та бібліотека: інтеграція медіаосвітніх практик», у проведенні якої знову співпрацюватимемо з центром «Вікно в Америку для майбутніх лідерів» нашої бібліотеки.

Таким чином, на сьогоднішній день бібліотека має розвинену систему медіаосвітніх проектів, які адресовані усім групам користувачів-дітей – від дошкільників і учнів молодших класів до старшокласників. Це динамічна послідовна система, в якій кожен компонент перебуває у постійному розвитку, охоплюючи нові технології та збагачуючись новим досвідом. А запорука успіху – у співпраці бібліотеки зі школою та родиною.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бібліотечні медіа уроки [Електронний ресурс] : спільний проект Херсонської ОБД ім.Дніпрової Чайки, ЦДБ м.Херсон та бібліотек загальноосвітніх навчальних закладів міста. – Режим доступу: <http://gorodmedia.blogspot.com/>. – Дата звернення: 20.03.19.
2. Давида О. В. Корпоративний проект «Основи медіаосвіти: бібліотечна складова» / Ольга Вікторівна Давида // Школа и библиотека: креативные проекты, инновационные программы : сб. статей и материалов. – Херсон, 2014. – С.11-12.
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс] // Media Sapiens. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprovsvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/. – Назва з екрану. – Дата звернення: 20.03.19.

***Аннотація.** Стаття описує досвід медіаосвітньої діяльності дитячої бібліотеки, здійснюваної в співпраці з бібліотеками закладів загальної середньої освіти. Акцентується увага на медіа-проекті, адресованому дітям молодшого шкільного віку.*

***Ключевые слова:** медіаосвіта, діяльність бібліотек, дитячі бібліотеки, шкільні бібліотеки, анімація, діти молодшого шкільного віку*

***Annotation.** The article describes the experience of media education activities of the children's library, carried out in partnership with libraries of institutions of secondary education. The emphasis is on a media project addressed to junior schoolchildren.*

***Key words:** media literacy, activities of libraries, children's libraries, school libraries, animation, children of primary school age.*

*Краснопєєва Ольга,
директор Миколаївського закладу
загальної середньої освіти І–ІІІ ст. № 3
Миколаївської міської ради
Слов'янського району Донецької області*

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПЕДАГОГІЧНИЙ СУПРОВІД УПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В ЗАКЛАДІ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ

Стаття присвячена проблемі забезпечення організаційно-педагогічного супроводу процесу впровадження медіаграмотності в освітній простір закладу загальної середньої освіти.

Ключові слова: *мультимедійні технології, медіапростір, медіакультура, медіаграмотність, особистість.*

Розвиток системи мас-медіа нагально потребує цілеспрямованої підготовки особистості до вмілого й безпечного користування ними. Медіа потужно й суперечливо впливають на освіту молодого покоління, часто перетворюючись на провідний чинник його соціалізації [2].

Учені зазначають, що питання самоактуалізації особистості в галузі сучасної медіакультури недостатньо розроблене, а осмислення зв'язку між цим процесом і засадничими характеристиками медіакомпетентності ледь намічене [1].

Формування медіакультури особистості в середовищі значущих для неї спільнот – головна мета медіаосвіти. Забезпечення процесу реалізації основних принципів медіаосвіти потребує аналізу педагогічних досліджень щодо з'ясування організаційних, управлінських та методичних аспектів впровадження медіаосвіти.

Значну увагу дослідники приділяють проблемі зв'язку між самореалізацією особистості в умовах сучасного медіапростору й рівнем її медіаграмотності, самоактуалізації особистості і її медіакомпетентності, сучасній медіакультурі й місцю в ній людини.

Аналіз науково-методичної літератури із зазначеної проблеми надав можливість систематизувати результати досліджень науковців стосовно умов, форм ефективного впровадження медіаосвіти.

Натомість актуальним для освітнього простору закладу загальної середньої освіти (ЗЗСО) залишається питання організаційно-педагогічного супроводу впровадження медіаграмотності.

Ми починали впровадження медіаосвіти зі створення творчої групи вчителів Миколаївського ЗЗСО I-III ступенів №3 (Донецька область), яка значну увагу приділила аналізу можливостей та забезпеченню умов організаційно-педагогічного супроводу впровадження медіаграмотності. Однією з таких можливостей був досвід взаємодії з громадськими організаціями.

У межах співпраці закладу з ГО «Новий Донбас» (Лариса Артюгіна, кінорежисерка, голова ГО «Новий Донбас») було започатковано в школі навчання журналістів. Спілкування з відомими митцями, зокрема Риммою Зюбіною, надихали на участь у різноманітних культурних ініціативах. Наталя Ворожбит і німецький режисер Георг Жено поставили разом із учнями школи п'єсу «Миколаївка» в рамках «Театру Переселенця». Взаємодія старшокласників з «Театром Переселенця» створила умови для діалогу, porozуміння, роздумів. Згодом на її основі було знято фільм.

ГО «Новий Донбас», «Жовтий автобус» запросили групу учнів школи до «Кінотабору миру». Протягом двох тижнів під керівництвом професіоналів у сфері режисури, сценарного та операторського мистецтва діти вчилися знімати кіно.

Взаємодія з Unicef, представниками Львівської Освітньої Фундації, ПІ «Теплиця», командою «Жовтий Автобус», громадською організацією «Наша дія» дала можливість залучити учнів до неформальної освіти, активної участі в майстер-класах, тренінгах, у створенні і презентації власних проєктів. Результатом такої взаємодії стало поповнення матеріально-технічного забезпечення, що створило умови для подальшої творчої діяльності учнів.

У школі активно працює ініціативна група «MEDI@NNA», яка об'єднує учнів 4 – 11 класів Миколаївської ОТГ. Школярі у вільний час знімають відеонариси, кінострічки на соціально значущі теми, надають інформаційну підтримку освітнім заходам (<https://www.facebook.com/groups/MEDIANNA/>).

Журналісти-початківці взяли участь у медіапроєкті МедіаЛаб Донбас «Пиши і змінюй своє місто!» (<http://www.medialab-donbass.com/de/beitraege/1/shkola-mii-dim>).

Задовольняючи потреби учнів, очікування батьків, в школі було введено профільне навчання, зокрема інформаційно-технологічне. Для досягнення позитивного результату сформованості професійного самовизначення старшокласників в умовах сучасного медіапростору важливо на основі системності організації та постійної методичної підтримки й корекції профорієнтаційної роботи в навчальному закладі, введення нових курсів, зокрема «Основи медіаграмотності».

У межах викладання зазначеного курсу значна увага приділяється розвитку творчих, комунікативних здібностей учнів, критичного мислення, уміння повноцінно сприймати, аналізувати та оцінювати медіатексти. Вивчення учнями «Основа медіаграмотності» сприяє оволодінню різними формами самовираження за допомогою медіатехніки, виходить за межі уроку, сприяє практичній реалізації здобутих знань у позакласній роботі.

Накопичений досвід взаємодії з громадськими організаціями, доцільне використання матеріально-технічного забезпечення стало підґрунтям для формування культури спілкування з медіа.

Юні кінематографісти, прес-служба «MEDI@NNA» активно використовують інформаційне поле преси, радіо, телебачення, кінематографа, Інтернету для особистісного та професійного зростання.

Учні готують блиц-інтерв'ю, знімають відео про події, які їх хвилюють. Серед актуальних проблем сьогодення: екологія та її місце в житті людини, взаємодія та безпека в інформаційному просторі, роль рідної мови у особистісному зростанні.

Наш досвід показує, що забезпечення організаційно-педагогічного супроводу впровадження медіаграмотності в освітній простір навчального закладу актуалізувало взаємодію всіх учасників навчально-виховного процесу.

У межах діяльності науково-методичного майданчика (науковий керівник кандидат педагогічних наук Т. М. Бондаренко), який працює як інноваційний підрозділ організаційної структури управління Миколаївського ЗЗСО І–ІІІ ст. № 3 і кафедри природничо-математичних дисциплін та інформатики в початковій освіті ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет» (завідувач кафедри, кандидат педагогічних наук Т. А. Євтухова) для теоретичного обґрунтування, розробки й апробації моделі професійного зростання педагогів з проблеми «Формування успішної особистості школяра шляхом використання нових інформаційних технологій в умовах НУШ» активно працювала творча група з науковців, педагогів і студентів з метою моделювання форм упровадження медіаосвіти.

Ми проаналізували результати готовності й можливості до впровадження медіаосвіти в Миколаївському ЗЗСО І–ІІІ ступенів №3 на рівні учнів, батьків, учителів.

Адміністрація школи ініціювала низку зустрічей з учнями 10 класу, їх батьками з метою ознайомлення з Концепцією медіаосвіти, програмою курсу «Основи медіаграмотності» та його перевагами. На той час учитель інформатики пройшов навчання в Літній школі з медіаграмотності, узяв участь у Шостій міжнародній науково-методичній конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи».

Такий підхід допоміг розставити акценти, сприяв усвідомленню учнями і батьками необхідності медіаосвіти.

Ми розуміємо, що успішність упровадження медіаосвіти залежить від мотивації, активності й рівня підготовки вчителів, їхньої здатності до підвищення професійної майстерності та набуття нових знань.

Участь педагогів у онлайн-семінарах, онлайн-курсах на платформі Prometheus, моделювання уроків з використанням окремих методів, прийомів, засобів навчання, елементів інноваційних технологій у навчально-виховному процесі школярів сприяли впровадженню провідних ідей медіаосвіти в практичну діяльність.

Залучення педагогів до процесу саморозвитку, самодіагностики сприяло визначенню наявності в учителів необхідних особистісних якостей для інноваційної діяльності

На сьогодні маємо перші результати. У межах проекту «WOW Teachers» (координатор Сергей Гаков (Sergey Gakov) учитель інформатики А.Бондаренко поглибив знання й практичні навички з Веб-розробки. Своїми надбаннями він ділиться з учнями. Творча група юних веб-розробників активно заглибилась у вивчення теорії HTML (<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=536012746889361&set=pcb.2151004514981869&type=3&theater&ifg=1>) і сьогодні учні потужно працюють над створенням шкільного сайту.

Члени ініціативної групи MEDI@NNA запросили учнів 9-х класів (викладач і тренер із медіаграмотності Т. Іванова ЗОШ № 1 м. Краматорська) на воркшоп «Маніпулятивні можливості мас-медіа та реклами». Між школами встановилися партнерські стосунки. Спілкуються учні й педагоги. Учителі обмінюються досвідом, планують подальші шляхи співпраці в процесі реалізації медіаосвіти.

Наш досвід засвідчує, що учні в межах вивчення «Основ медіаграмотності» активно залучаються до самоосвіти й успішно закінчили курс «Медіаграмотність: практичні навички», отримали сертифікати (30 годин) на платформі Prometheus.

Діагностичний етап упровадження медіаграмотності в межах реалізації інформаційно-технологічного профілю завершився нарадою адміністрації навчального закладу, науковців, членів творчої групи науково-методичного майданчика. У ході обговорення й аналізу проведеної роботи було визначено переваги та проблемні зони в організації навчально-виховного процесу; підтверджено, що педагогічний колектив націлений на оволодіння ґрунтовним досвідом з упровадження медіаосвіти, підготовлено звернення до відділу освіти Миколаївської міської ради з ініціативою щодо організації й проведення експериментальної роботи з упровадження медіаграмотності.

На прогностичному етапі ми плануємо конкретизувати мету й завдання, уточнити систему заходів, спрямованих на впровадження медіаосвіти в Миколаївському ЗЗСО I-III ступенів №3.

У межах залучення педагогів до різноманітних форм методичної роботи (тренінги, дистанційні курси, майстер-класи, педагогічні майстерні, воркшопи, методичні заходи у форматі «світове кафе») плануємо створити умови для опанування вчителями-предметниками теоретичними засадами та практичними навичками інтеграції медіаосвіти в навчально-виховний процес ЗЗСО, збагачення їхнього професійного досвіду, розширення можливостей у використанні нових технологій, методів, засобів розвитку медіаграмотності старшокласників.

Усвідомлення педагогами необхідності інтеграції медіаосвіти, формування медіакомпетентності учнів у межах вивчення предметів забезпечить ефективність взаємодії з медіапростором, реалізацію активної громадянської позиції старшокласників.

Плануємо створити умови для реалізації навчальної програми в початковій школі «Я у медіапросторі».

Про завершення етапу свідчитиме позитивне сприйняття й опанування педагогами нововведень, енергійність, зібраність, сконцентрованість, позитивне реагування вчителів на обговорення подальших кроків інноваційної діяльності, підвищення рівня медіаграмотності всіх суб'єктів освітнього процесу.

На наш погляд, завданнями зазначеного етапу мають бути:

- сприяння тренінговій, корекційно-розвивальній діяльності вчителів в оволодінні теоретичними засадами реалізації медіаосвіти;
- підтримка мотивації розвитку творчого та особистісного потенціалу педагогів у процесі формування медіакомпетентності учнів;
- розвиток загальної технології творчого пошуку, здатності до рефлексії у ході впровадження медіаграмотності;
- формування адекватної професійної самооцінки процесу реалізації медіаосвіти;
- удосконалення професійних навичок та умінь педагогів (здатність практичного врахування вікових та індивідуальних особливостей психічного розвитку учнів у процесі формування медіакомпетентності).

Ми впевнені, що забезпечення організаційно-педагогічного супроводу процесу впровадження медіаграмотності в освітній простір Миколаївського ЗЗСО I-III ступенів №3 сприятиме створенню умов для ефективної професійно-педагогічної діяльності, надасть можливість найбільшою мірою врахувати інтереси, нахили й здібності кожного учня, у тому числі з особливими освітніми потребами.

Отже, упровадження медіаграмотності в умовах профільного навчання в ЗЗСО має свої особливості й потребує забезпечення низки вимог, а саме:

- створення організаційно-педагогічних умов цілеспрямованої, скоординованої діяльності навчального закладу забезпечує наближення змісту освіти до потреб повсякденного життя особистості;
- формування вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою розширює можливості учнів у особистісному зростанні;
- забезпечення розвитку здатності учнів виражати власну позицію, спілкуватися, отримувати нові знання, необхідну інформацію за допомогою медіазасобів сприяє соціалізації особистості в умовах сучасного медіапростору;
- формування вміння сприймати інформацію, аналізувати підвищить рівень свідомого вибору професії.

У подальших дослідженнях проблеми впровадження медіаосвіти в ЗЗСО потребують удосконалення:

- мета, завдання, форми, методи, шляхи реалізації й забезпечення організаційно-педагогічного супроводу на кожному етапі експериментальної діяльності;
- комплексні діагностики професійного самовизначення старшокласників з урахуванням вимог інформаційного суспільства;
- діагностики виявлення й розвитку індивідуальних творчих здібностей учнів і їхніх генетичних задатків;
- дидактичні умови профільного навчання для формування професійного самовизначення учнів старших класів;
- усебічного сприяння здійсненню свідомого вибору особистістю майбутньої професії й формуванню життєвих орієнтирів в умовах сучасного медіапростору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Качарян А. Б. Виховання культури користувача Інтернету. Безпека у всесвітній мережі: навч.-метод. посіб. / А. Б. Качарян, Н. І. Гущина. – К., 2011. – 100 с.
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс] – Режим доступу:
http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/.
3. Комар О. А. Дещо про інтеграцію та інтегровані уроки / О. А. Комар // Психолого-педагогічні проблеми сільської школи: збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. – Умань : УДПУ імені Павла Тичини, 2017. – Вип. 57. – С. 67–73.
4. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на період до 2021 року [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.mon.gov.ua>.

Статья посвящена проблеме обеспечения организационно-педагогического сопровождения процесса внедрения медиаграмотности в образовательное пространство заведения общего среднего образования.

Ключевые слова: *мультимедийные технологии, медиапространство, медиакультура, медиаграмотность, личность.*

Krasnopieieva Olha

ORGANIZATIONAL AND PEDAGOGICAL SUPPORT OF MEDIA LITERACY IMPLEMENTATION IN GENERAL SECONDARY EDUCATIONAL ESTABLISHMENT

The article is devoted to the problem of providing organizational and pedagogical support to the process of implementing media literacy in the educational space of the institution of general secondary education. The author describes the peculiarities of media literacy implementation at school, namely: a focused, guided, and coordinated activity of the educational institution, the approximation of the educational content to the needs of everyday life of a person, the formation of the ability to use information and communicative techniques, successfully obtain the necessary information, to accept it critically, interpret reality separate from its virtual simulation, consciously choose a profession.

Key words: *multimedia technologies, media space, media culture, media literacy, personality.*

Інна Плотнікова

Комунальний заклад

«Чернівецький обласний центр

науково-технічної творчості учнівської молоді»

методист, керівник гуртків

ФОРМУВАННЯ МЕДІАПРОСТОРУ СУЧАСНОГО ЗАКЛАДУ ПОЗАШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ

В статті представлені основні тенденції розвитку медіапростору сучасного закладу позашкільної освіти, проаналізовано проблеми які виникли на шляху його формування.

Ключові слова: *медіаосвіта, медіапростір, діти, сучасний позашкільний заклад, інформаційне та матеріально-технічне забезпечення.*

У 1978 році експерти ЮНЕСКО ініціювали та розробили програму масової медіаосвіти – General Curricular Model for Mass Media Education. У матеріалах ЮНЕСКО (1984р.) медіаосвіту визначають вже як навчання теорії та формування практичних умінь щодо володіння сучасними засобами масової комунікації, як частину специфічної та автономної галузі знань у педагогічній теорії й практиці [2,4]. Актуальність даної проблеми підтверджує і Концепція впровадження медіаосвіти в Україні та її нова редакція, яку 21 квітня 2016 року схвалила Президія Національної академії педагогічних наук України.

Головною метою Концепції є сприяння розбудові в Україні ефективної системи медіаосвіти, що має стати фундаментом гуманітарної безпеки держави, розвитку і консолідації громадянського суспільства, протидії зовнішній інформаційній агресії, всебічно підготувати дітей і молодь до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формувати у громадян медіаінформаційну грамотність і медіакультуру відповідно до їхніх вікових, індивідуальних та інших особливостей [3].

У сучасному світі засоби масової комунікації (ЗМК) є активними факторами формування соціального простору. Вони є не тільки засобами передачі інформації, але й механізмом для формування особливої реальності, яка формує картину світу за межами чуттєвого досвіду індивіда. Сучасні діти від народження звикають до екранів, вони дорослішають у світі де медіа стали невід’ємною частиною повсякденного життя. Діти та підлітки за допомогою медіа пізнають світ, обирають приклади для наслідування, розширюють свій соціальний досвід. Сучасні підлітки проводять більше часу перед екранами телевізорів й моніторів ніж із батьками та друзями. Школярі, як правило, досить

швидко засвоюють новітні медіатехнології. Отже, з огляду на вище сказане, основними завданнями медіаосвіти є:

- підготувати нове покоління до життя в сучасних інформаційних умовах;
- навчити критично осмислювати та сприймати різного виду інформацію;
- навчити дітей розуміти цю інформацію і усвідомлювати наслідки її впливу на психіку;
- навчити оволодінню засобами спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів.

Іншими словами, важливо виховати людину, яка вміє критично правильно осмислити і сприйняти весь потік МЕДІА, який хлинув у величезному обсязі на нас в останнє десятиліття.

Необхідність формування медіапростору у сучасному закладі позашкільної освіти обумовлена не тільки стрімким розвитком у сучасному світі, інформаційно-комунікаційних технологій, а й необхідністю ефективно використовувати різноманітні засоби інформації. Існує деяке протиріччя: між зростаючими обсягом і якістю інформації та зниженням здатності ефективно переробляти її (не завжди доступ до інформації означає здатність цією інформацією розпорядитися, скористатися). Сучасна молодь отримує інформацію з різноманітних джерел, таких як інтернет, ЗМІ, але вона у даний час, здебільшого, не перевіряє отриману інформацію на достовірність та надійність, тому виникає таке явище «паралельної школи».

Створення медіапростору сучасного закладу позашкільної освіти і з використанням ресурсів інтегрованої, соціокультурної медіаосвіти в рамках основного освітнього процесу та координація шкільної медіаосвіти з медіаосвітою дітей раннього і дошкільного віку, позашкільною медіаосвітою, медіаосвітою в професійній і вищій школі, системі післядипломної освіти, освіти третього віку. Неформальною медіаосвітою є одним з пріоритетних напрямів розвитку медіаосвіти [3].

Для створення медіапростору сучасного закладу позашкільної освіти необхідно наступне:

- створення матеріально-технічної бази (сканери, ксерокси, цифрова фото- і відеотехніка, відеопроєкційне обладнання, інтерактивні дошки, сучасне програмне забезпечення, підключення до супутникового і кабельного ТБ, міні-друкарня, радіорубка і ін.);
- навчання педагогів (методистів, керівників гуртків);
- формування медіаосвітніх умінь у педагогів та у гуртківців:
 - знаходити інформацію в сучасному медіапросторі;
 - систематизувати її за певними ознаками;
 - критично осмислювати інформацію;
 - аналізувати інформацію, визначати головну суть, адресну спрямованість та мету інформування;
 - переводити візуальну інформацію в вербальну знакову систему і навпаки;
 - вміння чіткого формулювання отриманої інформації;
 - мати свою точку зору по відношенню до різного виду інформації, уміти аргументувати власні висловлювання, знаходити хибну інформацію та подавати правдиву;
 - виділяти головне в інформаційному повідомленні, і вміння відрізнити його від «Білого шуму»;
 - уміти викладати інформацію (в Мережі Інтернет, в друкованому виданні, в презентації);

- змінювати обсяг інформації, її вид та форму, - представлення механізмів взаємодії в медіапросторі позашкільного закладу;
- формування мотивації щодо створення та реалізації проектів медіаосвіти гуртківцями та керівниками;
- створення банку медіакурсів за напрямками підготовки
- розробка положення про заохочення творчої активності гуртківців та керівників, тощо.

Найоптимальнішою моделлю медіапростору сучасного закладу позашкільної освіти є та модель, яка включає як сторінки у соціальних мережах, профілі, мікроблоги, блоги, акаунти, так і власні веб-ресурси, кожний з яких має своє власне призначення і функціональні особливості. Так, гуртківцями Чернівецького обласного центру науково-технічної творчості створено дитячий сайт «ІФО-ЮТЕХ» та блог гуртка «БІТ». Отже, можна констатувати, що однією з ключових цінностей, в створенні моделі медіапростору сучасного закладу позашкільної освіти є розвиток творчого і критичного мислення, набуття досвіду та інструментарію мадіаграмотності, самостійного пошуку, вміння правильно використовувати інформаційні потоки, з метою ефективної комунікації, вирішення навчально-пізнавальних та інших особистісних проблем і завдань, тобто орієнтація не стільки на знання, скільки на набуття гуртківцями позитивного досвіду самостійної роботи [1].

Ефективним засобом, для створення медіапростору сучасного закладу позашкільної освіти є і Інтернет, який дозволяє проводити обмін інформацією досить оперативно, оцінювати її з позиції особистих потреб та соціально і культурно значимих цінностей. Інтернет створює поле спілкування (ділового, особистісного), діяльності дітей й дорослих.

Проаналізувавши стан вітчизняної медіаосвіти ми можемо побачити певні зміни і це зміни у кращий бік: це і створення інформаційно-творчого агентства «ЮН-ПРЕС», яке співпрацює із різними закладами освіти по всій Україні, це і широкий спектр медіа-фесивалів, які проводяться щорічно як Міністерством освіти і науки України, так і громадськими організаціями, діють молодіжні інформаційні агентства та ЗМІ у регіонах. Всі вони працюють, як правило, під керівництвом дорослих наставників, керівників гуртків. Отже, можемо констатувати і наявність кадрового потенціалу. Гострим залишається питання фінансування матеріально-технічної бази. Заклади позашкільної освіти фінансуються не на тому рівні, на якому би хотілося. Темпи розвитку інформаційних технологій набагато швидші, ніж розвиток матеріальної бази закладів. Тому дуже важко йти в ногу із часом. На мою думку, необхідна державна підтримка для повної реалізації II Етапу поступового укорінення медіаосвіти та стандартизації її змісту (2017–2020 роки), де чітко зазначено про необхідність поширення позашкільної медіаосвітньої практики, організація, підтримка і розвиток медіаосвітніх функцій фестивалів, конкурсів дитячої і молодіжної медіатворчості, проведення всеукраїнського конкурсу «Діти і медіа» [3]. Не за горами й III Етап дальшого розвитку медіаосвіти та забезпечення її масового впровадження (2021–2025 роки). Даний етап включає розвиток матеріально-технічної бази всіх ланок медіаосвіти, оснащення мережі медіапедагогів передовими інформаційно-комунікаційними технологіями [3].

В цілому, розвиток медіапростору в сучасному суспільстві рухається разом з соціальним розвитком самої країни.

В рамках державної політики України у напрямку Євроінтеграції передовим питанням освіти має постати формування якісного медіапростору на всіх ланках освіт-

нього процесу, як одного з пріоритетних напрямків розвитку прогресивного та грамотного суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вахнеева А. А., Давыдова-Мартынова Е. И., Зюзюкова М. О., Кибер Ленинка: [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediaprostranstvo-sovremennoy-shkoly>
2. Ілляк Н. О. Основи медіаосвіти. Збірник навчальних програм гуманітарного та науково-технічного напрямку для позашкільних та загальноосвітніх закладів / Інформаційно-творче агентство «ЮН-ПРЕС» Київського Палацу дітей та юнацтва; кер. авт. кол. : Н. О. Ілляк. –К. : Прінт-лайн, 2014. – 242с.
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні Редакція 2016 року / [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/

В данной статье представлены основные тенденции развития медианпространства современного заведения внешкольного образования, проанализированы проблемы, которые возникли на пути его формирования.

Ключевые слова: *медиаобразование, медианпространство, дети, современное внешкольное учреждение, информационное и материально-техническое обеспечение.*

The article presents the main trends of the media space development at a modern institution of extracurricular education, analyzes the problems that arose in the process of its formation.

Keywords: *media education, media space, children, modern extracurricular institution, informational and logistical support.*

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ І КОРИСТУВАЧ.
МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ПОЖИТТЄВІЙ
ОСВІТІ

Юлія Кияшко

доцент кафедри журналістики, української словесності та культури

Університету державної фіскальної служби України,

кандидат наук із соціальних комунікацій

ВИКОРИСТАННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПОЛІТИЧНИХ СЛОГАНАХ ПЕРЕДВИБОРЧИХ БІЛБОРДІВ

Стаття містить основні тенденції оформлення політичних білбордів у передвиборчій президентській кампанії. Представлена характеристика маніпулятивних прийомів у політичній рекламі кандидатів у президенти 2019 року.

Ключові слова: білборд, імідж, маніпуляція, політична реклама, слоган.

У передвиборчих перегонах на пост президента України вагому роль відіграє рекламна кампанія кандидатів. Передвиборча агітація у вигляді виступів у електронних ЗМІ, на сторінках веб-ресурсів, у соцмережах є доволі ефективною, але найбільше охоплення уваги аудиторії привертає зовнішня реклама – передвиборчі білборди та агітаційні плакати. На відміну від політичної пропаганди в ЗМІ, доступ до якої людина може самостійно контролювати, вулична реклама працює цілодобово. Проблема полягає в тому, що лише рівень медіаграмотності людини дозволяє судити про те, наскільки глибоко маніпулятивні технології здатні уразити виборця і спонукати до потрібного або вільного вибору. Навіть ті, хто вважають, що не піддаються впливу, на підсвідомому рівні є жертвами маніпуляцій.

У цьому контексті метою розвідки вбачаємо аналіз основних конструктів зовнішньої політичної реклами кандидатів на пост президента 2019 року. Зокрема зосередимо увагу на візуальній складовій рекламного поля білборду, політичній риторичі політиків, формулюваннях слоганів та обіцянок, дотриманні морально-етичних та законодавчих норм під час розміщення політичної реклами.

Напередодні виборів тема рівня правдивості та маніпуляцій в агітаційних виступах політичних діячів та лідерів перегонів набуває дедалі більшої актуальності. Пересічному споживачу медіапродукту важко розібратись в інформаційних потоках. Тому спираємось на сучасні дослідження й публікації медіаекспертів у правовій галузі, що дають компетентний аналіз дій політиків. Фахівці оперують законодавчою базою, що

регламентує права та обов'язки у період передвиборної агітації – Закон України «Про вибори Президента України» [2], Закон України «Про рекламу» [3].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Політична реклама на білбордах досліджується фрагментарно у контексті вивчення комунікаційних технологій рекламної діяльності, основ політичної реклами та агітації, принципів створення зовнішньої реклами. Класичні моделі такого рекламного візуального повідомлення зустрічаємо у працях Г. Владимирської, С. Лісовського, С. Маріарті, в яких науковці подають структуру, функції, жанрові особливості політичної реклами, її роль в системі електоральних технологій, визначають підходи до розуміння політичної реклами як до частини комунікативного комплексу політичного маркетингу. Є. Ромат, український дослідник з реклами, керівник агентства у сучасному дослідженні розглядає нові тенденції у зовнішній рекламі (out-of-home advertising), рекламі на об'єктах оточуючої інфраструктури (ambient-реклама), на транспорті [8].

Дослідник політолог Р. Мухаєв зосереджує увагу на політичному маркетингу кандидатів, порівнюючи політику не лише з театром, на сцені якого суб'єкти політики грають різні за значимістю ролі: головні, другорядні, епізодичні, але і з ринком, де відбувається особливий обмін товарами і послугами, в якості яких виступають конкретні політики і їх програми. У випадку з політичним маркетингом у якості «фірми» виступає партія, а в якості «товару» – кандидат, якого треба «загорнути в потрібну обгортку» (одяг, манери, публічні дії, політична, економічна, інші програми і ін.) і «успішно продати» виборцям (тобто отримати необхідну для перемоги кількість голосів) [5; 630].

Політична реклама у виборчій кампанії передбачає не стільки роботу з виборцями, скільки роботу з кандидатами, спрямовану на створення «ідеального образу», який збігався б з очікуваннями та інтересами виборців. Цей спосіб впливу на виборця спирається на поєднання символічної і реальної дійсності.

До найбільш значущих питань при здійсненні політичної реклами відносяться:

- 1) що ми хочемо передати, щоб це легко запам'ятовувалось;
- 2) яким чином варто доносити інформацію до виборця (стиль, інтонація, засоби – аудіо, відео);
- 3) де розмістити рекламне повідомлення, щоб його побачило якомога більше виборців при мінімальних витратах на розташування.

Головним завданням політичної реклами є переконання виборців у необхідності обрання пропонованого кандидата [7].

Українські політики щодня витрачають мільйони гривень на саморекламу. Передвиборча агітація 2019 знов стала приводом для суперечок в колах медіаюристів з приводу дочасної пропаганди. Так деякі політики почали розміщувати зовнішню рекламу на білбордах набагато раніше, ніж була подана заява до ЦВК. Білборд, рекламний щит (англ. billboard) – вид зовнішньої реклами у вигляді щита, що встановлюється зазвичай уздовж вулиць, трас.

Дослідники вважають масштабні візуальні форми зовнішньої реклами одним з найбільш популярних і ефективних типів друкованої політичної реклами. Її характерні риси – великий формат, перевага візуального ряду над вербальним, повнокольорове виконання звернення. Цей вид орієнтований переважно на емоційний вплив, в його основі зоровий образ, метафора, вони тут ставляться на перше місце: не зображення ілюструє текст, а текст доповнює зображення, спрямовує у певне русло те почуття, яке зоровий образ збуджує в людині. Дія рекламної ідеї розрахована на тривалий час і багаторазове використання [4].

Згідно Закону України «Про вибори Президента України», статті 57 «Строки проведення передвиборної агітації», *передвиборна агітація розпочинається кандидатом на пост Президента України наступного дня після дня його реєстрації Центральною виборчою комісією і закінчується о 24 годині останньої п'ятниці перед днем виборів* [2]. Спостерігаємо, що лідери рейтингів на пост президента займалися ПР діяльністю набагато раніше. Проте зміст слоганів політиків мав не відкритий агітаційний характер.

Наприклад, білборди Володимира Зеленського із слоганом – *«Президент – слуга народу. Як не крути»* – містять лише натяк на його причетність до передвиборчої агітації. Розраховано на те, що асоціативне мислення виборця ідентифікує образ політика з афішою відомого однойменного серіалу (Мал.1).



(Мал.1.)

Дизайн білборду Петра Порошенка, на якому сформульовані загальнолюдські безпрограшні цінності людини і акцент на найболючіше – армію – також не має нічого спільного із класичним закликком зробити свій вибір. Йдеться про білборд із зображенням Володимира Великого і слоганом: *«Армія боронить нашу землю, мова боронить наше серце, віра боронить нашу душу»* (Мал.2.)



(Мал. 2)

Політичну рекламу можна розглядати як одну із сфер рекламної діяльності разом з економічною, соціальною, юридичною, конфесійною, особовою рекламою, рекламою послуг, міжособистісних відносин і т. ін.

Потенційні кандидати рекламують себе задовго до встановленого законом терміну і така реклама є комерційною. Це означає, що її публікують згідно з Законом «Про рекламу» [3], і замовник не зобов'язаний оприлюднювати джерела її фінансування. Подібна інформація публічна лише тоді, коли замовляється політичною партією [6].

Розуміння аудиторією кандидата відбувається шляхом співвіднесення вже відомої інформації з новою. Якщо виборцям відома пропонована інформація, то ефект впливу не буде високим. Крім того, розуміння цілей і програми кандидата здійснюється через виявлення в ній найбільш важливої, стрижневої ідеї, навколо якої будується вся кампанія. Для кращого запам'ятовування головну ідею найкраще висловити в слогані (девіз або гасло). Цим досягається ефект впізнаваності кандидата [7].

Політична риторика деяких кандидатів цього разу відрізняється лаконічністю. Білборд з єдиним написом «*Наступний*» Андрія Садового швидко запам'ятовується, не має жодних закликів. Втім, зрозуміло про що йдеться, але закону політик не порушує, розповсюджуючи білборди по всій країні довчасно (Мал. 3).



(Мал. 3)

Маніпулятивні техніки в масових інформаційних процесах використовують не лише під час зустрічей або у виступах у ЗМІ. Основний меседж рекламного плакату також є потужним інструментом впливу, якщо сформулювати його використовуючи прийоми інформаційно-психологічного впливу. Серед найвідоміших технік «азбуки пропаганди», що використовують і українські політики спостерігаємо такі:

1. «Приклеювання або навішування ярликів» – (name calling);
2. «Сяючі узагальнення» або «блискуча невизначеність» – (glittering generality);
3. «Перенесення» або «трансфер» – (transfer);
4. «Посилання на авторитети», «за рекомендацією», «свідчення» або «засвідчення» – (testimonial);
5. «Свої хлопці» або «гра в протонародність» – (plain folks);
6. «Перетасовування» або «підтасовка карт» – (card stacking);
7. «Загальний вагон», «загальна платформа» або «фургон з оркестром» (band wagon) [1].

Часто гасло може бути беззмістовним, проте емоційно насиченим і краще забезпечує ефект впізнаваності. Головне з точки зору пропагандистського впливу – основна

ідея повинна відповідати нагальним очікуванням виборців і переконанням самого кандидата [7].

Так, наприклад, класичні гасла, де президент асоціюється із силою, розумом, стабільністю, чесністю, зустрічаємо майже у всіх кандидатів. Кожного разу експерти і аналітики наголошують на плагіаті слоганів і гасел. Проте вищезазначений маніпулятивний прийом «сяючі узагальнення» або «блискуча невизначеність» – (glittering generality) – один із улюблених серед PR-ників.

Цей прийом заснований на експлуатації позитивних почуттів та емоцій людей до певних понять і словами, наприклад, таким як «свобода», «демократія», «патріотизм», «співдружність», «світ», «щастя», «любов», «успіх», «перемога», «здоров'я» і т.п. [1].

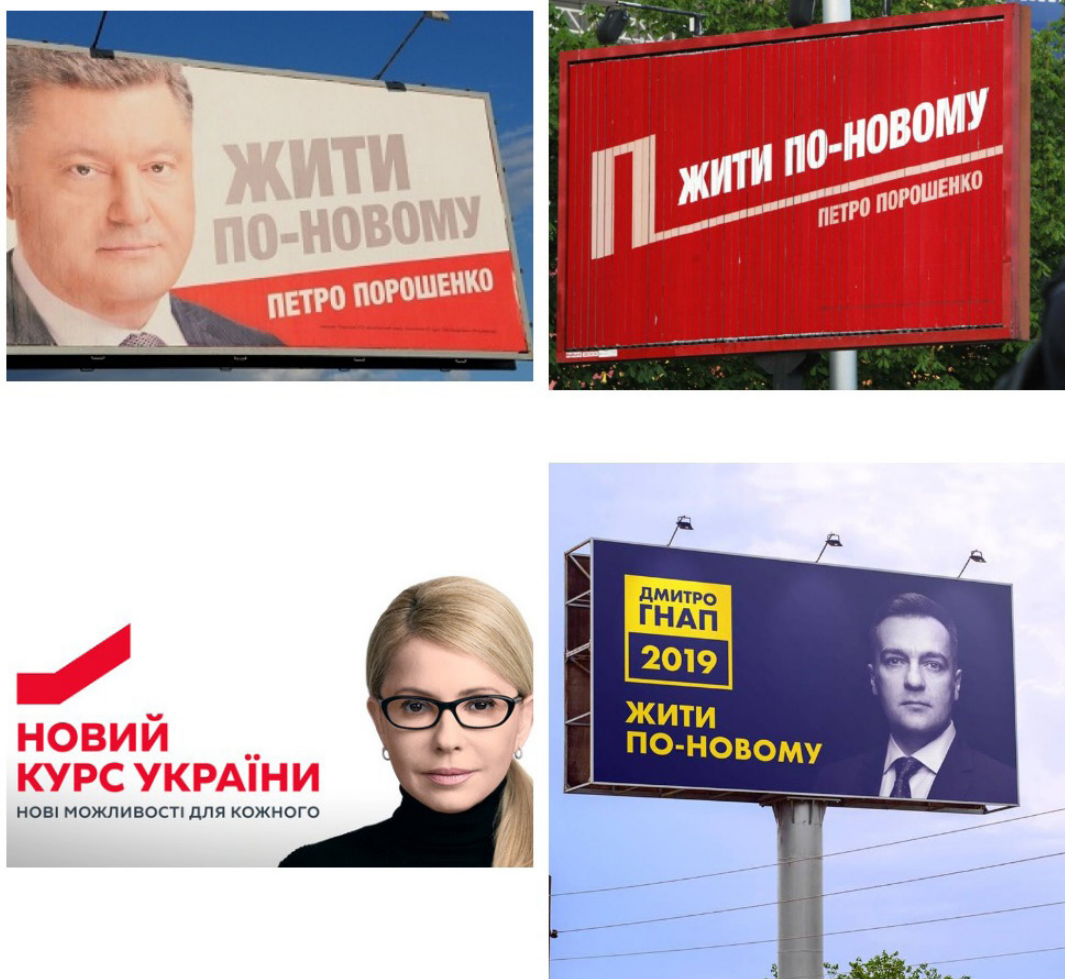
Популярним є акцент на слові «сильний». У рекламній кампанії 2019 позитивні почуття та емоції завдяки обіцянкам проявити силу і міць намагався викликати Олег Ляшко із закликом «Сильний президент – порядок в країні». Проаналізувавши використання цієї асоціації з іншими політиками, бачимо, що до неї вдавались раніше і російські президенти В. Путін («Сильный президент – сильная Россия», 2018), Б. Єльцин («Сильный президент – сильная Россия», 1996), а також кандидат в президенти С. Тігіпко («Сильний президент – сильна країна», 2010) (Мал. 4).



(Мал. 4)

Також серед популярних гасел останніх років, які політики використовують, незважаючи на те, що слоган давно позбавлений новизни – це використання слів і словос-

получень «новий», «по-новому». Маніпуляція полягає в тому, що на сьогодні в країні є коло дуже гострих проблем, в тому від конфлікту, зубожіння народу. Більшість прагне змін на краще. В нашій країні на сьогодні актуальні гасла, пов'язані зі змінами, чесністю, сильним лідером. У сучасних політичних гаслах бачимо чимало спроб задовольнити очікування народу. Протягом декількох останніх років «новий», «по-новому» (кампанія П. Порошенка, 2014) звучать у рекламній кампанії, і в 2019 році це не стало виключенням (кампанія Ю. Тимошенко 2019, Д. Гнапа, 2019) (Мал. 5).



(Мал. 5)

Отже, психологічні методи впливу є важливим елементом у білбордовій політичній рекламі. Часто образ політика створюють не на основі діяльності кандидата або в результаті вивчення політичної програми та аналізі фактів. Пересічний громадянин найчастіше буде уявлення про політика на основі його сформованого образу, іміджу, створеного PR-фахівцями. Вони конструюють бажаного героя для аудиторії. Найпростіший метод – «пряме навіювання» – прямий стимул для виборця проголосувати за кандидата за зовнішнім виглядом, або іменем кандидата, часто із закликом до певної дії.

Серед маніпулятивних технологій часто застосовують прийом «свої хлопці» або «гра в простонародність» – (plain folks).

У передвиборчій президентській кампанії таким «своїм хлопцем» залишається Олег Ляшко. Візуальний ряд політика наповнений різними ампула. У цей ряд варто

віднести і кандидата, що вперше бере участь у політичних баталіях, Володимира Зеленського (Мал. 6).



(Мал. 6)

Отже, принципи впливу візуальної інформації з білбордів, ефективні методи композиції та креатив влучних слоганів – процеси, які наразі досить активно досліджуються працівниками політичної PR галузі.

Спостерігаємо зміни у тенденціях формулювання гасел та побудови картинки у порівнянні із попередніми передвиборчими кампаніями. Проте методи навіювання, психологічного впливу, маніпуляцію контентом залишаються актуальними в матеріалах передвиборної агітації у період президентських виборів 2019 року.

Відзначимо популярність білбордів із іміджевим контентом, який покликаний викликати асоціативні спогади у виборця. Політики рідше застосовують прямі звернення і заклики, розставляють акценти своєї кампанії і будують інформаційні повідомлення зовнішньої реклами навколо них. Ймовірна причина – відповідність дій політичної агітації з основними положеннями законодавчої бази і бажання здійснювати дочасну агітацію. Мова сучасних білбордів лаконічна, проте спектр мовленнєвих методик впливу на аудиторію доволі широкий, що свідчить про розвиток сучасної політичної комунікації.

Подальші дослідження пов'язані із аналізом результатів впливу на виборців матеріалів агітаційного характеру і відповідність дій політиків чинному законодавству у галузі політичного маркетингу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Грачев Г. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия [Электронный ресурс] / Г. Грачев, И. Мельник – Режим доступа до ресурсу : <http://evartist.narod.ru/text3/72.htm>
2. Закон України «Про вибори Президента України» від 5 березня 1999 р. № 474-XIV [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/474-14>. – Назва з екрана.
3. Закон України «Про рекламу» від 03.07.96, ВВР, 1996, N 39, ст. 182 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>. – Назва з екрана.
4. Лисовский С. Политическая реклама [Текст] / С. Лисовский. – М. : ИВЦ «Маркетинг», 2000. – 119 с.
5. Мухаев Р. Политология / Р. Мухаев. – М: Юрайт, 2014. – 703 с.
6. Патрікеєва Н. Дочасна агітація: збільшити рейтинги і приховати фінанси [Электронный ресурс] / Наталія Патрікеєва – Режим доступа до ресурсу : <https://vybory.pravda.com.ua/articles/2019/01/30/7149847/>
7. Політична реклама [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу : https://stud.com.ua/57051/politologiya/politichna_reklama.
8. Ромат Е. Реклама : практическая теория : [для бакалавров и магистров] / Е. Ромат, Д. Сендеров. – 9-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2016. – 542 с.

Кияшко Ю.П. Использование манипулятивных технологий в политических слоганах предвыборных билбордов

Статья содержит основные тенденции оформления политических билбордов в предвыборной президентской кампании. Представлена характеристика манипулятивных приёмов в политической рекламе кандидатов в президенты 2019 года.

Ключевые слова: билборд, имидж, манипуляция, политическая реклама, слоган.

Kiyashko Y.P. Perception of audiovisual images in TV news by men and women.

The article contains the main trends in the design of political billboards in the presidential election campaign. Characterization of manipulative techniques in the Political Advertising in Presidential Elections in 2019 is presented in the article

Key words: billboard, image, manipulation, political advertising, slogan.

*Лисенко Лариса,
Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека імені І. П. Котляревського,
головний бібліотекар відділу обслуговування
користувачів*

РОЛЬ БІБЛІОТЕК У ОРГАНІЗАЦІЇ МЕДІАОСВІТИ ВПРОДОВЖ ЖИТТЯ

***Анотація.** Статтю присвячено актуальній темі дослідження ролі бібліотек в організації медіаосвіти впродовж життя. Бібліотеки як потужні інформаційні установи та некомерційні осередки громади можуть активно взаємодіяти із закладами освіти щодо медіаосвіти та медіаграмотності. Медіаосвітня діяльність бібліотек сприяє свідомому споживанню інформації і відповідає етичним нормам працівників бібліотек. Автор висвітлює основні напрями здійснення медіаосвіти в бібліотеці та акцентує увагу на підготовці персоналу бібліотек для проведення медіаосвітніх заходів.*

***Ключові слова:** освіта впродовж життя, бібліотека, медіаосвіта, медіаграмотність, позашкільна медіаосвіта, медіаосвіта для дорослих, кодекс етики бібліотекаря.*

***Постановка проблеми.** Освіта впродовж життя – важлива соціальна практика, потреба в якій виникла у зв'язку із прискоренням процесу старіння знань. Людина, яка функціонує в сучасному мінливому світі, потребує щорічного оновлення теоретичних і професійних знань у середньому на 5 і 20 % відповідно [7]. Проблема освіти впродовж життя стосується не тільки професійної та теоретичної підготовки індивіда. Важливим напрямом безперервної освіти є оновлення знань щодо процесів, які відбуваються в сучасному інформаційному просторі країни, оскільки поява нових джерел доступу до інформації та перенасиченість інформаційного простору створює сприятливі умови для різноманітних маніпуляцій свідомістю людини. З огляду на це бібліотека як одна з потужних інформаційних інституцій має долучатися до процесу оновлення медіазнань громадян України впродовж життя. Бібліотечні заклади, трансформуючись і розвиваючись разом із суспільством, беруть на себе роль громадських освітніх, інформаційних, культурних, просвітницьких, соціальних центрів тощо.*

***Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Роль бібліотеки в системі освіти впродовж життя висвітлюється у працях О. Каращук, В. Керманіди, Т. Миськевич, В. М.*

Шейко, Г. О. Холодного, П. Г. Давидова та інших сучасних дослідників. Однак питання ролі бібліотек в оновленні медіазнань і формування медіаграмотності розкрито у працях сучасних науковців набагато менше. Т. Гранчак зазначає: «Щодо бібліотечного середовища, то, попри чисельні практичні напрацювання, теоретичного осмислення і узагальнення бібліотечних підходів до формування медіаграмотності, її значення в бібліотечній діяльності на рівні фахових наукових публікацій поки що не відбулося» [1, С. 41]. З огляду на це особливо цікавими є праці В. Шуляра, Т. Гранчак, Л. Гуменюк і В. Потапової, О. Вестерінена.

Постановка завдань дослідження. Метою нашого дослідження є визначення основних напрямів діяльності бібліотек з організації медіаосвіти впродовж життя та висвітлення практичного досвіду з організації медіаосвіти в процесі комунікативно-соціальної діяльності бібліотек (на прикладі роботи Полтавської обласної наукової універсальної бібліотеки імені І. П. Котляревського).

Виклад основного матеріалу.

На початку ХХІ століття поняття «інформаційне суспільство», його різні інтерпретації увійшли в лексикон не лише фахівців у галузі інформатизації та суспільствознавства, але й різних сфер знань, журналістів і політичних діячів. [2]. Стрімкий розвиток і вдосконалення інформаційних технологій створюють нові виклики перед сучасним людством. Одним із таких викликів є перетворення інформації на інструмент цілеспрямованого та потужного впливу на свідомість індивіда. Поширеними явищами сьогодення стали таблоїдизація мас-медіа, перекручування, викривлення контексту фактів, акцентування на негативній інформації [5, С. 260].

Такий стан речей формує сталі інформаційно-психологічні загрози, і коли вони накладаються на широкий спектр психічного розладу населення, то виникають серйозні наслідки, які катастрофічно впливають на інформаційно-психологічну безпеку суспільства та держави [6, С. 58].

З огляду на це зростає увага до формування свідомого споживання інформації, медіаосвіти широких верств населення на міжнародному та державному рівнях.

За останнє десятиліття на міжнародному рівні було прийнято низку документів. Згадаймо кілька найбільш значущих:

- Декларація ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності (Fez, Марокко, 2011);
- Паризька декларація ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в цифрову епоху (Paris, 2014).

Україна також долучилася до цього процесу. 21 квітня 2016 року Президія Національної академії педагогічних наук України схвалила нову редакцію «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні», в якій зазначається, що взаємодія закладів освіти із зацікавленими відомствами та громадськими організаціями з питань медіаосвіти здійснюється на всіх рівнях [4].

Бібліотеки як традиційні інформаційні установи та загальнодоступні некомерційні осередки громади мають бути залучені до взаємодії із закладами освіти щодо формування медіаграмотності серед різних верств населення України. Вони можуть співпрацювати в напрямі позашкільної медіаосвіти, яка спрямована на розвиток способів творчого самовираження особистості, має супроводжувати шкільну медіаосвіту, підсилювати її ефект і базується переважно на діяльності позашкільних навчальних закладів, публічних (зокрема спеціалізованих дитячих) бібліотек, громадських організацій, на волонтерських і комерційних засадах; охоплює медіаосвіту батьків, сімейну

медіаосвіту, використовується в межах психотерапевтичної і психолого-консультаційної допомоги.

Ще одним напрямом такої співпраці є медіаосвіта дорослих, яка є необхідною складовою інформаційної безпеки держави в умовах зовнішньої інформаційної агресії і пропаганди, сприяє стійкості населення до деструктивних медіаінформаційних впливів [4].

Долучаючись до процесу медіаосвіти упродовж життя, бібліотеки можуть нівелювати антагонізм між кумулятивною (накопичувальною), навчальною і виховною функціями.

Адже кумулятивна (накопичувальна) функція бібліотеки передбачає формування, накопичення, систематизацію, аналітико-синтетичну обробку й організацію збереження документальних ресурсів незалежно від їх ідеологічного характеру, однак певні документи мають відверто ідеологізований і маніпулятивний зміст, тому їх небажано використовувати з навчальною чи виховною метою.

Отже, формуючи свідоме споживання інформації, що ґрунтується на критичному мисленні, сучасні бібліотеки певною мірою убезпечують себе від обмежень і впливів щодо формування бібліотечних фондів (йдеться про практику «спецсховищ» і фізичного знищення документів, які не відповідають певній ідеології).

Участь у формуванні медіаграмотності упродовж життя відповідає вимогам професійної етики бібліотечних працівників і всіх, хто забезпечує бібліотечно-інформаційне обслуговування в умовах розбудови демократичної незалежної України. В положеннях Кодексу етики бібліотекаря, який було затверджено Конференцією Української бібліотечної асоціації 30 травня 1996 року визначено:

- дотримання загальнолюдських принципів моралі, гуманізму, плюралізму думок, поваги до особистості як вищої цінності суспільства незалежно від соціального стану, віросповідання, національності, статі, віку, політичних поглядів тощо;
- повагу до людської гідності та реалізацію права особи на отримання інформації;
- дотримання принципів інтелектуальної та інформаційної свободи;
- протистояння спробам чинити цензуру читання і формування фондів бібліотек [3].

З метою формування медіаграмотності у громадян України протягом життя бібліотекарі можуть здійснювати традиційне інформування, яке ґрунтується на нейтральних жанрово-видовому чи тематичному підходах [1, С. 41].

Також формування медіаграмотності може відбуватися завдяки комунікативно-соціальній діяльності бібліотек, коли основними формами медіаосвіти в бібліотеці є: тренінги з медіаграмотності, медіаосвітні уроки, інформаційні години з медіаграмотності тощо.

До здійснення комунікативно-соціальної діяльності в напрямі медіаосвіти бібліотеки можуть залучати волонтерів, представників громадських організацій, інших зацікавлених осіб, які мають спеціальну підготовку для проведення подібних занять. У цьому разі вони є лише майданчиками для медіаосвітніх заходів, і така позиція бібліотек є дещо пасивною. Більш дієвим напрямом залучення бібліотек до формування медіаграмотності громадян є підвищення професійної компетенції бібліотекарів шляхом їх участі у тренінгах, семінарах, конференціях із питань медіаосвіти та медіаграмотності.

Наявність серед персоналу підготовлених тренерів із медіаграмотності дозволить бібліотекам вести постійну і планомірну роботу щодо медіаосвіти, яка може охоплювати не тільки користувачів бібліотеки, але й більш широкі верстви громади.

Маючи достатню кількість підготовлених фахівців, бібліотеки можуть створювати школи медіаграмотності, які матимуть розклад занять і спеціально розроблені програми для окремих цільових груп. Заняття з медіаграмотності можна проводити не тільки в приміщенні бібліотеки, але в інших установах.

З-поміж цільових груп, із якими може співпрацювати бібліотека в напрямі медіаосвіти, особливу увагу слід приділяти людям старшого віку, безробітним, внутрішньо переміщеним особам. Саме ці категорії громадян України є найбільш вразливими в соціально-економічному відношенні і потребують медіазнань.

Тому бібліотеки мають тісно співпрацювати з центрами зайнятості, територіальними управліннями соціального захисту, громадські організації внутрішньо переміщених осіб, складати спільні графіки щодо проведення занять з медіаосвіти.

Звернемося до практики роботи Полтавської обласної універсальної наукової бібліотеки імені І. П. Котляревського (далі ПОУНБ імені І. П. Котляревського) щодо медіаосвіти та поширення медіаграмотності.

Робота з поширення медіаграмотності є одним із пріоритетних напрямів Бібліотеки. Працівники ПОУНБ імені І. П. Котляревського орієнтовані на безперервну освіту впродовж життя і мають змогу брати участь у тренінгах для тренерів із медіаграмотності, зокрема в тих, які проводяться за сприяння Академії української преси (АУП) – неприбуткової, неурядової та незалежної організації та у внутрішньобібліотечних навчаннях для співробітників із питань медіаграмотності. Співпраця ПОУНБ імені І. П. Котляревського з IREX.UA дозволила долучитися до участі у Всеукраїнському занятті з медіаграмотності «Не віррр-перевіррр», яке проходило в рамках проекту «Вивчай та розрізняй».

Здійснюючи медіаосвітні заходи, Бібліотека співпрацює зі шкільними закладами та закладами вищої освіти міста Полтави.

Досить цікавим є досвід співпраці з користувачами Полтавського обласного Центру зайнятості в рамках реалізації проекту з протидії торгівлі людьми «Людина Не на продаж». Учасники тренінгів отримували інформацію про те, як перевірити надійність роботодавця, уникнути пасток трудового рабства, до яких потрапляють люди в пошуках роботи за фейковими оголошеннями.

Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.

З огляду на те, що бібліотеки, трансформуючись в умовах мінливого світу, набувають ролі центрів безперервної освіти, вони можуть активно долучатися до процесу організації медіаосвіти впродовж життя, виступаючи партнерами освітніх закладів. Здійснюючи медіаосвітню діяльність, бібліотеки виховують користувачів, які мають навички критичного мислення та свідомого споживання інформації, таким чином забезпечуючи реалізацію положень «Кодексу етики бібліотекаря» та забезпечуючи себе від обмежень і цензури.

Основними формами медіаосвіти в бібліотеках є традиційне інформування, яке ґрунтується на нейтральних жанрово-видовому чи тематичному підходах, а також формування медіаграмотності в процесі комунікативно-соціальної діяльності бібліотек.

Незважаючи на зростаючу роль бібліотек у поширенні медіазнань і значні практичні напрацювання, цей напрям їх діяльності потребує ширшого дослідження та формування бібліотечних підходів до медіаосвітніх процесів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гранчак Т. Бібліотечно-інформаційна діяльність і медіаграмотність. Вісник книжкової палати. 2018. № 3. С. 40–43.
2. Інформаційне суспільство. Енциклопедія сучасної України : веб сайт. URL: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=12462 (дата звернення 17.03.2019).
3. Кодекс етики бібліотекаря. Затверджено конференцією Української бібліотечної асоціації 26 листопада 2013 р. Українська бібліотечна асоціація : веб сайт. URL: https://ula.org.ua/fileadmin/uba_documents/others_documents/doc_for_ubadoc/Code_of_Professional_Ethics_2013_Edited_Nov26.pdf (дата звернення 17.03.2019)
4. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). Detector medi : веб сайт. URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/ (дата звернення 17.03.2019).
5. Литвиненко О. В. Медіаграмотність громадян в контексті гібридних воєн: приклад України. Young Society. 2018. № 3. 2018. С. 259–262.
6. Нерсисян Г. А. Медіаграмотність молоді – запорука протидії інформаційній агресії. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 6. С. 56–60.
7. Освіта протягом життя: світовий досвід і українська практика. Аналітична записка. Національний інститут стратегічних досліджень : веб сайт. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/252/> (дата звернення 17.03.2019).

***Аннотація.** Стаття посвячена актуальній темі дослідження ролі бібліотек в організації медіаосвіти впродовж життя. Бібліотеки як потужні інформаційні установи та некомерційні осередки суспільства можуть активно взаємодіяти з навчальними закладами в питаннях медіаосвіти та медіаграмотності. Медіаосвітня діяльність бібліотек сприяє свідомому споживанню інформації та відповідає етичним нормам працівників бібліотек. Автор освітлює основні напрями реалізації медіаосвіти в бібліотеці та акцентує увагу на підготовці персоналу бібліотек для проведення медіаосвітніх заходів.*

***Ключевые слова:** освіта впродовж життя, бібліотека, медіаосвіта, медіаграмотність, позашкільна медіаосвіта, медіаосвіта для дорослих, кодекс етики бібліотекаря.*

***Summary.** The article is devoted to the actual topic of researching the role of libraries in organizing media education throughout life. Libraries, as powerful information institutions and non-profit community centers, can actively interact with media education and media literacy institutions. The media education activity of libraries promotes*

informed consumption of information and corresponds to the ethical standards of librarians. The author highlights the main directions of media education in the library and focuses on the training of library staff for media education events.

Key words: *life-long education, library, media education, media literacy, out-of-school media education, media education for adults, librarian ethics code.*

Михальчук Л. М.

ЦИФРОВА КРЕАТИВНІСТЬ або ТВОРЧО МИСЛЯЧИЙ БІБЛІОТЕКАР

Стаття присвячена питанням розвитку професійних компетенцій бібліотечних фахівців, які повинні бути набагато більш обізнаними з тенденціями в цифровому світі та здатні застосовувати технології у творчих та інноваційних способах вирішення складних завдань. Йдеться, насамперед, про застосування технології веб 3.0 у неформальній бібліотечній комунікації, цифрових сервісів для створення та поширення бібліотечних інформаційних продуктів.

Ключові слова: *медіаграмотність, технології веб 3.0, цифрові ресурси, інформаційний менеджмент, компетенції, креативність, творче мислення.*

Основа всіх змін, що відбуваються в діяльності бібліотек - розумне використання нових технологій в усіх сферах її діяльності і використання їх не замість, а разом з книгою, для того, щоб посилити зв'язок між читанням і дітьми.

Бібліотека – це місце з'єднання ресурсів, тут перетинаються інформація, технології, освітні потреби, соціальна активність. Бібліотекарі займаються поширенням інформації в Інтернеті, використовують Інтернет для особистого спілкування, застосовують веб для професійного навчання.

Компетенції для професіоналів бібліотеки у цифровому середовищі

Застосування веб-технологій в бібліотечній діяльності принесли величезні зміни в роботу бібліотекарів і вимагають володіння різними цифровими інструментами.

Цифрові компетенції - це не тільки знання комп'ютерних технологій, це й сукупність здібностей, особливостей характеру і поведінки, які дозволяють людині зрозуміти, як працюють інформаційні та комунікаційні технології, для чого вони потрібні і, як вони можуть бути застосовані для досягнення конкретних цілей.

У книзі Тіма Гудвіна «Цифровий дарвінізм» вільне володіння цифровими технологіями визначається як здатність застосовувати технології у творчих та інноваційних способах вирішення складних завдань. Розуміння поняття «цифрові компетентності» настільки різноманітне, що не існує загального узгодженого визначення. Це викликано постійним і швидким розвитком технологій, що створюють нові цілі і стосується ІТ-освіти, формування медіа, формування інформації тощо. Воно змінюється в ногу з технологічним розвитком, оскільки суспільство визнає нові потреби у навичках. За-

гальним для всіх є те, що це вже не питання доступу та використання технологій, а здатність використовувати їх у значущих сферах - для життя, роботи та навчання.

Можна вважати, що ви здобули цифрову компетентність тільки тоді, коли ви розумієте, як використовуєте свої цифрові навички та демонструєте цифрову освіту у своїй діяльності. Цифрова освіта - це частина компетентності цифрових технологій, яку можна виразити як: *цифрова освіта + цифрові навички = цифрова компетентність*.

Мова не йде про те, що кожен співробітник бібліотеки повинен бути чудовим програмістом, а про те, що він повинен постійно досліджувати, як змінюються медійний світ бібліотек та уподобання і смаки користувачів. Фахівці бібліотек повинні розвиватися відповідно до розвитку нових технологій, з одного боку, і очікувань користувачів, з іншого. Сучасні бібліотекарі, дійсно, продовжують рости, вчитися і адаптуватися до реалій часу через взаємодію з читачами – цифровим поколінням дітей, студентів, креативними викладачами. Що ще більш важливо - це необхідність включення безперервного професійного розвитку в повсякденну практику бібліотечних фахівців. Тільки зберігаючи власну цікавість до навчання, можна збудити зацікавленість бібліотекою найвимогливіших користувачів.

Щоб впоратися з новими викликами в цифровому середовищі, фахівцям бібліотеки необхідно вивчати, вдосконалювати та розвивати різноманітні професійні навички та знання. Акцентами у навчанні 21 століття є не тільки цифрові навички, а й інформаційна грамотність, критичне мислення, робота в команді, мистецтво вирішення проблем, уміння приймати рішення, будувати партнерські стосунки, креативність та творче мислення. На часі бібліотекарям бути сміливими, творчими та цікавими.

Чому творче мислення?

Коли ми стикаємось з будь-яким викликом, ми спочатку знаходимо знайоме рішення. Але що робити, коли одразу очевидно, що шлях вперед вже неможливий або не ефективний, або ваша команда не має ідеї, або ви просто хочете по-новому поглянути на те, що ви робите? Якщо ви зацікавлені в тому, щоб знайти для кожної проблеми унікальне рішення, треба заохотити колектив подумати «що, якщо...?», підвищуючи потенціал творчого мислення новими перспективними та ефективними способами роботи.

Творчість не є невловимою якістю і не є визначною рисою геніїв. Натомість, йдеться про можливість розвивати творче мислення в команді, розглядаючи проблеми з різних точок зору та генерувати багато інноваційних рішень – «мозковий штурм» - і деякі з цих рішень вже перетворити на реальні ідеї. Поєднання загальної дискусії в групі з методами «мозкового штурму» – це один з кращих способів отримання безлічі ідей, оскільки різні люди володіють різними стилями мислення і життєвим досвідом. Має бути покроковий рух впровадження теоретичних принципів і практичних інструментів для роботи в команді, який з часом принесе свіже мислення і креативні ідеї.

«*Мозковий штурм*» (або «злива ідей», генерування ідей, англ. brainstorming) — популярний метод висування творчих ідей у процесі розв'язування наукової чи технічної проблеми, сеанси якого стимулюють творче мислення. Автор креативної техніки, що отримала назву мозковий штурм - Алекс Осборн — відомий американський діяч в галузі реклами.

Які кроки потрібно зробити для процвітання інновацій в вашій бібліотеці?

Світ знаходиться на межі нової ери цифрової трансформації, не зважаючи на це, ще багато культурних інституцій не готові конкурувати або, навіть, брати участь у цій глобальній трансформації.

Американський індустриальний провокатор та інноваційний лідер Том Гудвін, який бачив, як компанії, начебто побудовані на міцних фундаментах, були вражені стартапами, що приносять нові ідеї, нові продукти та послуги, стверджує, що якщо компанії не стануть реальними щодо цифрових технологій і не вбудують їх в серце всього, що вони роблять, вони залишаться позаду. У своїй книзі «Цифровий дарвінізм» він пояснює, чому нові технології майже завжди не одразу позитивно сприймаються, але ті, хто швидко впорається з ними, швидко отримують величезну перевагу. Такі компанії поставили під сумнів традиційне мислення та виходять за рамки існуючих теорій цифрової трансформації. Вони роблять те, що ніколи раніше не було можливим, незважаючи на відсутність досвіду.

Ми часто думаємо, що проблеми, з якими ми стикаємося, не можна вирішити, тому що вони завжди були проблемами. Проте, якщо переформувати проблеми на питання, можна заохотити працівників мислити та шукати рішення: «ми не маємо грошей» - «як ми можемо генерувати дохід?», «у нас немає часу» - «як ми можемо змінити робочі моделі, щоб вивільнити більше часу / визначити пріоритети?». Коли ми змінюємо підхід до завдання, ми змінюємо наше мислення, думаючи про речі по-іншому, і знаходимо можливість це подолати. Невеликі зміни, які ми можемо зробити самі, дійсно можуть вплинути на пошук творчого рішення.

На жаль, ще й досі існує проблема з нововведеннями в бібліотечній індустрії. Бажання креативних менеджерів бібліотек впровадити інновації, розширити та вдосконалити бібліотечні навички працівників, зустрічають наполегливе небажання щось змінювати та, головне, змінюватись. Інноваційні ідеї відкидаються, зазвичай, співробітниками літнього віку з досвідом традиційних форм роботи, які вже не продукують нових ідей, натомість ще впливають на думку молодих колег.

Як менеджерам бібліотеки вирішувати цю проблему? Очевидно, недостатньо залучати нових працівників з новими способами мислення і новими навичками. Необхідно також інвестувати в існуючий персонал, якщо ми хочемо побудувати культуру творчості, що цілеспрямовано вплине й на інновації.

Ось 5 речей, які, на мою думку, підкріпленою досвідом, можуть спробувати зробити всі бібліотеки, щоб мотивувати творчий розвиток працівників і дозволити інноваціям процвітати в колективі.

1. Час. Важливо виділити регулярний час для творчих занять бібліотекарів. Цей запланований час повинен бути мікрокерованим - мати певний порядок денний, бути очолений фахівцем, бажано членом команди, орієнтованим на виконання завдань. Цей творчий час може бути для навчання, гри, головне продуктивним і з кінцевим результатом – рефлексією та інновацією, можливо, пілотом або новими навичками. Всі найкращі ідеї з кожної творчої сесії можуть бути використані в практичних маркетингових цілях бібліотеки. Сенс в тому, щоб зробити креативний час звичкою для бібліотекарів.

2. Встановіть межі. В бібліотеках існує реальність: обмежені ресурси, бюджет, наші стратегічні плани, стандарти - це межі, які можна розглядати негативно. Але сьогодні бібліотекарі можуть і працюють «в межах меж». Керівники бібліотек повинні на-

дихати на творчість і нагадувати персоналу, що рідко в житті ми маємо все, чого ми бажаємо, що межі та бібліотечна реальність не є перепорою для народження ідей, і ми можемо бути креативними та новаторськими.

3. Визначте мету. Отже, де фокус вашої бібліотеки? Бібліотекам потрібно дивитися за межі власного простору і бачити свою бібліотеку різними очима та з різних точок зору. Потрібно зосередитись не на рівні мікроуправління конкретними внутрішньо бібліотечними проектами, а на цільовому рівні, де інновації та творчу практику, що дійсно створюють зміни в бібліотеці, відчувала та оцінила громада.

4. Визначте пріоритети. Ще одним важливим уроком для мене, як керівника було те, що колектив, на жаль, не готовий справлятися, коли здійснюється занадто багато змін одночасно. В такій ситуації визначення пріоритетів є важливим моментом і стосується реалій меж, з якими стикаються бібліотеки щодня. Але знову ж таки це не привід нічого не робити. Менеджери бібліотек повинні бути прозорими щодо цих пріоритетів і причинами вибору ідеї над іншою, але важливо, щоб вона була втілена до кінця. Дозвольте працівникам висунути свої ідеї, щоб створити прозору практику у прийнятті рішень. Це також дає вам різні точки зору того, що важливо для діяльності установи, а не тільки того, що важливо для персоналу. Якщо це пілотний проект, не забудьте також встановити дату закінчення та вимоги оцінки. Така практика також важлива для прийняття рішення про припинення дії проекту, який більше не є актуальним.

5. Скажіть «так». Важливо, щоб команда лідерів сказала «так» про ідею цієї творчої практики, інакше її втілення не матиме належного результату.

Що буде далі?

Ніколи раніше світ не змінювався так швидко. Хоча технології створюють все більш потужні загрози для людей, але надають ще більше можливостей – вже сьогодні високотехнологічні світові бренди використовують технологію гібридної реальності. Майбутнє бібліотек – цифровий простір і це найкращий час для того, щоб прийняти зміни, подивитися в майбутнє, використати уяву і розкрити всю силу нового. І сьогодні менеджери бібліотек приймають виклик і починають впроваджувати творчість у бібліотеках. І це є правильною стратегією для інноваційних змін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мозковий штурм [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Режим доступу: <http://clc.to/wFkGdA>. – Дата доступу: 01 квіт. 2019. – Назва з екрана.
2. Гарагуля С. С. Бібліотека та веб 2.0: зміна фахової парадигми / С. С. Гарагуля // Наукові праці Національної бібліотеки імені В. І. Вернадського. – К., 2012. – Вип. 34. – С. 91–95.
3. Підвищення кваліфікації бібліотечних фахівців у контексті взаємодії бібліотечно-інформаційних структур [Електронний ресурс] : [веб-сайт]. – Режим доступу: <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/984>. – Дата доступу: 01 квіт. 2019. – Назва з екрана.

4. Tim Goodwin's [Электронный ресурс] : [веб-сайт]. – Режим доступа: <http://tomfgoodwin.com/>. – Дата доступа: 01 квіт. 2019. – Назва з екрана.

Lyudmila Mykhalchuk

DIGITAL CREATIVITY OR A LIBRARIAN THINKING OUTSIDE THE BOX

The article is devoted to questions concerning professional competence development of library workers, who have to be much more aware of technology trends and be able to apply these technologies through creative and innovative solutions of difficult tasks. It mainly concerns using of web technology 3.0 in informal library communication, digital services for creation and promotion of library information products.

Key words: *media competence, online services, digital resources, information management, competences, creativity, creative thinking.*

Михальчук Л. М.

ЦЫФРОВАЯ КРЕАТИВНОСТЬ или ТВОРЧЕСКИ МЫСЛЯЩИЙ БИБЛИОТЕКАРЬ

Статья посвящена вопросам развития профессиональных компетенций библиотечных специалистов, которые должны быть гораздо более осведомленными с тенденциями в цифровом мире и способны применять технологии в творческих и инновационных способах решения сложных задач. Речь идет, прежде всего, о применении технологии веб 3.0 в неформальной библиотечной коммуникации, цифровых сервисов для создания и распространения библиотечных информационных продуктов.

Ключевые слова: *медиаграмотность, технологии веб 3.0, цифровые ресурсы, информационный менеджмент, компетенции, креативность, творческое мышление.*

Олена Тараненко

кандидат філологічних наук, доцент,

завідувач кафедри журналістики

Донецького національного університету імені

Василя Стуса

ТРЕНІНГОВІ ВПРАВИ З МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЯК ВІДПОВІДЬ НА СУЧАСНІ ВИКЛИКИ МЕДІАТРАВМУВАННЯ

Статтю присвячено виявленню актуальних тенденцій впливу українських медіа, які найбільше пов'язані з можливістю медіатравмування споживача. У науковій розвідці ці тенденції представлено у кореляції з тренінговими вправами, що спрямовані на нейтралізацію травмуючих впливів.

Ключові слова: *медіатравма, медіаграмотність, тренінгові вправи.*

Постановка проблеми. Необхідність медіаграмотності сьогодні вже не є предметом дискусії, як і саме поняття є сталим і визначеним в сучасній комунікативістиці на тлі суміжних понять медіаосвіти, медіапросвітництва та медіакультури. Актуальні дослідження точаться навколо проблем специфікації всередині галузі, вивчення окремих напрямів і взаємодоповнюючих аспектів медіаграмотності, які ще потребують детального опису, аналізу і класифікації, подібної до здійсненої Олександром Федоровим типології восьми теорій медіаосвіти в світі [8, с.14-16].

Пропонований нами аспект дослідження є одним з напрямів медіаграмотності, а саме таким, що відповідає запиту на захист споживача інформації від шкідливих для його психіки впливів медіа, запиту на протидію так званій «медіатравмі». В українській медіаосвітній науці поняття медіатравмування окремо досліджується в науковій діяльності Лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, Всеукраїнської Асоціації медіапедагогів і медіапсихологів, яку представлено, наприклад, в матеріалах наукової конференції «Медіатравма в умовах інформаційної війни: психологічний та педагогічний аспекти», а також у дослідженнях, представлених на конференціях Академії української преси. У світовій

науці це поняття є найбільш близьким до протекціоністської теорії медіаосвіти, яку ще називають ін'єкційною, щепленевою, теорією захисту тощо.

Метою нашої розвідки є виявлення актуальних тенденцій впливу українських медіа, які найбільше пов'язані з можливістю медіатравмування споживача, та представлення у кореляції до них тренінгових вправ, що спрямовані на нейтралізацію травмуючих впливів.

При цьому традиційний підхід протекціоністської теорії суттєво корегується активністю споживача інформації, який в умовах тренінгової діяльності є не пасивним об'єктом впливу, а активним учасником формування захисних механізмів щодо медіатравми. В описі вправ ми спираємося на «Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів», виданий Академією української преси за підтримки Академії Дойче Велле. Авторка статті є співавтором вказаного посібника.

Аналіз досліджень.

Керівник лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України професор Любов Найдьонова, одна з найбільш авторитетних медіапсихологів країни, детально досліджує психологічні наслідки впливу медіа на свідомість підлітків, зокрема і травматичні, бо «медіа мають значний вплив на сферу стосунків при становленні особистості, задаючи зразки і провокуючи парасоціальні стосунки, що здатні породжувати додаткові психологічні проблеми» [4, с.270]. При цьому медіатравмування трактується не тільки як вплив на свідомість через спонукання до жорстокості, насильства, агресії, суїциду, але перш за все як зміна свідомості загалом: «У життєвому світі дитини починає переважати тенденція просторового руйнування єдності часопростору «тут і тепер»: переживаючи емоції слідом за екранною реальністю, залучаючись до неї без реальної участі, вибудовуючи відносини з медіаперсонажами «там» у віртуальному світі, дитина інтенсивно живе «не тут». Навколишня територіальність віртуалізується, на неї починає переноситися легкість життя «не тут», яка не вимагає особистої участі, дій, докладення зусиль опиратися реальності, відповідальності за її впорядкування і необхідності власних внесків у неї. [4, с.269].

У результатах конференції «Медіатравма в умовах інформаційної війни: психологічний та педагогічний аспекти» представлено визначення і класифікації медіатравми. Ольга Плетка, описуючи медіатравму як один з видів вторинної травми, що поділяється на травму свідка, слухача і глядача, відзначає, що «медіатравма – це травмування психіки через спостереження за подією по іншій бік екрану. Здатність психіки домальовувати подробиці в такому випадку відіграє тотально-саморуйнівну роль. На думку Л. А. Найдьонової людина може настільки залякати сам себе, що стає схильною до фобій і інших патологій сприйняття дійсності» [5]. При цьому найбільша небезпека полягає саме в уявних деталях, домислюванні неіснуючого. «Якщо первинна травматизація відбувається з безпосередніми учасниками події, які пережили, з певними реакціями, загрозу життю або безпеці, то вторинна травматизація властива людям, які були свідками події, але самі в ній не брали участь або спостерігали подію з екранів телевізорів, моніторів. Їх реакції засновані не на реальній загрозі, а на уявленнях про неї. Тобто вторинна травматизація – це феномен проживання події, про яку є мозаїчна інформація і відсутні логічні ланки «домальовує» лімбічна система у вигляді фантазійних ілюзорних новоутворень, прийнятих свідомістю за справжні. Внутрішнє промальовування події набагато яскравіше, страшніше ніж процес проживання самого події, адже подія

закінчилася, а в ілюзіях може тривати скільки завгодно часу, обростаючи новими і новими подробицями, що руйнують психіку» [5].

На думку Олени Вознесенської, специфічною ознакою медіатравми є «задіяність медіа як засобу або джерела травматизації». Прикладами психічної травматизації через інформаційний вплив дослідниця вважає «так звані «фейки» – задалегідь неправдиву інформацію, метою «вкидання» якої в інформаційний простір є виклик певних емоцій (жаху, паніки, агресії), – впливають на емоційний стан та можуть визначати поведінку людини; постійний потік новинних сюжетів, що містять зображення понівечених тіл, руйнованих будинків, поранених, можуть призвести не тільки до пасивності суспільства («опускаються руки»), а й до розвитку депресивних станів, психосоматичних захворювань (кількість інфарктів, інсультів, вегето-судинних захворювань у споживачів новин збільшується під час криз, загострення ситуації, соціально-політичних протистоянь» [1]. Методом пошукового дослідження в фокус-групах Олена Вознесенська виділяє такі типи медіатравми:

- травма, пов'язана з пасивним сприйняттям, яка має два підвиди – травма «Я-очевидець» (сприймання реальних подій через медіа-пристрої – війни, смерті, стихійного лиха, техногенних катастроф) та вплив на психіку та стан людини аудіовізуальних медіапродуктів (фільми жахів, сцени насильства тощо);
- порушення соціальних контактів (кибербулінг, моббінг, цькування людини в соціальних медіа-мережах, «бан», троллінг тощо – травма приниження) та емоційна травма стосунків (відторгнення близькою людиною); в цьому випадку людина знаходиться у взаємодії з іншими, реагує на їхні дії;
- травма, пов'язана з поширенням особистої інформації без згоди особистості – «медіапорушення» особистісних меж (людина має можливість відстоювати свої межі та захищати особистий простір, як в реальному житті, наприклад, через суд, так й в медіа-просторі через звернення до джерел поширення інформації та споживачів інформації, створення та поширення власного медіаконтенту на власний захист). Тут ми вже можемо казати про високий рівень медіаактивності та медіатворчисть» [1].

Звернемо увагу на те, що і в даному випадку медіатравма розуміється максимально широко, не лише як психотравма, отримана під впливом спостереження сцен насильства і агресії, а й як будь-які зрушення у сприймаючій свідомості в бік втрати реальних орієнтирів, стосунків, норм спілкування тощо.

Ден Гіллмор у книзі «Mediactive», детально аналізуючи «сучасну екосистему журналістики» і зазначаючи важливість медіаграмотності для захисту громадян, зокрема зосереджується і на травмувальному ефекті сучасних медіа через панування в них сенсаційності: «Пам'ятайте: великі сенсаційні історії буквально збуджують нашу увагу. Вони часто повідомляють про смерть або загрозу життю або якимось іншим способом викликають занепокоєння. Неврологічні дослідження доводять, що чим більше ваші страхи знаходять вираження в пошуковій стрічці Інтернету, тим неясніше ви мислите. Ви стаєте ще більш неспокійним: мигдалини отримують цей імпульс від кори головного мозку» [2, с.45].

У матеріалах конференції з медіаграмотності Академії української преси дослідниця Юлія Доброносова слушно акцентує ще на одному аспекті медіатравми – не лише на небезпеці медіатравмуючих впливів, а й на неусвідомленні адресатом цієї небезпеки: «У цьому випадку особа не усвідомлює ані впливи на себе повідомлень медіа, ані присутність медіатехнічних умов появи певних смислів, ані того, що вона може ставати

об'єктом маніпуляцій. Такий суб'єкт навіть може вважати себе медіакомпетентною і медіаграмотною, брати активну участь у кіберкомунікації, використовувати можливість усього світу мережі в професійній діяльності. Проте у більшості випадків він або вона не усвідомлюють вплив на себе смислів, породжуваних медіарозмаїттям, причому навіть медіатравмування розпізнається запізно (часто лише за вторинного медіатравмування), хоча в подальшому активно впливає на майбутній медіадосвід. Інструментальне розуміння медіа може зіграти із особою злий жарт і у випадку конструювання і поширення традиційними мас-медіа і гібридними новими медіа різноманітних страхів та управління ними» [3].

Таким чином, бачимо декілька основних напрямів травмуючого впливу сучасних медіа на свідомість людини, які постали реальними викликами, зокрема і перед дослідниками медіаграмотності, і перед авторами програм з тренінгів з медіаграмотності, бо саме ці актуальні виклики мають бути враховані в таких програмах перш за все.

Наше бачення найбільш актуальних проблем із запобігання медіатравмуванню було представлено в 2017 році як таке: «наркотизація соціуму», медіазалежність; сакралізація медіа і тих «абсолютних істин», які вони поширюють; пропагандистські меседжі й маніпулятивні технології впливу на аудиторію медіа [7].

Виклад результатів дослідження.

Медійна сфера надзвичайно швидко змінюється, тож і відповідне реагування тренінгових програм є необхідним процесом. Від так програми тренінгів для тренерів Академії української преси спільно з Академією Дойче Велле є саме відповіддю на ці сучасні виклики, зокрема, і щодо протидії медіатравмуванню. Більшість вправ і практичних завдань цієї програми відображені у «Практичному посібнику з медіаграмотності для мультиплікаторів», який, за нашими спостереженнями, структурований за двома принципами практичного спрямування формування медіаграмотних компетентностей: 1) побудова вправ за принципом відповіді на сучасні виклики медійної сфери, пріоритетним ядром яких є особиста медіагігієна споживача інформації; 2) десакралізація медіа меседжів через створення медіа продукції, зокрема, за рахунок зміни позицій учасника тренінгів зі споживача інформації на журналіста та власника медіа.

Перший напрям, в основному, реалізується як навчання споживача інформації методам інформаційного захисту особистого медіаполя:

- протидія маніпуляціям, постправді, розмиванню меж між правдою і брехнею, фейками;
- протидія впливу пропаганди;
- емоційна гігієна споживання інформації.

Переважає кількість тренінгових вправ спрямована саме на протидію емоційному впливу, виробленню раціональних захистів від інструментів включення емоцій замість аналізу інформаційного контенту.

Своєрідною «підводкою» для формування аналітичних, критично-раціональних навичок у тренінгових вправах є мозкові штурми щодо самодіагностики особистого медіаспоживання і вміння розрізняти факти й судження. Досвід демонструє, що учасники тренінгів відчувають певні труднощі у визначенні специфічних ознак факту на відміну від судження, коментаря чи припущення, скоріше покладаючись в цій диференціації на особисту інтуїцію, ніж на аналітичні дефініції. Тому підсумкова вправа мозкового штурму з визначення ознак факту є вкрай важливим «містком» до вмінь усвідомленого захисту медіатравмуванню. Такими ознаками є:

«ФАКТ – це те:

- що відбулося в реальності, зафіксоване;
- що можна довести;
- що можна підтвердити іншими фактами;
- що можна перевірити;
- що не змінюється за сутністю з часом» [6, с.25].

На основі цих самостійно усвідомлених ознак, відпрацьованих на практичному аналізі медіатекстів, учасник тренінгу вже в змозі не тільки вирізнити маніпуляцію псевдофактичністю, а й працювати з феноменом так званої «постправди», коли в медіатексті подаються факти, що відповідають реальності, але є переакцентованими, переміщеними в особливий контекст таким чином, що вони перетворюються на «альтернативну правду», альтернативні псевдорівні версії того, що видається за «істину». Пропонована тренінгова вправа з аналізу псевдоправдивої інформації базується на представленні в українських та російських медіа статті Віктора Пінчука 2016 року в Wall Street Journal, яка містила певну програму розвитку України і стала приводом для чисельних маніпуляцій одним контентом для просування різних, іноді й протилежних медійних меседжів.

Відпрацювавши навички такого аналізу, учасник тренінгу є озброєним проти емоційних впливів медіаповідомлень, що апелюють до підсвідомих реакцій сентиментальності (використання образів дітей і літніх людей), сміливості, жертвності й зухвалості, бажання безпеки, захисту близьких людей тощо. Від так вправи, спрямовані на формування захисту від маніпуляції емоціями, є саме захистом від медіатравмування споживача інформації, як первинного, так і найбільш небезпечного, неусвідомленого вторинного психологічного травмування через уяву, емпатію, домальовування деталей і візуальних образів тощо. Вправи цього циклу великою мірою працюють з візуальним контентом, оскільки комунікант, що намагається нанести емоційну медіатравму, завжди спрямовує свої зусилля на те, щоб «вразити», зачепити підсвідомі механізми психіки, тож діє комплексно, за допомогою шокуючих фото чи відео та емоційно-афективної лексики. Тренінгові завдання на вміння створити заголовок чи підпис до вражаючого фото демонструють учасникам недостатність фактів у шокуючому контенті, їхню недостовірність, спрямовують адресата на раціональне сприйняття з пошуку першоджерела інформації, перевірки достовірності, порівняння, вміння ставити запитання, тобто формують у учасників тренінгу протидію автоматизму до-раціональної реакції під впливом емоції.

Підготовлений таким чином, активний споживач інформації (учасник тренінгів) може без емоційного включення раціонально аналізувати найбільш складні рівні симулякрів – маніпуляції цінностями: як використання так званих «традиційних цінностей», так і семантичне спустошення цінностей у передвиборчій агітації, наприклад, маніпулювання однією з найбільш маніпульованих цінностей «мир» в українській виборчій кампанії 2018 та 2019 року [6, с.40-41].

Нагадаємо, що Ітан Цукерман, фахівець Беркманського центру вивчення взаємодії Інтернету і суспільства, що діє при Гарвардському університеті, так пояснює можливу мотивацію поведінки медіазалежного споживача, який прагне нової і нової «порції» інформації, яка травмує його ще більше:

- «• Медіа просто змушують нас це робити.
- Нам сумно і нудно.

- Бути в курсі останніх новин, навіть якщо й неправдивих, – допомагає сформувати соціальний капітал у діалогах.
- Ми наркомани, які підсіли на історії, і ми завжди сподіваємося, що отримаємо легендарне “продовження історії”, клацнувши мишкою ще раз» [2, с.45].

Тренінги з медіаграмотності спрямовані саме на подолання неусвідомленого автоматизму поведінки під керуючим впливом медіа, на розвиток критичного мислення, на певне самодіагностування медіатравми і засобів її подолання. Найкращим чином медіазалежність і сакралізоване ставлення до медійної інформації та самих медіа долаються у вправах, спрямованих на створення медіапродукту, роботу в ролі журналіста чи редактора, зміну ролей від споживача інформації до власника медіа.

Цей меседж у практичному посібнику сформульовано таким чином: «Медіа не мають бути для сучасної людини священними, сакральними. Розуміння того, що інформацію створюють, має спонукати людину до аналізу не лише конкретного повідомлення, а й умов, мотивів та інших важливих чинників створення інформаційного продукту» [6, с.30].

Учасники тренінгів засвоюють журналістські стандарти через колективне створення журналістського матеріалу про тренінгову програму за стандартами. Це сприяє не механічному засвоєнню знань, а активному вивченню через застосування у вправі «Створюємо за стандартами», коли разом з тренером учасники виробляють медіапродукт за певною схемою, що загалом відповідає світовим стандартам журналістики:

- Що відбувається? Де? Коли?
- Хто є учасниками? Склад, відбір.
- Мета проекту, організатори, місія.
- Бекграунд, контекст події: що передувало тренінгу, як давно і з якою метою діють аналогічні програми, якими є прогнозовані наслідки, очікування.
- Різнопланові коментарі: учасників, організаторів, експертів, споживачів інформації тощо.
- Створення заголовку, що має зацікавити читача, але й відповідати стандарту відокремлення фактів від оцінок, суджень, коментарів і припущень журналіста [6, с.30].

У вправі «М'ясо кенгуру» учасники засвоюють специфікацію журналістського повідомлення в залежності від аудиторії. Обробляючи одну і ту ж новину в груповій роботі як: редакція газети депутата Київської міської ради; сайт молодих мам; газета для пенсіонерів; артхаусний молодіжний портал; опозиційне суспільно-політичне видання; сайт мережі ресторанів [6, с.29], групи виробляють і презентують свою медіапродукцію, активно обговорюючи вдалі ідеї, помилки – свої і колег, при цьому розуміючи на іншому рівні не тільки маніпулятивні моменти розрахованості медіа на цільову аудиторію, але й певну необхідність, об'єктивну зумовленість такої розрахованості. Це знімає зайвий скепсис, пафос звинувачень журналістів у тотальному маніпулюванні, оскільки учасники самі випробовують себе в ролі журналістів і редакторів. Крім того, це певною мірою сприяє й запобіганню медіатравмуванню, оскільки споживач інформації в подальшому не буде мати «синдрому завищених очікувань», особливих «очарувань» медіа, а від так – і розчарувань.

Це стосується і випробування себе учасниками тренінгів у ролі медіаолігархів у вправі «Купуємо медіа», коли учасники мають не тільки «купити» один з існуючих загальнонаціональних телевізійних каналів, а й переформатувати його, мотивуючи свій вибір і пропонувані зміни [6, с. 53-54].

Підсумком у свідомому формуванні захистів медіатравмуванню є складання учасниками тренінгу портрету медіаграмотної людини і виконання вправи «Упаковка медіапродукту» [6, с. 43-45]. У цих вправах учасник виходить на принципово інший за якістю рівень протидії медіатравмуванню – рівень усвідомленої відповідальності, оскільки від тотальної критики журналістів, які «все роблять не так», має перейти на рівень конструктиву – запропонувати що саме має бути на умовній упаковці медіапродукту, на його особисте переконання. У результаті вправи «Упаковка інформаційного продукту» учасники мають самостійно виробити необхідні маркери захисту, попередження про склад інформації від виробника, що безперечно, максимально підключає інструменти самостійного критичного мислення.

Висновки.

Сучасне українське суспільство перебуває у перехідному стані до усвідомленого рівня відповідальності за власні рішення, зокрема свобідного демократичного вибору на підставі критичного мислення. Про несформований рівень вибору свідчать і реакції на популістські лозунги, і мотивації на кшталт «я обираю по приколу» тощо. Головним інструментом у медіатравмуючих впливах є відключення механізмів самостійного критичного мислення, раціонального аналізу на базі порівняння, просування натомість емоційно-афективних реакцій аудиторії медіа.

Тож активне залучення споживачів інформації до процесу формування рішень, громадянської активності через критичне мислення в тренінгових програмах з медіаграмотності є продуктивним шляхом, який слід розвивати й надалі. При цьому завжди слід враховувати і побічний ефект від тренінгів – у людини може розвинути абсолютний скептицизм, небажання споживати медіапродукцію загалом, зневіра в усіх і у всьому.

Клей Ширкі, відомий дослідник медіа, зазначив у одному з своїх твітів: «Сам процес перевірки фактів пригнічує, але відчуття після факт-чекінгу бадьорить». Ден Гіллмор додає: «Це твердження Клея – ще один аргумент на підтримку повільних новин; на підтримку того, що з нашого боку було б розумно спершу подумати, а потім реагувати. [2, с.47].

Тренінги з медіаграмотності спрямовані саме на формування такого вміння споживати «повільні новини» і споживати критично, свідомо, від так – «повільно», що є найкращим рецептом протидії як первинній, так і складній вторинній медіатравмі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Вознесенська О. Медіатравма в умовах інформаційної війни: психологічний та педагогічний аспекти. Матеріали I Всеукраїнської наукової конференції (м. Київ, 20–21 червня 2017 р.) // mediaosvita.org.ua.– 2017 – Режим доступу до ресурсу: <http://mediaosvita.org.ua/book/materialy-vseukrayinskoyi-naukovo-praktychnoyi-konferentsiyi-mediatravma-v-umovah-informatsijnoyi-vijny-psychologichnyj-ta-pedagogichnyj-aspekty/>
2. Гіллмор Д. *Mediaactive* / Ден Гіллмор ; [Пер. з англ. Олександра Головка, журналіст-редактор Тетяна Рогова]. – Запоріжжя: Interlink Academy for International Dialog and Journalism, Institute for Society and Communication, 2017. – 213 с.
3. Доброносова Юлія. Медіакомпетентність як передумова самоактуалізації особистості в культурі медіарозмаїття. Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та укра-

- їнські перспективи». – Київ. : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018. – 244 с
4. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна.— Київ: Центр вільної преси, 2012. — 352 с.
 5. Плетка О. Медіатравма в умовах інформаційної війни: психологічний та педагогічний аспекти. Матеріали I Всеукраїнської наукової конференції (м. Київ, 20–21 червня 2017 р.) // mediaosvita.org.ua.– 2017 – Режим доступу до ресурсу: <http://mediaosvita.org.ua/book/materialy-vseukrayinskoji-naukovo-praktychnoyi-konferentsiyi-mediatravma-v-umovah-informatsijnoyi-vijny-psyhologichnyj-ta-pedagogichnyj-aspekty/>
 6. Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів. Бабак А., Гороховський О., Іванова Т., Почепцов Г., Тараненко О., Юричко А. / За загал. ред. В. Ф. Іванова. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 100 с. (АУП за підтримки Академії Дойче Велле та Федерального Міністерства Німеччини з економічної співпраці та розвитку (BMZ) <http://medialiteracy.org.ua/praktychnyj-posibnyk-z-mediagramotnosti-dlya-multyplikatoriv/>
 7. Тараненко Олена. Формування навичок з медіаграмотності як протидія медіатравмуванню. Матеріали I Всеукраїнської наукової конференції (м. Київ, 20–21 червня 2017 р.) // mediaosvita.org.ua.– 2017 – Режим доступу до ресурсу: <http://mediaosvita.org.ua/book/materialy-vseukrayinskoji-naukovo-praktychnoyi-konferentsiyi-mediatravma-v-umovah-informatsijnoyi-vijny-psyhologichnyj-ta-pedagogichnyj-aspekty/>
 8. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність. Критичне мислення в мультимедійному світі. Підручник для вчителів. / Перекл. з англ. С.Дьома; за загал. ред. В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк. — К.: Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2017. — 319 с.

Стаття посвячена определению актуальных тенденций влияния украинских медиа, которые наиболее связаны с возможностью медиатравмирования потребителя информации. В исследовании эти тенденции представлены в корреляции с тренинговыми упражнениями, направленными на нейтрализацию травмирующих влияний.

Ключевые слова: медиатравма, медиаграмотность, тренинговые упражнения.

Research is devoted to revealing the actual tendencies of influence of the Ukrainian media, which are most closely related to the possibility of media traumatize of consumers. In research these trends are presented in correlation with training exercises aimed at neutralizing traumatic influences.

Key words: media trauma, media literacy, training exercises.

*Чорнодон Мирослава Іванівна,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
старший викладач кафедри журналістики, ре-
клами та зв'язків з громадськістю
Вінницького державного педагогічного універ-
ситету імені Михайла Коцюбинського*

ОСОБЛИВОСТІ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ

У статті розглянуто особливості медіаграмотності регіональних засобів масової інформації (на прикладі вінницьких видань: «20 Хвилин», «Вінниця.Info», «Власно.Info» та «Моя Вінниця») завдяки моніторингу, який провели експерти Інституту масової інформації за підтримки Чеського посольства в Україні. А також виявлено порушення журналістських стандартів та фактологічні маніпуляції, які застосовуються в обраних для аналізу виданнях.

Ключові слова: *медіаграмотність, журналістські стандарти, маніпуляції, «джинса», пропаганда.*

Медіаграмотність – це вміння бачити в медійних текстах елементи маніпуляції, пропаганди, піару, реклами, «джинси».

Задля того, щоб виявити маніпуляційні елементи Інститутом масової інформації було здійснено моніторинг інтернет-видань у десяти регіонах України. Зокрема, на Вінниччині досліджувалися чотири найбільш популярні інтернет-ресурси, а саме: «20 Хвилин», «Вінниця.Info», «Власно.Info» та «Моя Вінниця». На кожному інтернет-ресурсі відбиралося 25 новин, які стосуються соціально-значущих подій регіону.

Моніторинг, який провели експерти Інституту масової інформації за підтримки Чеського посольства в Україні свідчать про те, що регіональним вінницьким онлайн-медіа не вистачає балансу думок. Виявлено, що баланс думок як журналістський стандарт дотримано лише у 22% журналістських матеріалів. Важливо, що найбільше матеріалів з дотриманням журналістських стандартів, а саме балансу думок розміщено на сайті «20 хвилин» – 40%. За цим критерієм інтернет-ресурси «Вінниця.Info» та «Власно.Info» займають другу позицію – 20% складають матеріали, в яких дотримано журналістський стандарт балансу думок. А електронний ресурс «Моя Вінниця» дещо ігнорує цей журналістський стандарт і має показник – 8% [1].

Постає питання в чому ж причини порушення журналістських стандартів? Автори «Практичного посібника з медіаграмотності для мультиплікаторів» визначають зокрема такі: помилки журналістів, лінь, недбалість; неретельна перевірка інформації, гонитва за сенсаційністю; непрофесійність журналістів. бажання «висловитись красиво», зайва образність і суб'єктивність; нав'язування власної думки автора; відсутність бекграунду, виривання події з контексту через нерозуміння, незнання проблеми; навішування ярликів, стереотипність мислення; Свідомі маніпуляції задля впливу, зокрема політичного; трансліювання журналістом чужих думок без вивчення, переписування прес-релізів; «джинса», видавання за власні матеріали прихованої реклами (комерційної, іміджевої, політичної); просування інтересів власників медіа шляхом приховування певних аспектів інформації, «журналістика відданості» [3, 33].

Зачасту засоби масової інформації, зокрема регіонального рівня частково ігнорують професійні журналістські стандарти, що призводить до непрофесійності видання загалом і високоосвічені люди одразу помічають ці недоліки. Тому відповідно не можливо викликати довіру у громадян якщо низький рівень об'єктивності видань. У випадку коли видання керується політикою власника медіа чи підтримує позицію рекламодавця, спонсора – важко визнати незаангажованість видання. І саме регіональні видання заради прибутковості конкретного медійного бізнесу грішать окремими журналістськими стандартами, а також етичними та моральними принципами.

Важливо, що у 92% журналістських матеріалів розміщених у вінницьких онлайн-медіа факти та коментарі відокремлені від оціночних суджень журналістів, тобто один із важливих журналістських стандартів практично дотримується у вінницькій регіональній онлайн-пресі. Зокрема, цей стандарт дотримано на сторінках «Моєї Вінниці» та «Власно.Info» на 100%. У «20 Хвилин» та «Вінниця.Info» на 84%. Тобто, варто зазначити, що взаємозалежність журналістського стандарту – відокремлення фактів/коментарів та достовірність є важливою складовою для створення та наповнення вінницьких інформаційних інтернет-ресурсів. Якщо відсутнє посилання на джерело інформації факти можуть сприйматися як оціночні судження та суб'єктивні думки автора. Внаслідок чого може бути порушення принципів роботи журналіста, журналістських стандартів та можливі маніпуляції зі свідомістю читачів [1].

Зокрема, до фактологічних маніпуляцій належать такі:

- Применшення/перебільшення цифрових показників. Один з найпоширеніших прийомів. Його можна віднести до простих за ознаками розпізнавання і за ступенем викриття. Як правило, він використовується, щоб яскравіше проілюструвати картину події чи явища, продемонструвати «турботу» спікера, його «високу» компетенцію в тій чи іншій сфері (перебільшення / применшення одних величин на користь інших; хибність проміжків часу, порівняльних періодів; узагальнення, хибне трактування понять, методик підрахунку, причинно-наслідкових зв'язків; високе емоційне забарвлення, критика, звинувачення).
- Узагальнення. Розповсюджений прийом. Використовується для того, щоб підвищити позитивність явища чи події, або для більш потужного його негативного «забарвлення» (для надання правдивості заявленим фактам використовуються такі словесні оберти: «практично», «фактично», «майже», «однозначно», «без сумніву» та ін.; декларативність риторики, наявність гасел; звернення до гучних джерел, документів, апелювання до попередніх заяв, обіцянок, планів).
- Гіперболізація явищ/подій та їх наслідків. Активний прийом, який часто застосовується як інструмент «нищівної» критики, нагнітання напруги навколо певної

теми, події, явища (порівняння величин, що вражають свідомість; масштабні узагальнення цифрових показників, проміжків часу, інших фактичних даних; використання слів та словосполучень: «жахлива подія / ситуація», «неприпустимо», «страшно», «ганебно» і под.; для надання ваги аргументації – висока емоційність риторики, використання критики, агресії, погроз).

- «Перенесення» властивостей і ваги одних понять на інші. Класичний маніпулятивний прийом, коли широкому загалу оголошуються хибні, викривлені властивості того чи іншого об'єкта, замовчується повний спектр ознак, нехтуються його реальні властивості. Часто прийом застосовується до достатньо складних понять, з якими мало ознайомлений пересічний громадянин, а уточнення потребують спеціальних знань (на хвилі критики (або піднесення) – створення спотвореного уявлення про суть об'єкта, його властивості, можливості, вплив, взаємодію об'єкта з іншими об'єктами; оманлива демонстрація спікером високого рівня обізнаності в темі; емоційність, декларативність риторики, критика, агресія, зневага до контраргументів).
- Надання ваги викривленим даним завдяки використанню вигаданого або реально-го впливового джерела. Такий прийом поширений серед спікерів, яких відносять до категорії популістів. Одні з них використовують «прикриття» знаковим джерелом, щоб приховати свою некомпетентність, інші – навпаки, надати персональній обізнаності ще більш високого статусу. Таким чином з боку обох сторін комунікацій відбувається маніпуляція аудиторії через використання неправдивих фактів та даних (неперевірена, неточна, суб'єктивна інформація, думки нереальних експертів, тому відбувається міфологізація подій, явищ, ситуацій, героїв за допомогою емоційного забарвлення, критики, зневаги до конкурентів)
- «Тіньовий ефект». Спосіб маніпуляції, який часто застосовується під час виборчих перегонів, адже наголошується на успішності діяльності, публічній демонстрації професійної діяльності, високих показниках (відсотки, цифри, графіки, діаграми), позитивних сторонах кандидата, організації чи політичній партії, але при цьому відбувається замовчування негативних сторін ситуації, оманлива демонстрація високого рівня обізнаності в темі. Реалізується «тіньовий ефект» через декларативність риторичних здібностей, велику емоційність, закликів.
- Ототожнення подій та явищ з періодом чи особами. Цей спосіб маніпуляції активно застосовується для перекладання відповідальності, вини на певних осіб, груп осіб, період, події та ін. Він є інструментом або нищівної критики, або піднесення певних досягнень за рахунок контрастної демонстрації на тлі ретельно підібраних, «зручних» недоліків, невдач опонентів (популістична, декларативна риторика; використання гасел; аргументації, підкріпленої гаслами; публічних штампів; соціальних міфів, стереотипних кліше; демонстрація зневаги до певного періоду, групи осіб, однієї особи, її дій, наслідків її дій; висока емоційність, агресія, критиканство, багаторазові повторення).
- «Забалакування» гострої теми суміжною, але другорядною. Застосовується такий спосіб маніпуляції для того, щоб відволікти суспільну увагу від головного аспекту якоїсь проблеми, акцентувавши увагу на другорядному. Як правило, другорядному аспекту додаються ще й гіперболізовані ознаки (надання об'єкту не притаманних йому властивостей, як наслідок – створення хибної картини щодо структури, діяльності об'єкта або його складників; декларативна риторика та аргументація, використання гасел, публічних штампів, соціальних міфів, стереотипів, кліше,

апелювання до найбільш вразливих суспільних проблем; яскраве емоційне забарвлення риторики, критика, агресія, зневага, спонукання до дій) [3, 67].

Вище зазначені фактологічні маніпуляції застосовуються і у вінницьких виданнях (обраних для аналізу). При чому як в окремо виділених видах, як наприклад «забалакування» гострої теми суміжною, але другорядною, надання ваги заяві за рахунок використання фактів, які складно перевірити, «перенесення» властивостей і ваги одних понять на інші, а також у синтезі узагальнення та ототожнення.

Журналісту як професійному мовцю варто завжди пам'ятати, що потрібно бути медіаграмотним фахівцем не залежно від того, в якому виданні він працює в міжнародному чи регіональному, адже кожен окремий журналіст створює загальну довіру читачів до видання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Бондаренко С. Інститут масової інформації. Інтернет-видання Вінниці не балансують контент [Електронний ресурс] / Сергій Бондаренко. – Режим доступу : <https://imi.org.ua/articles/internet-vidannya-vinnitsi-ne-balansuyut-kontent/>.
- Іванов В. Ф. Журналістська етика / В. Ф. Іванов, В. Є. Сердюк. – К. : Вища школа, 2006. – 231 с.
- Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів / За загал. ред. В. Ф. Іванова. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 100 с.
- Філософія політики : підруч. / кер. Редкол. Л. В. Губерський. – К. : Знамя України, 2003. – 400с.

В статье рассмотрены особенности медиаграмотности региональных средств массовой информации (на примере винницких изданий: «20 Минут», «Винниця. Info», «Власно.Info» и «Моя Винница») благодаря мониторингу, который провели эксперты Института массовой информации при поддержке Чешского посольства в Украине). А также выявлены нарушения журналистских стандартов и фактологические манипуляции, которые применяются в избранных для анализа изданиях.

Ключевые слова: *медиаграмотность, журналистские стандарты, манипуляции, «джинса», пропаганда.*

The article describes the media literacy features of regional media (using the 22example of Vinnitsa editions: «20 Minutes», «Vinnitsya.Info», «Vlasno.Info» and «My Vinnitsa») thanks to monitoring, which was conducted by experts of the Institute of Mass Information with the support of the Czech Embassy in Ukraine). It also revealed violations of journalistic standards and factual manipulations, which are used in selected publications for analysis.

Keywords: *media literacy, journalistic standards, manipulation, «jeans», propaganda.*

Чумаченко Олена Петрівна
Ph.D., кандидат культурології
Криворізький коледж Національного авіаційного
університету

МОБІЛЬНІ ДОДАТКИ ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФОРМУВАННЯ ТЕСТОВИХ ЗАВДАНЬ З СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИХ ДИСЦИПЛІН

Актуальність даної тематики полягає у тому що специфіка використання інформаційних технологій у розробці тестових завдань з соціально-гуманітарних дисциплін безперечно пов'язана з багатьма чинниками розвитку сучасної інформаційної освіти, з концепцією інформаційної творчості а також з модернізацією української системи освіти в контексті процесів глобалізації.

Говорити про вплив інформаційних технологій на суспільство можливо нескінченно, ця тема актуальна як ніколи, тому що ми зараз знаходимось в період доби «інформаційного суспільства» хоча багато хто з сучасних дослідників пропонує дотримуватись ідеї щодо громадянського суспільства. Нині відбуваються глобальні зміни у становленні і розвитку сучасного інформаційного суспільства. У цьому аспекті наша держава зіткнулась з деякими тенденціями, без розгляду яких дуже складно уявити собі процес трансформації сучасного інформаційного суспільства, його входження до соціокультурного простору європейської цивілізації.

Поняття «інформаційне суспільство» у своїх працях розглядав Ф. Уебстер. Дослідник визначив, що поняття «інформаційне суспільство» розглядається у технологічному, економічному, просторовому та культурному аспектах. Завдяки інформаційному простору культурні цінності і освіта стають більш доступними. Візьмемо за основу саме цю тезу Уебстера. Інформаційне суспільство у якому головним інструментарієм виступають інформаційні технології пропонує і новий формат використання тестових завдань наприклад у сфері соціально-гуманітарних дисциплін.

Але процес освіти неможливий без творчості, тому перш ніж розглядати специфіку використання інформаційних технологій у розробці тестових завдань з соціально-гуманітарних дисциплін я пропоную звернути увагу на саму природу творчості в сучасних інноваційних умовах.

Сьогодні відбуваються певні зміни у становленні тенденцій розвитку сучасної освіти, і інформаційна концепція творчої діяльності відіграє важливу роль у становленні цих тенденцій. Освіта на сучасному етапі розвитку характеризується тим, що всі сфери творчої діяльності не можуть функціонувати без достатнього забезпечення необхідною інформацією.

Інформація впливає на формування світогляду творчої особистості у даному випадку студента, але занадто великі формаційні потоки роблять процес сприйняття інформації досить складним. Тому і необхідно усвідомити специфіку ролі інформаційної концепції творчої діяльності, тому що тільки за допомогою творчої діяльності і відбувається фаза активного розвитку сучасної освіти.

Творча діяльність у процесі трансформації і становлення сучасного суспільства сприяє формуванню і активізації професійних знань, характеризує рівень інформаційно-творчого розвитку нації. Специфіка творчої діяльності у процесі становлення інформаційного суспільства полягає в усіх видах роботи з інформацією: накопиченні інформації, різноманітному кодуванні інформації, тобто у виробленні нових кодів, переробці інформації та в створенні нової інформації.

Увага дослідників до проблеми трансформації і становлення сучасного інформаційного суспільства і визначальної ролі у цьому процесі творчої діяльності обумовлена тим, що сучасний світ нині перебуває у фазі активно-творчого інформаційного розвитку і характеризується глобальністю інформаційних процесів. Фаза активно-творчого інформаційного розвитку створює сприятливі умови для виникнення відповідних тенденцій у процесі трансформації і становлення сучасного інформаційного суспільства. Ці тенденції допомагають гармонізувати творчий світогляд особистості у ході освоєння всього об'єму соціально значимої інформації. Специфіка ролі творчої діяльності у трансформації і становленні сучасного українського суспільства розглядається у декількох аспектах: у суспільному та індивідуальному.

У суспільному аспекті творча діяльність розглядається як засіб досягнення практичних і матеріальних надбань суспільства, що виражають історично досягнутий рівень розвитку суспільства у сфері інформаційних відносин. В індивідуальному аспекті творча діяльність розглядається як засіб розвитку творчої особистості у контексті інформаційних відносин, тобто використовуючи нові технології у розробці тестів людина проявляє власні творчі здібності, а людина котра розглядає ці тести має змогу активізувати візуалізацію мислення щоб запам'ятати їх. Творча діяльність формує культурний рівень інформаційного суспільства і нову інформаційну культуру.

В інфраструктурі сучасного інформаційного суспільства визначальною стає інтелектуальна творчість, котра сприяє становленню нового типу суспільства з «префігуративною культурою» (М. Мід), орієнтованого головним чином на майбутнє.

Саме зараз ми маємо нове суспільство, це наші студенти, які належать до цього типу суспільства. В сучасних умовах дуже складно заінтригувати дітей до навчання, тому що саме інформаційна творчість створює і негативні і позитивні моменти в навчанні. Діти настільки добре орієнтуються у інформаційних потоках, що завдання викладача практично зведено до мінімуму, вони не потребують його допомоги, вони користуються інноваційними технологіями і можуть знайти відповідь на любе питання. Як же зацікавити їх? Що зробити нового щоб привернути увагу студентів?

Ми пропонуємо мобільний додаток на основі системи Android, який має назву «Художня культура» (тести) для студентів вузів III-IV рівня акредитації.

У чому полягає специфіка використання мобільних додатків у процесі навчання? У відповідь можна зазначити, що це дуже зручно, студент може користуватись мобільним додатком у літаку, потязі, дома, тренуватись і тренуватись поки не зробить так як треба. Приходячи на лекцію йому лише достатньо пройти цей тест за наявності викладача і показати власні результати.

У чому ж полягає специфіка використання мобільних додатків при розробці тестів з соціально-гуманітарних дисциплін. По–перше, потрібно визначитись з курсом, це загальна методика, або відповідний курс соціологія, історія, культурологія або якісь інші. По-друге визначитись з кількістю розділів, наприклад програма «Художня культура» має 6 розділів: Структура та функції культури, культура Давньої Греції, культура Стародавнього Риму, культура Візантії, культура Стародавнього Єгипту, культура Відродження.

Далі, перш ніж програма попадає до програмістів потрібно зробити вручну базу даних. Вона створюється у спеціальній таблиці, де є запит та чотири варіанти відповідей, правильна виділяється окремим кольором. Усі відповіді мають спеціальні візуальні зображення, які допомагають студенту краще орієнтуватися в матеріалі. Таблиця розробляється приблизно 3-4 місяці, питання по даній дисципліні охоплювали весь матеріал, починаючи з теоретичної частини, та охоплюючи різні жанри мистецтва. Курс включає в себе питання з музики, живопису, скульптури, хореографії, історії, моди, одягу, військової справи, багато питань, які охоплюють історико – культурологічний контекст. Є питання з філософії, літератури, поезії, архітектури, будівництва, архітектурних пам'яток, медицини, зібрано цікавий матеріал який відображає різні сторони розвитку соціокультурного контексту різних країн у різні історичні часи.

Студент у процесі активізує асоціативне мислення, задіяна візуалізація об'єктів, що дуже добре впливає на навчальний процес.

Таким чином, специфіка використання інноваційних технологій у розробці тестів з соціально-гуманітарних дисциплін полягає у відкритості інформації, у доступності, у систематизованій подачі матеріалу, в розвитку асоціативних та візуальних здібностей студентів.

Практична цінність дослідження підтверджується свідоцтвом про реєстрацію авторського права № 77492 на «Методичну розробку тестових завдань з дисципліни «Художня культура (культурологія) для студентів ВНЗ III–IV рівня акредитації» (свідоцтво видано Міністерством економічного розвитку і торгівлі України 12 березня 2018 р).

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

1. Берегова О. М. До визначення поняття комунікації : філософсько культурологічні дискурси / О. М. Берегова // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури : зб. наук. праць. – К. : Міленіум, 2004. – Вип. XII. – С. 25–33.
2. Джинчарадзе Н. Інформаційна культура / Н. Джинчарадзе. – К. : Укр. пропілеї, 1999. – 148 с.
3. Чумаченко О. П. Специфіка ролі творчої діяльності у процесі трансформації і становлення сучасного інформаційного суспільства / О. П. Чумаченко // Українська культура та ментальність: самобутність в умовах глобалізації : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 28–30 січня 2011 р. – Сімферополь : ЦРОНІ, 2011. – С. 95–98.
4. Torrance E. Why Fly? A philosophy of creativity / E. Torrance. – Greenwood publishing group, 1995. – 402 p.

