



Міністерство освіти і науки України
Державний вищий навчальний заклад
«Донбаський державний педагогічний університет»
Кафедра педагогіки вищої школи

**Методичні вказівки
до вивчення навчальної дисципліни**

**ОСНОВИ МЕДІАОСВІТИ
ДОРΟΣЛИХ**

для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності 011 – Освітні, педагогічні науки
денної та заочної форми навчання

Слов'янськ – 2020

УДК 378.016:[07+004]-053.8(072)

М 54

Рецензенти:

- Саяпіна С.А.** – доктор педагогічних наук, доцент, професорка
кафедри педагогіки вищої школи ДВНЗ «Донбаський
державний педагогічний університет»
- Цибулько Л.Г.** – доктор педагогічних наук, професор, завідувачка кафедри
педагогіки ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний
університет»

М 54 Методичні вказівки до вивчення навчальної дисципліни «Основи медіаосвіти дорослих» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньою програмою «Педагогіка вищої школи» спеціальності 011 «Освітні педагогічні науки» денної та заочної форм навчання / Укладач: О. М. Сипченко. Слов'янськ: ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет», 2020. 66 с.

Методичні вказівки укладено відповідно до освітньої програми «Педагогіка вищої школи» та навчального плану підготовки здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти за спеціальністю 011 – Освітні, педагогічні науки.

Подано опорний конспект лекцій, питання до практичних занять, завдання для самостійної роботи, рекомендації щодо самостійного вивчення навчальної дисципліни, питання до іспиту тощо.

Погоджено рішенням Вченої ради
Державного вищого навчального закладу
«Донбаський державний педагогічний університет»
(протокол № 1 від 28.08.2020 р.)

© О.М. Сипченко, 2020
© ДДПУ, 2020

ЗМІСТ

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА	2
1. Силабус навчальної дисципліни «Основи медіаосвіти дорослих»	3
2. Робоча програма навчальної дисципліни «Основи медіаосвіти дорослих».....	14
3. Навчально-методичні матеріали для лекцій із навчальної дисципліни «Основи медіаосвіти дорослих»: опорний конспект лекцій	24
4. Інструктивно-методичні матеріали до практичних занять із навчальної дисципліни «Основи медіаосвіти дорослих».....	55
5. Завдання до самостійної роботи здобувачів з навчальної дисципліни «Основи медіаосвіти дорослих».....	62
6. Контрольні питання з навчальної дисципліни «Основи медіаосвіти дорослих».....	64

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Навчальна дисципліна «Основи медіаосвіти дорослих» є теоретичною основою сукупності знань та вмінь, що формують професійний рівень викладача-андрагога в системі вищої освіти. У результаті вивчення даної навчальної дисципліни здобувач повинен вивчити та засвоїти методологічні та історико-педагогічні засади розвитку медіаосвіти, особливості її розвитку у провідних країнах світу, опанувати дидактичні, психолого-педагогічні та методичні аспекти застосування медіа в процесі освіти дорослих, усвідомити характеристику освітніх медіапродуктів у професійній діяльності педагога-андрагога, висвітлити методику та технології реалізації різних напрямків медіаосвіти, навчитись здійснювати пошук, відбір та верифікацію медіаосвітньої інформації, створювати власний контент, виявити вплив різних медіазасобів на учасників освітнього процесу та обґрунтувати можливі позитивні і негативні наслідки, розвинути критичне мислення, свідоме споживання медіапродукту, ефективне орієнтування в медіапросторі, опанувати маркери маніпулятивного контенту, блокувати «інформаційний шум» тощо.

З метою належного оволодіння здобувачами програмним матеріалом передбачається їх навчально-пошукова діяльність під час лекцій, практичних занять та у процесі самостійної роботи. Навчання зорієнтоване переважно на самостійну роботу з програмним матеріалом, про що свідчить розподіл обсягу часу на дисципліну за навчальним планом. Робота з підготовки до практичних занять та закріплення їх результатів представляє самостійну роботу з теоретичним матеріалом, самостійне позааудиторне письмове виконання низки завдань для засвоєння навчального матеріалу на рівні «відтворення», «розуміння», «застосування» і «створення».

Можливі види завдань: відповіді на запитання, наведення прикладів, опис ситуацій; узагальнення, порівняння, аналіз; обговорення результатів ефективності навчання в системі «викладач-здобувач», «здобувач-здобувач», оцінювання самостійної роботи (написання наукового повідомлення з історії медіаосвіти в різних країнах, статті промоушен, розробка мультимедійної презентації, інфографіки, складання доповіді, глосарію, проєктування тренінгового заняття з використанням медіаосвітнього контенту для дорослих учнів тощо). Під час підготовки до заняття і виконання завдань здобувачам рекомендується використовувати навчальну та спеціальну літературу, відповідні словники та енциклопедії.

Міністерство освіти і науки України
Державний вищий навчальний заклад
«Донбаський державний педагогічний університет»

Факультет гуманітарної та економічної освіти
Кафедра педагогіки вищої школи

СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
ОСНОВИ МЕДІАОСВІТИ ДОРΟΣЛИХ
(найменування навчальної дисципліни)

підготовки здобувачів
другого (магістерського) рівня вищої освіти
(вказати рівень вищої освіти)
спеціальності 011– Освітні, педагогічні науки
(шифр і назва спеціальності)
за освітньо-професійною програмою
Педагогіка вищої школи
(назва освітньої програми)
мова навчання українська

Слов'янськ – 2020 р.

Розробник:

Сипченко О.М., кандидат педагогічних наук, доцент, доцентка кафедри педагогіки вищої школи ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

Рецензенти:

Саяпіна С.А., доктор педагогічних наук, професор, професорка кафедри педагогіки вищої школи ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»;

Цибулько Л.Г., доктор педагогічних наук, професор, завідувачка кафедри педагогіки Державного вищого навчального закладу «Донбаський державний педагогічний університет»

Силабус розглянуто і схвалено на засіданні кафедри педагогіки вищої школи ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

Протокол № __1__ від «27» серпня 2020 р.

Завідувач кафедри Топольник Я.В.
(ПБ)

Затверджено та рекомендовано до впровадження
вченою радою
Державного вищого навчального закладу
«Донбаський державний педагогічний університет»

«28» серпня 2020 р.

протокол №__1__

**Опис навчальної дисципліни
Основи медіаосвіти дорослих**

Кількість кредитів	3,5 кредити ECTS / 105 годин
Рік підготовки, семестр	2 рік підготовки, 3 семестр
Компонент освітньої програми	Вибірковий компонент
Викладач	Сипченко Ольга Миколаївна, доцентка кафедри педагогіки вищої школи, кандидат педагогічних наук, доцент
Контактна інформація	ph_d@ukr.net https://www.sypchenko.org/ +380508459737
Консультації	Очні консультації: Ср з 11.40 до 13.00 Онлайн консультації: за попередньою домовленістю
Анотація навчальної дисципліни	Об'єкт вивчення навчальної дисципліни – процес медіаосвіти дорослих Предмет вивчення навчальної дисципліни – технології формування медіаграмотності та медіакультури дорослих
Опис навчальної дисципліни	Метою вивчення навчальної дисципліни є: формування системи теоретичних знань медіаосвітньої діяльності та практичних умінь безпечної взаємодії з медіаінформацією, розвиток медіакультури та медіаграмотності, готовності до ефективного використання сучасних медіаосвітніх технологій у професійній діяльності педагога-андрагога. <i>Ключові слова:</i> медіаосвіта, медіакомпетентність, медіаграмотність, медіакультура, масові комунікації, медіа, інформаційне середовище, інтернет, соціальні мережі, критичне мислення, медіаосвітні технології, маніпулятивні технології масових комунікацій тощо <i>Очікувані результати навчання:</i> Знати організаційно-методичні, психолого-педагогічні та методологічні аспекти формування медіакультури та медіаграмотності, сутність медіакомпетентності викладача ЗВО. Здатність створювати медіапродукт та розробляти медіапроекти у професійній андрагогічній діяльності. Здатність розрізнати та застосовувати методи організації професійної діяльності андрагога з використанням медіаосвітніх технологій. Здатність до формування свідомого існування в медіасередовищі через формування критичного відношення до медіаконтенту. Готовність до вироблення захисних механізмів від маніпулятивного контенту, створення умов інформаційної безпеки для дорослих учнів. <i>Матеріали та ресурси:</i> 1) <i>Рекомендована література:</i> 1. Медіакультура в контексті міждисциплінарних досліджень: монографія / за заг. ред. В.В. Березенко, М.А. Лепського, О.О. Семенев; ред. К.Г. Сірінюк-Долгарьова. Запоріжжя: Кераміст, 2017. 309 с. 2. Найдюнова Л. А. Медіаосвіта в Україні: особливості реалізації соціально-психологічної моделі. URL: http://www.academia.edu 3. Немеш О.М. Віртуальна діяльність особистості: структура та динаміка психологічного змісту: монографія. Київ: Слово, 2017. 391 с. 4. Сипченко О., Кизь Н. Медіаосвітні технології як засіб формування професійної компетентності майбутніх викладачів. <i>Гуманізація навчально-виховного процесу</i> : Зб. наук. праць. [за заг. ред. доц. С.А. Саяпіної]. Харків ТОВ «Видавництво НТМТ» 2019. № 6 (98). С. 110–121. 5. Sypchenko Olha, Boiko Iryna Formation of communicative competence

	<p>of masters of education, pedagogical sciences by means of media educational technologies. Education pedagogy: problems and prospects for development in the context of reform. Editors: Sławomir Śliwa, Olga Tsybulko. <i>Monograph</i>. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2020. P. 254-264</p> <p><i>Допоміжна:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Головченко Г. Медіаосвіта: нові напрями досліджень. <i>Рідна школа</i>. 2019. № 3–4. С. 42–47 2. Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів / за заг. ред. В. Ф. Іванова. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 100 с. URL: https://cutt.ly/oluuTZz 3. Сипченко О., Набока О., Чугаєва Л. Упровадження медіаосвіти у процес професійної підготовки андрагогів. <i>Гуманізація навчально-виховного процесу</i>: Зб. наук. праць. [за заг. ред. доц. С.А. Саяпіної]. Харків ТОВ «Видавництво НТМТ» 2019. № 4 (96). С. 165–179 <p>2) <i>Платформи та сервіси дистанційного навчання:</i> LearningApps, Padlet, Moodle Дистанційний курс «Основи медіаосвіти дорослих» http://ddpu.edu.ua:9090/moodle/course/view.php?id=1133</p> <p><i>Інформаційні ресурси в Інтернеті:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Закон України «Про вищу освіту» від 24.07.2020 № 1556-VII. URL: https://cutt.ly/SkZ9CAt 2. <u>Закон України «Про Національну програму інформатизації» від 07.06.2020 № 74/98-ВР</u>. URL: https://cutt.ly/club60U 3. Закон України «Про інформацію» від 16.07.2020 № 2657-XII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text 4. Закон України «Про доступ громадян до публічної інформації». URL: https://cutt.ly/OlunI95 5. Закон України «Про захист суспільної моралі». URL: https://cutt.ly/alunGBY 6. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) URL: https://cutt.ly/1gww347 <p><i>Платформи електронного навчання:</i> EdEra, Coursera, Edx, Prometheus, Iversity, FutureLearn, Canvas, Intel® «Обучение для будущего», YouTube. <i>Програми презентацій:</i> PowerPoint, Open Office Impress, Prezi. <i>Необхідне обладнання:</i> Комп'ютер (ноутбук), мультимедійний проектор, фліпчарт, ватман, маркери</p>
Темп	<p>Тема 1. Теоретичні засади медіаосвіти. Медіаосвіта як навчальна дисципліна в ЗВО. Медіаосвіта і медіаграмотність як освітні категорії. Історія розвитку медіаосвіти. Основні історичні етапи розвитку медіаосвіти в Україні та за кордоном. Нормативно-правове забезпечення медіаосвіти</p> <p>Тема 2. Медіаосвіта та медіаграмотність як складові медіакомпетентності фахівця. Медіакультура як основна вимога до особистості інформаційного суспільства. Інформаційний простір сучасної людини. Місце медіа у формуванні світогляду особистості. Основи медіаграмотності фахівця. Види та рівні медіаосвіти. Моделі медіаграмотності та методи їх конструювання. Медіаосвіта як засіб розвитку критичного мислення</p> <p>Тема 3. Освітній інструментарій медіаінформаційної грамотності фахівця. Засоби масової інформації і комунікації в освітній діяльності фахівця. Нові медіа та комунікації як фактор взаємодії в інформаційному освітньому середовищі. Технології розвитку</p>

	медіаграмотності, особливості їх функціонування. Профілактика сучасних маніпулятивних технологій масових комунікацій. Тренінг
Методичні поради для викладачів «Як навчати?»	<p><i>Словесні методи:</i> лекція (проблемна, лекція з розгляду конкретних ситуацій, вікторина, лекція-консультація, круглий стіл, мультимедійна, інтерактивна тощо), пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, бесіда, семінар, диспут, дискусія тощо;</p> <p><i>наочні методи:</i> спостереження, демонстрація, інфографіка, ілюстрація;</p> <p><i>практичні методи:</i> практичні заняття, рефреш-семінари виконання практичних завдань, обробка довідкової інформації, моделювання, ситуаційні вправи, аналіз подій, самостійна робота, зокрема з використання інформаційно-комунікаційних засобів навчання (робота із друкованими та електронними інформаційними ресурсами, виконання індивідуальних завдань, тестування в режимі самооцінювання);</p> <p><i>робота з навчально-методичною літературою</i> (конспектування, тезування, рецензування, есе);</p> <p><i>відеометод</i> у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання: дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані, гейміфіковані та ін.;</p> <p><i>активні методи навчання:</i> метод проєктів, моделювання професійних ситуацій в умовах квазіпрофесійної діяльності, брейнстормінг, «Плюси й мінуси», структурно-логічні схеми, MindMap, сторітелінг, web-квести;</p> <p><i>інтерактивні методи навчання:</i> робота в малих групах, навчаючись, дерево рішень, займи позицію, дебати, метод «Six Thinking Hats», кейс-метод, тренінг, тестування</p>
Методичні поради для здобувачів «Як навчатися?»	<p>Здобувачі опрацьовують теоретичний матеріал лекцій та презентацій; готуються до практичних занять, складають освітній інструментарій медіаінформаційної грамотності фахівця.</p> <p><i>Види роботи здобувачів:</i> складання глосарію, доповіді, виконання комплексних завдань, порівняльний аналіз медіаосвітнього контенту, розробка мультимедійних презентацій, інфографіки, робота над науковим повідомленням з історії медіаосвіти в різних країнах, статтю промоушен, розгляд та обговорення кейсів (відеокейсів), підготовка до ділових ігор, творчих звітів, робота в парах, у групах, командні проєкти, проєктування тренінгового заняття з використанням медіаосвітнього контенту для дорослих учнів, підготовка до презентації результатів виконаних завдань тощо, тестового контролю, заліку.</p>
Оцінювання	<p><i>Види:</i> вхідний контроль, поточний контроль, взаємоконтроль (взаємооцінювання), самоконтроль (рефлексія, самооцінювання), підсумковий контроль – семестровий залік</p> <p><i>Методи:</i> спостереження за навчальною діяльністю здобувачів, усне, письмове опитування, оцінювання самостійної роботи, тестування</p> <p><i>Форми:</i> індивідуальна та фронтальна перевірка</p> <p><i>Оцінювання результатів</i> навчання здобувачів вищої освіти здійснюється відповідно до Положення про контрольні заходи в ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет» http://www.slavdpu.dn.ua/images/stories/news/normativ/003.pdf та на підставі поточного оцінювання знань за умови, якщо набрана кількість балів з поточного тестування та самостійної роботи складатиме не менше 60 балів. Отримані бали за відвідані заняття та виконані</p>

<p>практичні завдання й самостійну роботу додаються і є підсумковою оцінкою за вивчення навчальної дисципліни. Максимально за поточною успішністю здобувач вищої освіти може набрати 100 балів.</p> <p>Підсумковий контроль – семестровий залік оцінюється за 100-бальною та національною шкалами</p> <p><i>Основні вимоги</i> до оцінювання результатів поточного та підсумкового контролів передбачають: виконання всіх видів навчальної роботи, що передбачені робочою програмою навчальної дисципліни; глибина і характер знань навчального матеріалу за змістом навчальної дисципліни, що міститься в основних та додаткових рекомендованих джерелах; уміння аналізувати явища, що вивчаються, у їх взаємозв'язку і розвитку; характер відповідей на поставлені питання (чіткість, лаконічність, логічність, послідовність тощо); уміння застосовувати теоретичні положення під час розв'язання практичних завдань; уміння аналізувати достовірність одержаних результатів.</p> <p><i>Критерії оцінювання</i> результатів навчальних досягнень здобувачів:</p> <p>«зараховано» (90-100 балів) – здобувач демонструє високий рівень досягнення запланованих результатів вивчення навчальної дисципліни, (75-89 балів) – здобувач виявляє достатній рівень досягнення запланованих результатів вивчення навчальної дисципліни, (60-74 балів) – наявний рівень мінімально достатніх знань, «не зараховано» (26-59 балів) – недостатній рівень наявних результатів навчання, (0-25 балів) – результати навчання відсутні.</p> <p>Критерії оцінювання різних видів навчальної діяльності прописані у кожному завданні</p> <p style="text-align: center;">Розподіл балів, що присвоюється здобувачам, із розподілом за темами за результатами поточного контролю (денна форма навчання)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Тема</th> <th colspan="2">Лекції</th> <th colspan="2">Практичні заняття</th> <th colspan="2">Самостійна робота</th> </tr> <tr> <th>Max</th> <th>Min</th> <th>Max</th> <th>Min</th> <th>Max</th> <th>Min</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Т 1.1</td> <td>1</td> <td>0,5</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Т 1.2</td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Т 1.3</td> <td>1</td> <td>0,5</td> <td></td> <td></td> <td>6</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Т 1.4</td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Т 1.5</td> <td>1</td> <td>0,5</td> <td></td> <td></td> <td>5</td> <td>2,5</td> </tr> <tr> <td>Т 2.1</td> <td>1</td> <td>0,5</td> <td></td> <td></td> <td>5</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Т 2.2</td> <td>1</td> <td>0,5</td> <td></td> <td></td> <td>3</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Т 2.3</td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Т 2.4</td> <td></td> <td></td> <td>5</td> <td>2</td> <td>6</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Т 2.5</td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Т 2.6</td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Т 3.1</td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Т 3.2</td> <td></td> <td></td> <td>2</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Т 3.3</td> <td></td> <td></td> <td>5</td> <td>2</td> <td>6</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Т 3.4</td> <td></td> <td></td> <td>6</td> <td>4</td> <td>8</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Разом</td> <td>5</td> <td>2,5</td> <td>30</td> <td>15</td> <td>65</td> <td>42,5</td> </tr> </tbody> </table>	Тема	Лекції		Практичні заняття		Самостійна робота		Max	Min	Max	Min	Max	Min	Т 1.1	1	0,5					Т 1.2			2	1			Т 1.3	1	0,5			6	3	Т 1.4			2	1	2	2	Т 1.5	1	0,5			5	2,5	Т 2.1	1	0,5			5	3	Т 2.2	1	0,5			3	2	Т 2.3			2	1	3	2	Т 2.4			5	2	6	3	Т 2.5			2	1	3	2	Т 2.6			2	1	6	3	Т 3.1			2	1	6	3	Т 3.2			2	1	6	4	Т 3.3			5	2	6	4	Т 3.4			6	4	8	6	Разом	5	2,5	30	15	65	42,5
Тема		Лекції		Практичні заняття		Самостійна робота																																																																																																																							
	Max	Min	Max	Min	Max	Min																																																																																																																							
Т 1.1	1	0,5																																																																																																																											
Т 1.2			2	1																																																																																																																									
Т 1.3	1	0,5			6	3																																																																																																																							
Т 1.4			2	1	2	2																																																																																																																							
Т 1.5	1	0,5			5	2,5																																																																																																																							
Т 2.1	1	0,5			5	3																																																																																																																							
Т 2.2	1	0,5			3	2																																																																																																																							
Т 2.3			2	1	3	2																																																																																																																							
Т 2.4			5	2	6	3																																																																																																																							
Т 2.5			2	1	3	2																																																																																																																							
Т 2.6			2	1	6	3																																																																																																																							
Т 3.1			2	1	6	3																																																																																																																							
Т 3.2			2	1	6	4																																																																																																																							
Т 3.3			5	2	6	4																																																																																																																							
Т 3.4			6	4	8	6																																																																																																																							
Разом	5	2,5	30	15	65	42,5																																																																																																																							

Розподіл балів, що присвоюються здобувачам, із розподілом за темами за результатами поточного контролю (заочна форма навчання)

Тема	Лекції		Практичні заняття		Самостійна робота	
	Max	Min	Max	Min	Max	Min
Т 1.1	1	0,5				
Т 1.2			6	3		
Т 1.3					8	4
Т 1.4					2	2
Т 1.5					6	4
Т 2.1			6	3	5	3
Т 2.2					3	2
Т 2.3					3	2
Т 2.4					8	4
Т 2.5					3	2
Т 2.6					8	4
Т 3.1					8	4
Т 3.2					8	5
Т 3.3	1	0,5			8	4
Т 3.4			6	3	10	7
Разом	2	1	18	9	80	50

Політика щодо дедлайнів та перескладань: роботи, що здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання (дострокове складання) курсу відбувається з дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Політика щодо академічної доброчесності: академічна доброчесність здобувачів вищої освіти є важливою умовою для формування результатів навчання за дисципліною і отримання відповідної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Академічна доброчесність базується на засудженні практик списування (виконання письмових робіт із залученням зовнішніх джерел інформації, крім дозволених для використання), плагіату (відтворення опублікованих текстів інших авторів без зазначення авторства), фабрикації (вигадування даних чи фактів, що використовуються в освітньому процесі). Політика щодо академічної доброчесності регламентується Положенням про комісії з питань етики та академічної доброчесності в ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

<http://www.slavdpu.dn.ua/images/stories/news/normativ/013.pdf>

Жодні форми порушення академічної доброчесності не толеруються. *Політика щодо відвідування:* для здобувачів вищої освіти відвідування занять є обов'язковим. Поважними причинами для неявки на заняття є хвороба, участь в університетських заходах, відрядження, які необхідно підтверджувати документами у разі тривалої (два тижні) відсутності. Про відсутність на занятті та причини відсутності здобувач вищої освіти має повідомити викладача або особисто, або через старосту. Якщо здобувач вищої освіти захворів, ми рекомендуємо залишатися вдома і навчатися за допомогою дистанційної платформи. За об'єктивних причин (наприклад, міжнародна мобільність) навчання може відбуватись дистанційно – онлайн, за погодженням з викладачем.

Переваги вивчення навчальної дисципліни «Бонус вивчення»

Навчальну дисципліну «Основи медіаосвіти дорослих» розроблено відповідно до потреб та особливостей здобувачів, урахувано персоналізовані траєкторії навчання, студентоцентрикований підхід; вивчення даного курсу передбачає розвиток медіаосвітньої компетентності для здійснення професійної діяльності фахівця у сфері освіти дорослих, формування умінь безпечної взаємодії з медіаінформацією, правильного сприйняття конкретних явищ, категорій, понять, ідей та дійсності, коригування інформації, отриманої з відкритих джерел та інтернет-ресурсів шляхом викриття прихованого змісту окремих фактів та усунення негативного впливу на свідомість особистості, здатності до ефективного використання сучасних медіаосвітніх технологій у професійній діяльності педагога-андрагога з урахуванням сучасних тенденцій розвитку неперервної освіти, сприяє формуванню соціальних навичок (soft skills): комунікативність, лідерство, здатність брати на себе відповідальність, працювати в команді, тайм-менеджмент, розуміння важливості deadline (вчасного виконання поставлених завдань), здатність логічно і критично мислити, самостійно приймати рішення, креативність тощо. Здобувачі вищої освіти, які регулярно відвідували лекції, своєчасно виконали самостійну роботу, додатково отримують 3 бали до підсумкового оцінювання результатів навчання

Сипченко О.М.
канд. пед. наук, доцент



slavdpu

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни	
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Кількість кредитів – 3,5	Вибіркова	
Загальна кількість годин – 105	Рік підготовки:	
	2-й	2-й
	Семестр	
	3-й	3-й
Тижневих годин для денної форми навчання: контактних – 2 самостійної роботи здобувача – 6	Лекції	
	8 год.	4 год.
	Практичні	
	26 год.	8 год.
	Самостійна робота	
	71 год.	93 год.
Вид контролю: залік		

Метою вивчення навчальної дисципліни «Основи медіаосвіти дорослих» є: формування системи теоретичних знань медіаосвітньої діяльності та практичних умінь безпечної взаємодії з медіаінформацією, розвиток медіакультури та медіаграмотності, готовності до ефективного використання сучасних медіаосвітніх технологій у професійній діяльності педагога-андрагога.

2. Матриця компетентностей, програмних результатів навчання, результатів навчання, методів навчання, методів контролю з навчальної дисципліни «Основи медіаосвіти дорослих»

Результати навчання	Методи навчання	Методи контролю
Знати організаційно-методичні, психолого-педагогічні та методологічні аспекти формування медіакультури та медіаграмотності, сутність медіакомпетентності викладача ЗВО Здатність створювати медіапродукт та розробляти медіапроекти у професійній андрагогічній діяльності. Здатність розрізняти застосовувати методи організації професійної діяльності андрагога з використанням медіаосвітніх технологій Здатність до формування свідомого існування в медіасередовищі через формування критичного відношення до медіаконтенту Готовність до вироблення захисних механізмів від маніпулятивного контенту, створення умов інформаційної безпеки для дорослих учнів.	Поєднання традиційних, активних та інтерактивних методів навчання з використанням інноваційних технологій: словесні методи: лекція (проблемна, лекція з розгляду конкретних ситуацій, вікторина, лекція-консультація, круглий стіл, мультимедійна, інтерактивна тощо), пояснювально-ілюстративні, репродуктивні, бесіда, семінар, диспут, дискусія тощо; наочні методи: спостереження, демонстрація, інфографіка, ілюстрація; практичні методи: практичні заняття, рефреш-семінари, виконання практичних завдань, обробка довідкової інформації, моделювання, ситуаційні вправи, аналіз подій, самостійна робота, зокрема з використанням інформаційно-комунікаційних засобів навчання (робота із друкованими та електронними інформаційними ресурсами, виконання індивідуальних завдань, тестування в режимі самооцінювання); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, рецензування, есе); відеометод у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання: дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані, гейміфіковані та ін.; активні методи навчання: метод проєктів, моделювання професійних ситуацій в умовах квазіпрофесійної діяльності, брейнстормінг, «Плюси й мінуси», сторітелінг, веб-квести; інтерактивні методи навчання: робота в малих групах, дерево рішень, займи позицію, дебати, метод «Six Thinking Hats», кейс-метод, тренінг, тестування.	спостереження за навчальною діяльністю здобувачів, усне опитування, тестовий контроль, взаємоконтроль (взаємооцінювання), самоконтроль (рефлексія, самооцінювання) оцінювання самостійної роботи (написання наукового повідомлення з історії медіаосвіти в різних країнах, статті промоушен, розробка мультимедійної презентації, інфографіки, складання доповіді, глосарію, проєктування тренінгового заняття з використанням медіаосвітнього контенту для дорослих учнів тощо), залік

3. Структура навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин									
	Денна форма					Заочна форма				
	усього	зокрема			усього	зокрема				
л		п	лаб	с.р.		л	п	лаб	с.р.	
Тема 1. Теоретичні засади медіаосвіти										
1.1. Медіаосвіта як навчальна дисципліна в ЗВО	4	1		2	7	2				5
1.2. Медіаосвіта і медіаграмотність як освітні категорії	4		2	4	7		2			5
1.3. Історія розвитку медіаосвіти	4	1		2	6					6
1.4. Основні історичні етапи розвитку медіаосвіти в Україні та за кордоном	4		2	5	6					6
1.5. Нормативно-правове забезпечення медіаосвіти	4	2		2	6					6
Тема 2. Медіаосвіта та медіаграмотність як складові медіакомпетентності фахівця										
2.1. Медіакультура як основна вимога до особистості інформаційного суспільства	4	2		2	7		2			5
2.2. Інформаційний простір сучасної людини	4	2		2	6					6
2.3. Місце медіа у формуванні світогляду особистості	4		2	6	6					6
2.4. Основи медіаграмотності фахівця. Види та рівні медіаосвіти	4		4	8	7		2			5
2.5. Моделі медіаграмотності та методи їх конструювання	4		2	5	6					6
2.6. Медіаосвіта як засіб розвитку критичного мислення	4		2	5	6					6
Тема 3. Освітній інструментарій медіаінформаційної грамотності фахівця										
3.1. Засоби масової інформації і комунікації в освітній діяльності фахівця	7		2	5	6					6

3.2. Нові медіа та комунікації як фактор взаємодії в інформаційному освітньому середовищі	7		2		5	6				6
3.3. Технології розвитку медіаграмотності, особливості їх функціонування	13		4		9	11	2			9
3.4. Профілактика сучасних маніпулятивних технологій масових комунікацій. Тренінг	13		4		9	12		2		10
Усього годин	105	8	26		71	105	4	8		93

4. Програма навчальної дисципліни

4.1. Теми лекцій

№ з/п	Назва теми	Години	
		дфн	зфн
1	Медіаосвіта як навчальна дисципліна в ЗВО	1	2
2	Історія розвитку медіаосвіти	1	
3	Нормативно-правове забезпечення медіаосвіти	2	
4	Медіакультура як основна вимога до особистості інформаційного суспільства	2	
5	Інформаційний простір сучасної людини	2	
6	Технології розвитку медіаграмотності, особливості їх функціонування		2
	Разом	8	4

4.2. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Години	
		дфн	зфн
1	Медіаосвіта і медіаграмотність як освітні категорії	2	2
2	Основні історичні етапи розвитку медіаосвіти в Україні та за кордоном	2	
3	Медіакультура як основна вимога до особистості інформаційного суспільства		2
	Місце медіа у формуванні світогляду особистості	2	
4	Основи медіаграмотності фахівця. Види та рівні медіаосвіти	4	2
5	Моделі медіаграмотності та методи їх конструювання	2	
6	Медіаосвіта як засіб розвитку критичного мислення	2	
7	Засоби масової інформації і комунікації в освітній діяльності фахівця	2	
8	Нові медіа та комунікації як фактор взаємодії в інформаційному освітньому середовищі	2	
9	Технології розвитку медіаграмотності, особливості їх функціонування	4	

10	Профілактика сучасних маніпулятивних технологій масових комунікацій. Тренінг	4	2
	Разом	26	8

4.3. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Години	
		дфн	зфн
1	Теоретичні засади медіаосвіти	15	28
2	Медіаосвіта та медіаграмотність як складові медіакомпетентності фахівця	28	34
3	Освітній інструментарій медіаінформаційної грамотності фахівця	28	31
	Разом	71	93

5. Критерії оцінювання результатів навчання

Критерії оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти, затверджені в ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет» (для оцінювання заліку): **«зараховано» (60-100 балів)** заслуговує здобувач вищої освіти, який за час відвідування лекційних, практичних та/або лабораторних занять й за виконану самостійну роботу отримав зазначену кількість балів упродовж семестру; **«не зараховано» (0-59 балів)** виставляється здобувачеві вищої освіти, який за час відвідування лекційних, практичних та/або лабораторних занять й за виконану самостійну роботу не набрав 60 балів упродовж семестру, він має прогалини в знаннях основного навчально-програмного матеріалу.

Оцінювання результатів навчання здійснюється під час проведення всіх видів занять і самостійної роботи.

Оцінювання результатів навчання здобувачів у процесі лекції виставляється за такими критеріями:

- присутність здобувача на лекції, складання її конспекту й активна участь у процесі лекції.

Оцінювання результатів навчання здобувачів у процесі практичного заняття виставляється за такими критеріями:

- під час опитувань – за повну та ґрунтовну відповідь на задане запитання з теми заняття;

- у процесі виконання ситуаційних вправ і завдань – за запропонований правильний алгоритм (послідовність) виконання завдання; за знання теоретичних основ проблеми, порушеної в завданні.

Оцінювання розроблених кейсів, повідомлень, презентацій за визначеними темами виставляється відповідно до критеріїв:

- за повноту та використання сучасних концепцій і джерел інформації (крім лекційного конспекту має бути ще не менше трьох джерел інформації);

- за оформлення роботи згідно з вимогами і наявність посилань на літературні та інтернет джерела;

- за наявність змістовних висновків;

- за глибокі знання навчального матеріалу, що містяться в основних і додаткових рекомендованих літературних джерелах.

Унаслідок виявлення невідповідності результатів навчання окремим критеріям із тієї чи іншої форми контролю знань кількість балів, що виставляється здобувачеві, може бути знижена:

- за неповну відповідь;

- за кожну неправильну відповідь;

- за невчасне виконання завдання;

- за недостовірність поданої інформації;

- за недостатнє розкриття теми;

- за відсутність посилань на інтернет і літературні джерела.

Критерії оцінювання різних видів навчальної діяльності прописані у кожному завданні.

6. Засоби діагностики результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є: завдання для вхідного, поточного та підсумкового контролю, взаємоконтролю (взаємооцінювання), самоконтролю (рефлексія, самооцінювання), тестового контролю, усного, письмового опитування, оцінювання самостійної роботи (наукового повідомлення з історії медіаосвіти в різних країнах, статті промоушен, розробка мультимедійної презентації, інфографіки, складання

доповіді, проектування тренінгового заняття з використанням медіаосвітнього контенту для дорослих учнів), залік.

7. Рекомендована література

Основна

1. Медіакультура в контексті міждисциплінарних досліджень: монографія / за загал. наук. ред. В.В. Березенко, М.А. Лепського, О.О. Семенець; відп. ред. К. Г. Сіриньок-Долгарьова. Запоріжжя: Кераміст, 2017. 309 с.

2. Найдьонова Л. А. Медіаосвіта в Україні: особливості реалізації соціально-психологічної моделі. URL: <http://www.academia.edu>

3. Немеш О.М. Віртуальна діяльність особистості: структура та динаміка психологічного змісту: монографія. Київ: Слово, 2017. 391 с.

4. Сипченко О., Кизь Н. Медіаосвітні технології як засіб формування професійної компетентності майбутніх викладачів. *Гуманізація навчально-виховного процесу*: Зб. наук. праць. [за заг. ред. доц. С.А. Саяпіної]. Харків ТОВ «Видавництво НТМТ» 2019. № 6 (98). С. 110–121.

5. Sypchenko Olha, Boiko Iryna Formation of communicative competence of masters of education, pedagogical sciences by means of media educational technologies. Education pedagogy: problems and prospects for development in the context of reform. Editors: Sławomir Śliwa, Olga Tsybulko. *Monograph*. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2020. P. 254-264

Допоміжна

1. Головченко Г. Медіаосвіта: нові напрями досліджень. *Рідна школа*. 2019. № 3–4. С. 42–47

2. Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів / за загал. ред. В. Ф. Іванова. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 100 с. URL: <https://cutt.ly/oluuTZz>

3. Сипченко О., Набока О., Чугаєва Л. Упровадження медіаосвіти у процес професійної підготовки андрагогів. *Гуманізація навчально-виховного процесу*: Зб. наук. праць. [за заг. ред. доц. С.А. Саяпіної]. Харків ТОВ «Видавництво НТМТ» 2019. № 4 (96). С. 165–179.

8. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Закон України «Про вищу освіту» від 24.07.2020 № 1556-VII. URL: <https://cutt.ly/SkZ9CAt>

2. Закон України «Про Національну програму інформатизації» від 07.06.2020 № 74/98-ВР. URL: <https://cutt.ly/club60U>

3. Закон України «Про інформацію» від 16.07.2020 № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>

4. Закон України «Про доступ громадян до публічної інформації». URL: <https://cutt.ly/OlunI95>

5. Закон України «Про захист суспільної моралі». URL: <https://cutt.ly/alunGBY>

6. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) URL: <https://cutt.ly/1gww347>

9. Посилання на дистанційний курс

<http://ddpu.edu.ua:9090/moodle/course/view.php?id=1133>

**НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ЛЕКЦІЙ ІЗ
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ОСНОВИ МЕДІАОСВІТИ ДОРΟΣЛИХ»
ОПОРНИЙ КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ**

Тема заняття: Медіаосвіта як навчальна дисципліна в ЗВО.
Історія розвитку медіаосвіти

Мета вивчення: представити здобувачам другого магістерського рівня вищої освіти теоретичні положення дисципліни «Основи медіаосвіти дорослих»; схарактеризувати категоріальний апарат медіаосвіти, визначити основи інформаційного суспільства та типи соціальної інформації, розкрити особливості організації медіаосвіти, виявити основні вектори впровадження медіаосвіти і медіаграмотності, забезпечити розуміння різновидів та історичного розвитку медіа; розвивати творче мислення; виховувати зацікавленість дисципліною, прагнення самостійно отримувати нові знання; удосконалювати професійну увагу.

План лекції:

1. Категоріальний апарат медіаосвіти
2. Основи інформаційного суспільства
3. Типи соціальної інформації
4. Організація медіаосвіти
5. Основні вектори впровадження медіаосвіти і медіаграмотності
6. Різновиди та історичний розвиток медіа

Література:

1. Звіт «Впровадження медіаосвіти і медіаграмотності в загальноосвітніх школах України. Аналітичний звіт за результатами комплексного дослідження, проведеного у 2014-16 році на замовлення проекту У-Медіа Інтерньюз-Нетворк». Дослідження здійснено Європейською Дослідницькою Асоціацією.

2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція)
URL: <https://cutt.ly/1gww347>

3. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навч. посібн. / О.Т. Барішпольєць, Л.А. Найдюнова, Г.В. Мироненко, О.Є.Голубева, В.В.Різун та ін.; За ред. Л.А.Найдюнової, О.Т.Барішпольєця. К.: Міленіум, 2010. 440 с.

4. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / [ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко; наук. ред. В. В. Різун]. К.: Центр вільної преси, 2012. 352 с.

5. Нова школа: простір освітніх можливостей. URL: <http://mon.gov.ua/Новини%202016/08/17/mon.pdf>

6. Педагогические аспекты формирования медийной и информационной грамотности URL: <http://iite.unesco.org/pics/publications/ru/files/3214708.pdf>

7. Практична медіаосвіта: авторські уроки. Збірка / Ред.-упор. В.В.Різун та В.В.Літостанського. Київ: АУП, 2013. 447 с.

8. Рекомендація 2006/962/ЄС Європейського Парламенту та Ради (ЄС) «Про основні компетенції для навчання протягом усього життя» від 18 грудня 2006 року. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994_975

9. Чи критично громадяни ставляться до медіа URL: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/chi_kritichno_gromadyani_stavlyatsya_do_media_sotsdoslidzhennya/

10. Цифровое будущее. Каталог навыков медиа- и информационной грамотности URL: http://www.ifapcom.ru/files/News/Images/2013/mil_cat_rus.pdf

11. Шейбе С. Медіаграмотність: Підручник для вчителя / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу / Перекл. з англ. С.Дьома; за заг. ред. В.Ф.Іванова, О.В.Волошенко. К.: Центр вільної преси, АУП, 2014. 319 с.

Ключові поняття: медіаосвіта, інформаційне суспільство, соціальна інформація, медіаграмотність, медіа.

Питання 1. Категоріальний апарат медіаосвіти

За даними ЮНЕСКО «Медіаосвіта – навчання теорії та практичних умінь для оволодіння сучасними засобами масової комунікації, що розглядається як частина специфічної й автономної галузі знань у педагогічній теорії та практиці. Його варто відрізнити від використання ЗМК як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань». Останнє прийнято позначати терміном «медіадидактика».

Медіаосвіта, медіапросвіта, медіакультура та медіаграмотність

У сучасних енциклопедіях визначено медіаосвіту як напрям педагогіки, що вивчає закономірності масової комунікації (преси, ТБ, радіо, кіно, відео тощо).

Основні завдання медіаосвіти: готувати нові покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприйняття різної інформації, навчати людину розуміти її, усвідомлювати наслідки її впливу на психіку, опанувати способи спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів. Існує й більш широке розуміння медіаосвіти: не тільки як певного компонента шкільної чи вищої освіти, а й як довгострокової суспільно-просвітницької діяльності, поширювальної на дітей і дорослих. Тобто медіаосвіта розуміється і як медіапросвіта, яка передбачає безупинний розвиток особистості в суспільстві, виховання активних поінформованих громадян, наділених високою культурою спілкування із ЗМК, що і є одним з основних соціетальних елементів інформаційного суспільства.

У сучасних трактуваннях медіаосвіти наголос робиться на формуванні в аудиторії здатності до активного й осмисленого засвоєння медійного змісту, базованої на знаннях про сутність, специфіку і цілі

масових комунікацій. Дедалі більша увага приділяється розвитку самостійного критичного мислення стосовно ЗМІ, набуттю практичних навичок у виявленні неправдивих повідомлень і перекручувань в отримуваній інформації, виробленню стійкого імунітету проти маніпулятивного впливу масмедіа, збагаченню соціального досвіду аудиторії у практиці спілкування з друкованою та електронною продукцією. Назагал медіаосвіта покликана виробляти медіакультуру раціонального освоєння медійного змісту, розвивати соціальну активність громадян.

Зазначимо, що приватне, професійне і громадське життя сьогодні невідривно пов'язане з медійною та інформаційною компетенцією. Традиційна грамотність, яка розумілася як вміння читати і писати, вже з першої половини ХХ століття отримала розширене значення: дослідники визначили, що аудіовізуальні медіа стають новою мовою людства і, так же, як свого часу, вивчали традиційну абетку нині необхідно вміти «читати» мову кіно і телебачення. Нові медіа своєю чергою стали джерелами медійних повідомлень, які мали зовсім іншу формальну природу і, відповідно, формували нову мову спілкування. Сьогодні ключовим для розуміння концепції медіаграмотності є поняття «медіатексту», під яким ми розуміємо не лише написане чи зображене, а будь-який предмет діяльності культури, який поширюється на масові аудиторії.

У документах ЮНЕСКО пропонується об'єднувати поняття медійної та інформаційної грамотності в одне: «**медіа-інформаційна грамотність**» означає володіння компетенціями (знаннями, вміннями і ціннісними установками), що дозволяють громадянам ефективно взаємодіяти з медіа та іншими інформаційними службами, розвивати критичне мислення і навички навчання протягом усього життя для спілкування і реалізації активної громадянської позиції.

Медіаграмотність – це активне чи пасивне сприйняття і використання матеріалів медіа, включаючи їх критичне сприйняття і усвідомлену оцінку, розуміння методів, які використовують медіа і їх вплив. Термін означає здатність читати, аналізувати, оцінювати і здійснювати комунікацію з використанням різних форм медіа (наприклад, телебачення, преси, радіо тощо). Поряд побутує й інше розуміння цього терміна: здатність розшифровувати, аналізувати, оцінювати і здійснювати комунікацію в різноманітних формах. Медіаграмотність – сукупність компетенцій, які дозволяють людям отримувати доступ, аналізувати, оцінювати і створювати повідомлення в різних видах медіа, жанрах і формах для особистого самовираження і реалізації своїх цивільних прав та, тим самим, забезпечення фундаментальних свобод суспільства. Тоталітарні режими гальмують розвиток медіаосвіти або спотворюють її цілі.

Сьогодні очевидно, що необхідна всеохопна система навчання

медійній та інформаційній грамотності, яка має бути введена в школах, університетах, центрах життя громади та бібліотеках.

Питання 2. Основи інформаційного суспільства

Наш час – це доба кардинальних перетворень і технології масових комунікацій, і у системі засобів масової інформації. Збільшення числа каналів радіомовлення, кабельного телебачення, інформаційних технологій систематизації даних, бурхливий розвиток комп'ютерних мереж, відео і DVD-технологій – усе це змушує говорити про якісні зміни загальнопланетарної культури, які справляють кардинальний вплив на культури національні.

У нових ЗМІ здійснюється зворотній зв'язок між суб'єктами та об'єктами інформаційного процесу. НТР породив не лише нові галузі у сфері масових комунікацій, а й спричинив перехід людства до інформаційного суспільства – нової фази цивілізації.

Чимало західних мислителів наголошують, що нове суспільство потребує змін в організації не лише виробництва, а й освіти, культури, виховання тощо (М.Маклюєн, О.Тоффлер, Дж. Мартін, П.Тейар де Шарден). Так, наприклад, Тоффлер зауважує, що з розвитком інформаційного суспільства на зміну неефективним формам праці приходять нові – творчо-дослідницькі: робітник стає високоінтелектуальним, інформаційно освіченим професіоналом, а це в свою чергу має зумовити зміну соціальних стосунків та цього соціуму, привести до якісної нової структури суспільства, основу якого складатиме інформація. Французький дослідник М.Понятковський вважає, що в майбутньому виживе та держава, яка має кращі комунікації та інформацію. Його «наукове суспільство» потребує, крім глибоких знань, зовсім нового типу культури та освіти.

Критики інформаційного суспільства вважають, що постіндустріальне суспільство має ґрунтуватися передусім на духовних та морально-етичних засадах, а також на

теоретичних знаннях, а щодо інформації, то головне полягає не у стрімкому її зростанні, а в її змісті.

Повсюдне вторгнення інформації в суспільне життя має як позитивні, так і негативні наслідки. Які саме?

Питання 3. Типи соціальної інформації

Сьогодні в суспільстві немає людини. Яка б не біла втягнута в інформаційні процеси, тобто, у виробництво, розповсюдження чи споживання інформації. В основі соціальної комунікації лежить інформація. Інформація –

- 1) повідомлення про щось;
- 2) Відомості про навколишній світ, процеси, події, ситуації, чиясь

діяльність, що ї сприймають людина і живі організми, керуючі машини та інші системи. Отже, інформація це не сама дійсність, а повідомлення про неї, сприйняте людиною. Ось від цього моменту сприйняття повідомлення людиною і беруть початок інформаційні процеси в суспільстві, інформаційне середовище та інформаційний простір суспільства.

У суспільстві циркулює найскладніший вид інформації – **інформація соціальна**. Це сукупність знань про суспільство, природу, навколишній світ, які охоплюють усі галузі людської діяльності та використовуються для спілкування, управління, виробництва, пізнання, наукової та художньої творчості, виховання, освіти тощо. Дотичність до певної сфери суспільної практики поділяє інформацію на «тематичні» підвиди: політична, економічна, етична, естетична, технічна, релігійна та ін..

Соціальна інформація виконує такі головні функції: комунікативну; управління (забезпечення процесу керування потрібним обсягом інформації; науково-пізнавальну (відображення зв'язку інформації із соціальним пізнанням; освітньо-виховну (цілеспрямований процес оволодіння особою соціального досвіду та знань для активної участі в суспільному житті).

Масова комунікація – процес поширення інформації (знань, духовних цінностей, моральних і правових норм тощо) з допомогою технічних засобів (преса, радіо, телебачення, комп'ютерна техніка та ін.) на чисельно великі, розосереджені аудиторії.

Основні параметри, що відрізняють масову комунікацію від групової, - кількісні. У той же час внаслідок значного кількісного переваги (збільшення окремих комунікативних актів, каналів, учасників тощо) створиться нова якісна сутність, комунікації з'являються нові можливості, створюється потреба в особливих засобах (передача інформації на відстань, швидкість, тиражування тощо).

Масова комунікація характеризується наступними ознаками: опосередкованість спілкування технічними засобами (забезпечують регулярність і тиражированість); масовість аудиторії, спілкування великих соціальних груп; яскраво виражена соціальна орієнтованість спілкування; організований, інституціональний характер спілкування; відсутність безпосереднього зв'язку між комунікатором і аудиторією в процесі спілкування; соціальна значущість інформації; багатоканальність і можливість вибору комунікативних засобів, що забезпечують варіативність, нормативність масової комунікації; підвищена вимогливість до дотримання прийнятих норм спілкування; односпрямованість інформації та фіксування комунікативних ролей; «колективний» характер комунікатора та його публічна індивідуальність; масова стихійна, анонімна, розрізнена аудиторія; масовість, публічність, соціальна актуальність і періодичність повідомлень; переважання двоступінчастого характеру сприйняття повідомлення.

Соціальна значущість масової комунікації полягає у відповідності певним соціальним запитам і очікуванням (вмотивованість, очікування оцінки, формування громадської думки), вплив (навчання, переконання, навчання тощо). При цьому краще сприймається очікуване повідомлення, коли для різних цільових груп готуються окремі повідомлення з урахуванням інтересів цільової аудиторії.

Поява і розвиток технічних засобів спілкування зумовило формування нового соціального простору – масового суспільства. Дане суспільство характеризується наявністю специфічних засобів зв'язку - засобів масової комунікації.

Засоби масової комунікації (ЗМК) - це спеціальні канали і передавачі, завдяки яким відбувається поширення інформаційних повідомлень на великі території. Технічні засоби масової комунікації включають засоби масової інформації (ЗМІ: преса, радіо, телебачення, мережа Інтернет), засоби масового впливу (СМВ: театр, кіно, цирк, видовища, література) та власне технічні засоби (пошта, телефон, телефакс, модем).

Питання 4. Організація медіаосвіти

Місія медіаосвіти. Медіаосвіта покликана привчати до нового типу роботи з інформацією, коли вчитель, учень і ЗМК вступають у тристороннє спілкування. При цьому постійно враховується фактор чужої думки, у явній чи прихованій формі присутньої у повідомленнях ЗМК; розпізнавання її сприяє формуванню ціннісних орієнтацій особистості. Ідеальним підсумком стає реалізація творчого потенціалу особистості у будь-якій формі: від усних виступів до самостійної роботи над базами даних, сайтами, відеофільмами й іншими варіантами групових чи індивідуальних творчих проєктів. У дітей формуються інформаційні уміння (збирати, сприймати, розуміти, обробляти, перетворювати і ефективно використовувати інформацію). Одночасно з механізмами збагнення змісту й переробки інформації розвиваються і певні інформаційно-комунікативні вміння – відтінати зайве, здійснювати селекцію масивів інформації та ін.

Таким чином, основна проблема полягає в тому, щоб зробити механізми сприйняття, інтерпретації, засвоєння інформації підконтрольними учневі, аби він міг використовувати ці механізми свідомо. Тобто йдеться не про підготовку майбутнього журналіста, не про дофахову медіапедагогіку, хоча, звичайно, ці аспекти можуть бути присутні. Ми маємо на увазі насамперед ту складову частку загальної культури дитини та її соціалізації, яка дасть їй можливість у зрілому віці ефективно функціонувати в розмаїтому інформаційному середовищі незалежно від суті й змісту своєї соціальної ролі.

Форми медіаосвіти. Досвід зарубіжних медіапедагогів виявляє

потенційні можливості медіаосвіти, які повною мірою можуть бути розкриті в різних її формах. Це інтеграція в навчальні предмети, автономні уроки, лекції, семінари, спецкурси, факультативи, гуртки, медіастудії, клуби тощо.

Особливо важливою для системи медіаосвіти є форма *інтеграції*. Сучасний школяр зустрічається з мультимедіа практично щодня, граючи в комп'ютерні ігри різних напрямів і рівнів складності, працюючи з розвивальними програмами, різноманітними електронними ресурсами. За необхідною інформацією учні та студенти звертаються до «Всесвітнього павутиння» чи не частіше, ніж до звичайних книг і навчальних посібників. Мультимедійні засоби в молодіжному і шкільному середовищі переважно виступають як джерело інформації (читання наукової та художньої літератури, вивчення інтерактивних каталогів і т. ін.); засіб спілкування (знайомство, листування за допомогою електронної пошти і т. д.); форма відпочинку і розваги (комп'ютерні ігри, прослуховування компакт-дисків, перегляд кінофільмів тощо); технічний засіб навчання (вивчення таблиць, довідників, географічних карт і т. д.).

Шкільні медіатеки. Безумовно, для вирішення сучасних завдань освіти необхідні методичне і програмне забезпечення школи, підготовка вчителів до активної медіаосвітньої діяльності на матеріалі мультимедіа. Наприклад, Інститутом загальної середньої освіти Російської академії освіти розроблена модель "оптимального інформаційно-педагогічного середовища" у школі.

Дистанційне навчання. Розвиток комп'ютерних технологій і розповсюдження Інтернету надають можливості для організації єдиної освітньої мережі дистанційного навчання (ДН), заснованою на поєднанні комп'ютерної мережі й інтерактивного телебачення. У даний час існує кілька моделей ДН, що спираються на використання засобів масової комунікації (телебачення, мультимедійні програми, відео та ін.).

Питання 5. Основні вектори впровадження медіаосвіти і медіаграмотності

Продовжуються теоретичні дискусії щодо визначення МО та її складників, але більшість теоретиків і практиків сходяться на трьох складових:

- Аналіз медійних текстів;
- Розвиток навичок критичного мислення;
- Створення власних медіапродуктів (медіатекстів).

В Україні в середній загальноосвітній школі сьогодні МО і МГ викладаються як у формі окремих предметів («Основи медіаграмотності», «Сходінки до медіаграмоти», «Медіакультура», «Медіаосвіта» тощо), так і інтегровано. З 2014 р. все більше викладачів схиляються до інтегрованого викладання МО і МГ. В 2015/16 рр. особливих успіхів досягла інтеграція

МО у викладання суспільних дисциплін, що обумовлено, як підготовкою методичного забезпечення, так і тим, що саме ці предмети знаходяться найближче до трактування сучасної історії.

МО і МГ як окремий предмет викладається в близько 300 школах. Облікувати викладачів, які впроваджують інтегровано без спеціального дослідження складно. Але безумовними лідерами є природничі та гуманітарні дисципліни.

Найбільш необхідними практичними навичками сьогодні, які можуть надаватися на заняттях з МО і МГ, на думку викладачів, є усвідомлення, що інформацією можна маніпулювати і звідси розвиток навичок з декодування маніпуляцій. Розвивається позакласна (гурткова) робота в сфері МО і МГ, де найпопулярніший вид діяльності – це створення шкільних медіа (приміром, однією з найзапитуваніших програм АУП була серія семінарів та навчальний модуль «Як створити сучасну шкільну газету»). Збільшується попит на медіапросвіту батьків. Освітня все більше трактує медіакомпетентність педагога як одну з основних педагогічних компетентностей.

Перешкоди впровадження медіаосвіти в освітню систему:

1. Недостатність системної підтримки впровадження медіаосвіти в варіативну/вибіркову частину навчально-освітніх програм з боку МОН України, особливо в контексті реформування освіти.

2. Недостатня кількість та інструменталізація навчально-методичних посібників (спочатку готувалися загальні посібники та моделі уроків, а зараз існує необхідність підготовки посібника для кожної вікової категорії + інтегрованого викладання з кожного предмету).

3. Недостатня кількість і рівень підготовки фахівців. Вирішення: через подальше впровадження МО і МГ в програми педагогічних вишів і курси підвищення кваліфікації педагогів. Підготовка спеціалізованих курсів для різних категорій.

4. Відсутність медіа для школярів. Школярі споживають медіаповідомлення, орієнтовані на категорії дорослих. Комерційні медіа не мають «маленьких братів та сестер», як це практикується в розвинутих демократичних суспільствах. Громадсько-політичні видання (газетна та медійна індустрія), на відміну від розвинутих країн (приклади Швеції та Німеччини) не дбають про виховання/залучення молодого читача.

5. Відсутність легальної медіатеки (ресурсів). Зразком тут може послугувати польський проект «Шкільна фільмотека», де підготовлено пакет з більше, аніж 100 художніх, документальних та анімаційних фільмів та методичних рекомендацій (лекцій) для використання під час навчання в школі. Це і класика польського кінематографу, і сучасні кінотвори. В основному навчальному плані загальної освіти Польщі було передбачено можливість для активного впровадження кіноосвіти (www.filmotekaszkolna.pl).

Медіаосвітня діяльність зустрічає розуміння з боку керівників бібліотек і бібліотекарів. Грунт, підготовлений діяльністю програми «Бібліоміст», яка підштовхнула публічні бібліотеки до переосмислення їх функцій в інформаційному суспільстві.

Чільні донори в сфері МО і МТ

Програма У-Медіа Інтерньюз-Нетворк, Міжнародний фонд «Відродження», Польський Інститут в Києві, Програма Матра Міністерства закордонних справ Королівства Нідерландів, Фонд Східна Європа, Посольство Чеської Республіки в Україні (Міністерство закордонних справ Чеської Республіки), DANIDA, Mymedia, IREX

Державні інституції, дотичні до упровадження МО і МТ

Міністерство освіти і науки України

Міністерство культури України

Міністерство молоді та спорту України

Найуспішніші міжнародні приклади упровадження медіаосвіти і медіаграмотності ґрунтуються на синергії і поєднанні зусиль різних організацій та гравців на загальнонаціональному та регіональному рівні, коли різні зацікавлені сторони взаємопосилуються через створення нових партнерських мереж.

Системне включення медіаосвіти в усі рівні системи освіти неможливе без відповідної загальнонаціональної політики партнерства державного та громадського секторів. Політика в області медійної та інформаційної грамотності повинна бути взаємопов'язана з реально діючими конституційними гарантіями прав і свобод особистості, відповідними законами про свободу інформації, з безумовним дотриманням міжнародних актів в питаннях свобод і прав людини.

Питання 6. Різновиди та історичний розвиток медіа

Засоби масової інформації (скорочено «ЗМІ», також – мас-медіа) – організаційно-технічні комплекси, які забезпечують швидку передачу і масове тиражування словесної, образної та музичної інформації і мають при цьому наступні ознаки:

- Масовість (1000 і більше примірників)

- Періодичність, яка не повинна бути менше одного разу на рік;

- Примусовість: одне джерело сигналу (мовник, редакція) – багато слухачів;

ЗМІ зобов'язані реєструватися в органах, надавати в бібліотеки примірники своєї друкованої продукції, або зберігати протягом 1 року записи кожного випуску (телерадіомовлення) і т. д. У той же час їм надані певні права і гарантії, заборонена попередня цензура.

До ЗМІ не відносяться: стінгазети, малотиражні видання, бібліотеки, Інтернет в цілому: інтернет-блоги, чати, форуми, конференції і т.д.

Кожне з цих засобів інформації має своїми особливостями в області виробництва і подання відомостей.

Класифікація сучасних ЗМІ

Сучасні ЗМІ класифікуються за наступними критеріями:

- За формою власності (державні, приватні, корпоративні);

- По широті поширення (центральні і регіональні);

- За стилем (серйозні, бульварні або масові, жовті або скандальні);

- За періодичністю (газети: щоденні і ежнедельнікі);

- За жанрами (суспільно-політичні, галузеві, рекламні);

- За способом передачі і потужності радіо-і телесигналу.

Проте жоден з вищенаведених критеріїв не є унікальним для всіх ЗМІ. До того ж штучне ускладнення породжує плутанину. Тому пропонується наступний варіант, у якому все гранично узагальнено.

ЗМІ – це сукупність таких суб'єктів журналісткою діяльності, як:

- друк: газети, журнали, альманахи, збірники, бюлетені;

- електронні: радіо, телебачення, кінопрограми, відеопрограми;

- цифрові видання: видання на компакт-диску;

- інформаційні агентства.

Газета Друковане періодичне видання, що виходить під постійною назвою не рідше одного разу на місяць. Назва «газета» походить від найменування дрібної італійської монети в XVI столітті – італ. Gazzetta (Gaset).

Газетні жанри Основні функції засобів масової комунікації – інформації, освіти, створення громадської думки та виховання – знаходять своє відображення в конкретних жанрових формах. Використання тих чи інших жанрів визначається в першу чергу суспільно-історичними умовами життя. Наприклад, у довоєнній радянській журналістиці був дуже поширений жанр нарису. За свідченням відомого на той час журналіста Насіння Наріньяні в «Комсомольській правді» 30-х років нарис був жанром номер один. «Інколи в одному номері друкувалося по два-три нарису відразу. На другій сторінці нарис виробничий, на третій – морально-етичний, на останній – спортивний або науковий ...»

Інформаційні жанри – замітка, репортаж, звіт, інтерв'ю – відрізняються оперативністю, наявністю в матеріалах подієвого приводу, розглядом окремого факту, явища.

Цим жанрами відводиться найбільша частина газетної площі. Саме ці жанри несуть аудиторії всі останні новини. У деяких газетах їх позначають одним загальним терміном «новини», часто вкладаючи в це поняття не просто повідомлення про щось нове, а про сенсаційне факт.

Сенсація – найбільш ходовий товар в масовій пресі. Видавцеві він підвищує тиражі газет, приносить прибутки. Зусилля репортерів цих видань спрямовані на те, щоб кожен номер забезпечити незвичайної, захоплюючої новиною. І на сторінки газет суцільним потоком йдуть

матеріали про катастрофи і вбивства, пожежі і повені. А якщо раптом нічого не сталося, сенсації доводиться вигадувати, використовуючи чутки і т. д.

Аналітичні жанри – кореспонденція, коментар, стаття, рецензія, огляд преси, лист, огляд – мають більш широкі часові межі, у них міститься вивчення та аналіз системи фактів, ситуацій, узагальнення та висновки. Сьогодні дослідники журналістики розширюють діапазон аналітичних жанрів, вводячи в їхнє число бесіду, журналістське розслідування, експеримент, версію, консультацію, соціологічне резюме, аналітичний прес-реліз, рейтинг.

Художньо-публіцистичні жанри – нарис, фейлетон, памфлет – поєднують в собі понятійні і образно-виражальні засоби, володіють великою емоційною силою, розкривають типове через індивідуальне.

Журнал (Від фр. Journal) – друковане періодичне видання. Відповідно до ГОСТ 7.60-2003 «Друковані видання» «періодичне журнальне видання, що має постійну рубрикацію і містить статті або реферати по різним суспільно-політичним, науковим, виробничим та ін питань, літературно-художні твори»

Як і газета, журнал є одним з основних засобів масової інформації і пропаганди, впливає на громадську думку, формуючи його у відповідності з інтересами певних ідеологічних груп, суспільних класів, політичних партій, організацій. З появою технологій комп'ютерної верстки і розповсюдженням комерційних друкарень з можливістю повнокольорового друку в Україні кінця ХХ – початку ХХІ століття, журнали стали основним рекламоносцем товарів класу «преміум» і «лакшери». Як правило, адресовані до конкретної групам читачів і є або світовими і загальноросійськими виданнями, або рекламними каталогами.

Інтернет-журнал (англ. ezine) – періодичне видання в інтернеті. Може існувати як незалежне видання, або ж як онлайн-версія друкованого журналу. Статті, як правило, публікуються на регулярній основі: щотижня або щомісяця, і в цьому схожі на блоги. Однак на головній сторінці звичайно розміщені лише заголовки тим, а не надрукований повний текст статей.

Альманах (Від араб. *أل م ناخ* – астрономічний календар) – різновид серіального видання, що триває збірка літературно-мистецьких та / або науково-популярних творів, об'єднаних за будь-якою ознакою (тематичного, жанрового, ідейно-художнього і т. п.).

На відміну від журналу, виходить зазвичай раз на рік, не завжди з однією і тією ж періодичністю або зовсім представляє собою неперіодичний збірник, який містить відомості з різних галузей суспільної діяльності, звичайно з зазначенням літературних новинок, наукових досягнень, законодавчих змін і т.д., наближаючись до типу календарів-довідників. Відповідно до ГОСТ 7.60-2003 альманах – збірник, що містить

літературно-художніх та (або) науково-популярні твори, об'єднаних за певною ознакою.

Радіо (Лат. radio – випромінюю, випускати промені, radius – промінь) – технологія бездротової передачі інформації за допомогою електромагнітних хвиль радіочастот.

Журнал «Радіо» – масовий щомісячний науково-технічний журнал, присвячений радіоаматорства, домашній електроніці, аудіо / відео, комп'ютерів і телекомунікацій.

Телебачення (Грець. *τήλε* – далеко і лат. Video – бачу) – система зв'язку для трансляції та прийому рухомого зображення і звуку на відстані. Телебачення засноване на принципі послідовної передачі елементів кадру за допомогою розгортки. Частота зміни кадрів вибирається, в основному, за критерієм плавності передачі руху. Для звуження смуги частот передачі застосовують чезрстрочную розгортку. Вона дозволяє вдвічі збільшити частоту кадрів (а значить, зменшити мерехтіння екрану) без зміни дозволу кадру.

Інтернет (Від англ. Internet, Interconnected Networks – об'єднані мережі, [інтернет]) – глобальна телекомунікаційна мережа інформаційних і обчислювальних ресурсів. Служить фізичною основою для Всесвітньої павутини. Часто згадується як Всесвітня мережа, Глобальна мережа, або просто Мережу. Відомі також жаргонізми «инет», «Нет».

Коли зараз слово Інтернет вживається в побуті, то частіше за все мається на увазі саме веб і доступна в ній інформація, а не сама фізична мережа.

До середини 2008 року число користувачів, які регулярно використовують Інтернет, склало близько 1,4 млрд людей (близько чверті земного населення).

Історія мережі Інтернет

Основні етапи формування розвитку Інтернету

1960-1970	Міністерство Оборони США розпочинає проєкт по створенню комп'ютерної мережі, здатної пережити ядерний удар. При руйнуванні частини мережі інформація повинна передаватися до пункту призначення обхідними шляхами. Ця мережа отримала назву ARPANET
1970-1980	У США об'єднуються між собою суперкомп'ютери університетів і компаній для обміну науковою інформацією
1980-1990	Створено академічна мережа, що одержала назву NFSNET. Вона призначена для обміну некомерційної інформацією
1990-2000	Інтернет відкривається для всіх. Служба World Wide Web робить мережу доступнішою, і Інтернет починає бурхливо розвиватися

У даний час Інтернет доступний не лише через комп'ютерні мережі, але й через супутники зв'язку, радіосигнал, кабельне телебачення, телефон,

стільниковий зв'язок, спеціальні оптико-волоконні лінії і електропроводи. Всесвітня мережа стала невід'ємною часткою життя у розвинутих країнах і країнах.

Інтернет-видання – інтернет-сайт, що ставить своїм завданням виконувати функцію ЗМІ і в роботі керується принципами журналістики.

Інтернет-виданням (інтернет-ЗМІ) може вважатися будь-який сайт, що містить регулярно обновлювані матеріали репортажу та / або публіцистичного характеру.

Інформаційні агентства. Спеціалізовані інформаційні підприємства (організації, служби, центри), обслуговуючі ЗМІ. Їх основна функція – забезпечувати оперативною політичною, економічною, соціальною, культурною інформацією редакції газет, журналів, телебачення, радіомовлення, а також інші установи, організації, приватних осіб, які є передплатниками на їх продукцію. Функціонування агентств орієнтоване на збір новин. Відповідно до закону «Про засоби масової інформації» щодо інформаційних агентств на них одночасно поширюються статус редакції, видавця, розповсюджувача і правовий режим засоби масової інформації.

Тема заняття: Нормативно-правове забезпечення медіаосвіти

Мета вивчення: проаналізувати міжнародні стандарти медіаосвіти і медіаграмотності, обґрунтувати положення державної політики та громадської активності в Україні, схарактеризувати нормативно-правове забезпечення медіаосвіти в ЗВО, залучити здобувачів до творчого дослідництва та критичного осмислення сучасного стану медіаосвіти в Україні; розширювати науковий світогляд здобувачів, формувати в них прагнення до систематичного підвищення професійної майстерності.

План лекції:

1. Міжнародні стандарти медіаосвіти і медіаграмотності
2. Державна політика та громадська активність в Україні
3. Нормативно-правове забезпечення медіаосвіти в ЗВО

Література:

1. Закон України «Про Національну програму інформатизації». URL: <https://cutt.ly/club60U>
2. Закон України «Про інформацію». URL: <https://cutt.ly/qlunlyX>
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) URL: <https://cutt.ly/1gww347>
4. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / [ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко; наук. ред. В. В. Різун]. К.: Центр вільної преси, 2012. 352 с.
5. Рекомендація 2006/962/ЄС Європейського Парламенту та Ради (ЄС) «Про основні компетенції для навчання протягом усього життя» від 18 грудня 2006 року. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994_975

6. Шейбе С. Медіаграмотність: Підручник для вчителя / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу / Перекл. з англ.. С.Дьома; за загал. ред. В.Ф.Іванова, О.В.Волошенко. К.: Центр вільної преси, АУП, 2014. 319 с.

Ключові поняття: медіаосвіта, стандарти медіаосвіти, державна політика, громадська активність, медіаграмотність, медіа, нормативно-правове забезпечення, ЗВО.

Питання 1. Міжнародні стандарти медіаосвіти і медіаграмотності

З 60-х років ХХ ст. в педагогічній практиці провідних країн світу сформувався напрям «медіаосвіта», покликаний допомогти школярам краще адаптуватися в інформаційному світі, засвоювати медіа, навчитися аналізувати медіатексти. Медіаосвіта стає інноваційним складником педагогіки і методики навчання, і відображенням сучасних процесів розвитку інформаційного суспільства в усіх розвинених країнах світу.

У резолюціях ЮНЕСКО неодноразово підкреслювалася важливість і підтримка масової медіаосвіти (конференції ЮНЕСКО в Грюнвальді, 1982 р.; в Тулузі, 1990 р.; в Парижі, 1997 р.; у Відні, 1999 р.; в Севільї, 2002 р.; в Парижі, 2007 р. та ін.) У рекомендаціях ЮНЕСКО 2002 р. наголошується, що медіаосвіта пов'язана з усіма видами медіа (друкованими, графічними, звуковими, екранними тощо) і різними технологіями; вона дає можливість людям зрозуміти як масова комунікація використовується в їх соціумі, оволодіти здібностями використовувати медіа в комунікації з іншими людьми. Медіаосвіта – частина основних прав кожного громадянина будь-якої країни на свободу вираження поглядів та отримання інформації, вона сприяє становленню демократії. Визнаючи відмінності в підходах і розвитку медіаосвіти в різних країнах, рекомендовано, щоб вона була введена всюди, де можливо, в межах національних навчальних планів, у додатковій, неформальній освіті та самоосвіті людини.

Важливим етапом стала публікація ЮНЕСКО «Педагогічні аспекти формування медійної та інформаційної грамотності», найважливішого практичного документа для держав-членів, покликаною сприяти досягненню цілей медійної та інформаційної грамотності. Програма опирається на сучасні тенденції конвергенції радіо, телебачення, інтернету, газет, книг, електронних архівів і бібліотек на одну загальну платформу і створена з урахуванням потреб педагогів для інтеграції в офіційну систему освіти.

У Рекомендаціях Європарламенту і Ради Європи про ключові компетенції навчання протягом життя сформульовані 8 груп базових компетенцій, серед яких є й інформаційна, яка включає свідоме і критичне користування технологіями інформаційного суспільства для роботи, дозволя, спілкування; комунікацію і участь в корпоративних мережах через інтернет.

В останнє десятиліття ХХ століття у Великобританії, США, Франції,

Німеччині, Норвегії, Данії прийняті державні стандарти медіаосвіти. Остання переважно є частиною шкільних програм, окремим предметом або інтегрується в предмети, що передбачають вивчення рідної мови і культури, громадських наук.

У Польщі, як і в інших посткомуністичних країнах, велику роль в медіаосвіті грають освітні громадські організації. Наприклад, громадська організація Fundacja Nowoczesna Polska створила «Каталог медійних та інформаційних компетенцій», який перекладений іншими мовами. Каталог містить список медіаінформаційних компетенцій для будь-якого віку – від дошкільного до навчання протягом усього життя. Він охоплює широкий спектр тем, таких як мова медіа, здатність використовувати інформацію, етика і цінності при користуванні медіа, свобода слова і самовираження.

На особливу увагу заслуговує досвід Швеції, де медіаосвіта офіційно інтегрована в національний навчальний план з 2000 року. Шведські педагоги давно переорієнтувалися з «протекціоністської» (захист від шкідливого впливу медіа) медіаосвітньої концепції на культурологічну, в яку входить розвиток критичного мислення аудиторії.

Створений за ініціативи Асоціації газетних видавців Швеції національний портал «Медіакомпас» займається питаннями медіаосвіти громадян. Особлива увага приділяється вчителям і учням. Раз в тиждень в 11 тисяч шкіл Швеції приходить розсилка з методичними рекомендаціями до організації уроків і позакласних заходів. Зазвичай пропонують 2 відеосюжети і кілька актуальних подій, що обговорюються в країні. Є рубрика «Медіа в світі», яка стосується актуальних міжнародних подій, розроблені сценарії занять для різних класів. Основи журналістики учні осягають в процесі виготовлення медіапродукту. Крім того, для вчителів і учнів газети проводять спеціальні дні відкритих дверей, екскурсії, проводять заняття в редакції. І все для того, щоб свідомі педагоги і учні уважно і критично ставилися до опублікованої в різних медіа інформації. «Медіакомпас» – приклад добре розробленого методичного інструменту для підвищення рівня медіаграмотності вчителів і учнів. До моменту закінчення школи всі випускники шведських установ освіти повинні опанувати, крім іншого, знання про медіа та їх роль в суспільстві, навички і вміння використовувати сучасні інформаційні технології для пошуку інформації.

Питання 2. Державна політика та громадська активність в Україні

Державна освітня політика. Освітня система України ще не зазнала справжньої посткомуністичної реформи. Школа, не зважаючи на поступ реформ, продовжує виховувати людей слухняних, а не тих, хто може критично мислити і самостійно орієнтуватися в медіапросторі. При свободі інтернету обмежені мовні компетенції українців не дозволяють їм

отримувати альтернативну інформацію з авторитетних міжнародних джерел.

На сьогодні існує «Концепція впровадження медіаосвіти (нова редакція)» підготовлена Інститутом соціальної та політичної психології (ІСПП) і затверджена Президією Національної академії педагогічних наук 21.04.2016. Концепція визначає, що «...традиційні завдання медіаосвіти, які полягають у запобіганні вразливості людини до медіа-маніпуляцій, медіанасильства, втечі від реальності, у профілактиці поширення медіазалежностей». Цей документ пропонує впровадження медіаосвіти що, на нашу думку, не враховує сучасних міжнародних підходів та попиту на медіаграмотність в Україні, яка позиціонується населенням як запорука протистояння в інформаційній війні. З нашої точки зору, подібний підхід обмежує завдання медіаосвіти лише запобіжними, віддаляє від світової практики медіаграмотності як розширеної грамотності, якою має володіти людина у світі, де фактично вся інформація є медіатизованою, тобто потрапляє до нас через медіа.

Практичним втіленням Концепції стало проведення експериментального етапу в 2010-2016 рр. в загальноосвітніх шкільних закладах (близько 200). Наукове керівництво здійснювалося ІСПП. Викладання предмету «Медіакультура» розпочалося в 10 класі, що неодноразово оцінювалося самими викладачами як запізнений старт для формування медіаосвітніх компетенцій.

З 2011 р. в Україні зусиллями педагогів-ентузіастів започатковуються регіональні експерименти з впровадження медіаосвіти, що свідчать про затребуваність медіаосвітніх практик освітньою спільнотою.

Медіаосвітня діяльність має:

Рівень формальної освіти

Має бути визначена, як одна зі стратегічних цілей Міністерства освіти і науки України, яке має здійснювати координацію ресурсів, забезпечити законодавчу базу для впровадження МО і МГ;

МОН України має стимулювати організацію семінарів, курсів, гуртків медіаосвіти, творчих студій для дітей і молоді, дитячих та молодіжних фестивалів медіаторчості за участю дітей різного віку, батьків, громадських об'єднань, медіавиробників, педагогів; заохочувати вчителів і допомагати їм у використанні інструментів медіаосвіти на уроці і поза ним; один з таких інструментів є інтеграція у викладання предмета актуальних новин, з тим, щоб на цьому матеріалі формувати навички критичного мислення, вчити орієнтуватися в потоці інформації;

Включення медіаінформаційної грамотності до стандартів освіти;

Забезпечити інтеграцію медіаосвіти і медіаграмотності до всіх рівнів обов'язкової освіти, з фокусом на першочерговості саме початкової школи. Для цього, відповідно до Концепції нової української школи, в

навчальному плані початкової школи, де не повинні бути одноденні курси чи предмети, рекомендуємо інтегрувати медіаосвіту в зміст споріднених навчальних предметів у вигляді модулів.

Інтеграцію медіаосвіти треба здійснювати в усі предмети шкільної програми, пропонуючи учням проектну діяльність і застосовуючи технології критичного мислення.

Рівень неформальної, позитивної освіти

Міністерству культури України рекомендовано підготувати інформаційно-методичного забезпечення для неперервної освіти дорослих в межах бібліотек. Міністерство освіти і науки України спільно з Міністерством культури України можуть підготувати **проекти медіатек**, які міститимуть культурні здобутки України (кіномистецтво тощо) з методичними рекомендаціями для використання в формальній і неформальній освіті.

Лідери громадського медіаосвітнього руху

Академія української преси (АУП) – неприбуткова, неурядова та незалежна організація, розташована в Києві та представлена у регіонах. АУП була створена у 2001 році та підтримується європейськими та американськими інституціями.

З 2010 року АУП визначила одним з провідних напрямків діяльності розвиток та впровадження медіаосвіти в Україні. У 2010-16 рр. АУП вбачає свою роль в упровадженні медіаосвіти: через формування та підтримку групи лідерів-медіапедагогів для початкової, середньої та вищої освіти; підготовку навчальних посібників для різних аудиторій; залучення світового досвіду з впровадження медіаосвіти; створення можливостей для позитивної медіаосвіти в партнерстві з бібліотеками та громадським сектором. Відбулося більше 90 навчальних заходів з медіаосвіти, а також вісім літніх та одна зимова школи медіаосвіти і медіаграмотності – єдині навчальні інтенсивні курси з МО і МГ в країні. 84 % вчителів, які викладають МО і МГ, навчалися на навчальних заходах АУП.

З 2012 р. діє портал «Медіаосвіта та медіаграмотність» (<http://www.medialiteracy.org.ua/>). Переважна більшість викладачів МО і МГ користуються матеріалами порталу АУП «Медіаосвіта і медіаграмотність», особливою популярністю користуються моделі уроків. Адаптовано до українських реалій першу українську медіаосвітню онлайн-гру «Медіазнайко».

Саме завдяки зусиллям АУП у 2013 році МОН України поширило рекомендаційний лист щодо запровадження курсу «Основи медіаграмотності» у варіативну частину програми середніх шкіл, вибірково частину програм вишів і на курсах підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників.

Одним з чільних результатів партнерства громадського сектору з МОН України стало те, що до десяти ключових компетентностей в рамках

освітньої реформи ввійшла інформаційно-цифрова компетентність, яка «... передбачає впевнене, а водночас критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій (КТ) для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією на роботі, в публічному просторі та приватному спілкуванні» та навички з інформаційної й медіа-грамотності».

Питання 3. Нормативно-правове забезпечення медіаосвіти в ЗВО

Сучасний освітній медіапростір ставить новітні вимоги до професійної підготовки фахівців освіти, з-поміж яких першорядними є засвоєння інформаційно-комунікаційних та медіаосвітніх технологій, засобів презентації навчальної інформації, вироблення здатності забезпечувати творчо-пошукове навчання, уміння використовувати мультимедіа-технології та медіазасоби в освітньому процесі. Цифрові технології дозволяють оперувати значним масивом інформації, тому важливим умінням сучасного фахівця стає здатність швидко систематизувати інформацію, визначати її цінність, можливості застосування в професійній діяльності, тобто постає питання про розвиток медіакультури сучасного професіонала.

Сучасна професійна медіаосвітня підготовка в закладах вищої освіти регламентується Концепцією впровадження медіаосвіти в Україні (2016) та враховує вимоги міжнародних документів, освітніх стандартів і кваліфікацій, з-поміж яких: резолюція Європарламенту з медіаграмотності у світі цифрових технологій (2008), Паризька декларація ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в цифрову епоху (2014), Європейська «Рамка цифрової компетентності для громадян» (2016), Європейська рамка цифрової компетентності вчителів (2017), програма Європейського Парламенту «Цифрова Європа: 2021–2027 роки» (2018), рамка кваліфікацій Європейського простору вищої освіти (2018).

Тема заняття: Медіакультура як основна вимога до особистості інформаційного суспільства

Мета вивчення: ознайомити здобувачів з поняттям медіакультура та визначити його як складову інформаційної культури, схарактеризувати основні теорії та концепції медіаосвіти в різних країнах, залучити майбутніх професіоналів до творчого дослідництва та критичного осмислення медіакультура як основної вимоги до особистості інформаційного суспільства.

План лекції:

1. Медіакультура як складову інформаційної культури
2. Основні теорії та концепції медіаосвіти в різних країнах

Література:

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція)

URL: <https://cutt.ly/1gww347>

2. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: Навчальний посібник / О.Т. Барішполець, Л.А. Найдюнова, Г.В.Мироненко, О.Є.Голубева, В.В.Різун та ін.; За ред. Л.А.Найдюнової, О.Т.Барішпольця. К.: Міленіум, 2010. 440 с.

3. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / [ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко; наук. ред. В. В. Різун]. К.: Центр вільної преси, 2012. 352 с.

4. Педагогические аспекты формирования медийной и информационной грамотности URL: <http://iite.unesco.org/pics/publications/ru/files/3214708.pdf>

5. Цифровое будущее. Каталог навыков медиа- и информационной грамотности URL: http://www.ifapcom.ru/files/News/Images/2013/mil_cat_rus.pdf

Ключові поняття: медіакультура, інформаційна культура, теорії медіаосвіти, концепції медіаосвіти.

Питання 1. Медіакультура як складова інформаційної культури

Медіакультура особистості – комплекс настановлень (установок) щодо характеру інформаційного продукту, отриманого від мас-медіа, як систему інформаційних потреб, орієнтацій, знань, умінь, навичок користування засобами мас-медіа та інших соціальних характеристик особистості, сформованих і розвинених у процесі соціалізації. Медіакультура особистості зароджувалася разом із виникненням перших ЗМК і розвивалася співмірно з еволюцією системи мас-медіа. З'являлися нові й нові засоби передавання інформації, і відповідно зростали можливості людей володіти ними та пристосовуватися до їхньої специфіки. Головними механізмами розвитку медіакультури особистості були і є соціальні потреби в інформації та її споживання як реалізація цих потреб. Лише засвоєна інформація входить до загальнокультурних надбань особистості. Отже, розвиток медіакультури особистості здійснюється в нерозривному зв'язку із соціалізацією, зростанням духовності, загальної культури та освіченості.

Складові медіакультури: медіаобізнаність, медіаграмотність та медіаосвіченість.

Медіаобізнаність. Перше поняття можна означити як систему знань про засоби масової комунікації, їхню історію та особливості функціонування, потребу в них суспільства, про користь і шкоду, блага й прикросі, які вони можуть дати людині. Медіаобізнаність як властивість медіакультурної особистості допомагає комунікаторові *вільно орієнтуватися* в насиченому інформаційному середовищі, *швидко віднаходити* потрібні джерела інформації та сповна їх *використовувати*.

Медіаграмотність – це комплекс навичок та вмінь не лише користуватися технікою мас-медіа та спілкуватися за їх допомогою, а

насамперед *розрізняти першорядну й другорядну інформацію, абстрагуватися від надлишкової, сповна сприймати зміст, прочитувати підтекст і тлумачити їх*.

Медіаграмотна аудиторія шукає альтернативні джерела інформації та розваги. Вона використовує телебачення з користю і для власного задоволення та не слугує об'єктом маніпуляції з боку (або в інтересах) телебачення. Критично налаштовані, соціально активні комунікативні особистості, що вільно й осмислено спілкуються з мас-медіа, складають більш свідому частину суспільства.

Медіаосвіченість. Медіаосвічена людина має розвинену здатність до *сприйняття, аналізу, оцінки і створення медіатекстів, до розуміння соціокультурного і політичного контексту функціонування медіа в сучасному світі*, кодових і репрезентаційних систем передавання інформації, використовуваних медіа. Життя такої людини в суспільстві й світі пов'язане з *громадянською відповідальністю*. Медіа-освіченість передбачає високий рівень розвитку медіакультури особистості – здатності бути носієм і передавачем медіакультурних смаків і стандартів, здатності вступати в медіадіалог між виробниками і споживачами медіа і, нарешті, здатності створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства.

Медіакультура суспільства. Відома дослідниця масових комунікацій Н.Б. Кирилова зазначає, що термін «медіакультура» має не тільки особистісне, але і ширше суспільне значення. Це «сукупність інформаційних комунікативних засобів, створених людством у процесі історичного розвитку; це також комплекс матеріальних та інтелектуальних цінностей у сфері медіа, система їх виробництва і функціонування, що історично склалася. Медіакультура – це також знакова система зі своєю «мовою», кодами передавання реалій дійсності. Медіакультура охоплює культуру передавання інформації, як загальносуспільну властивість, і культуру її сприйняття, тобто вона є одночасно показником рівня розвитку особистості, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, займатися медіаторчістю тощо». Не тільки окрема особистість, а й уся аудиторія засобів масової інформації здійснює аналіз фактів, соціальних явищ і процесів, синтез отриманих знань про суспільство, виявляючи в такий спосіб цілісний процес.

Питання 2. Основні теорії та концепції медіаосвіти в різних країнах

Існують різні точки зору щодо соціалізаційної ролі мас-медіа. Одні бачать у них джерело знань, інші - перешкоду в освіті й вихованні; медіа розглядають і як засіб усебічного розвитку особистості, і як фактор руйнівний. В попередніх розділах ми приділили достатню увагу розглядові цих питань, створивши підґрунтя для свідомого вибору найкращої для наших умов системи медіаосвітньої підготовки. Наразі пропонуємо огляд

світового досвіду – тих різноманітних концепцій медіаосвіти, які вже було впроваджено, а отже, є можливість оцінити їхній ефект і результативність. Наш аналіз охоплюватиме всі концепції, в яких мова йде про формування медіакультури, того чи іншого її аспекту, включаючи медіа-обізнаність, медіаграмотність та медіаосвіченість загалом. *концепція медіаграмотності* (або візуальної грамотності), яка допомагає учневі освоїти нові комунікативні технології: мову масової комунікації, семантику, методіку створення змісту; *оцінкові концепції* спрямовані на формування критичного мислення, що покликане відігравати роль «інформаційного захисту» від всеїдного, нерозбірливого споживання інформації; *комунікативні концепції* передбачають не тільки вивчення самої галузі масової комунікації, а й освоєння різноманітних процесів соціальної взаємодії в інформаційному середовищі. Тут акценти зміщені на вивчення механізмів власне комунікації, читання "прихованих" змістів. Головне полягає не в тім, щоб дати учням комплекс знань про масову комунікацію, а в тім, щоб розвивати саму здатність до спілкування з їх допомогою. Ці концепції є теоретичною базою формування медіакультури особистості загалом. Що ж до теорії та практики медіаосвіти як складової освітнього процесу в середній школі, то її аналіз наводить на думку, що у світі поки що немає єдиної теоретичної концепції медіаосвіти. Разом із тим можна виділити принаймні вісім основних підходів у даній галузі: ін'єкційна теорія медіаосвіти; теорія медіаосвіти як джерела задоволення потреб аудиторії; практична теорія медіаосвіти; теорія медіаосвіти як засобу формування критичного мислення, марксистська, семіотична, культурологічна та естетична теорії медіаосвіти. Схарактеризуємо коротко кожну з них.

Ін'єкційна теорія медіаосвіти. Дану теорію називають також *протекціоністською* (запобіжною від шкідливих впливів медіа), *концепцією цивільного захисту* (тобто знов-таки захисту від медіа) чи *теорією культурних цінностей* (мається на увазі, що негативному впливові медіа протиставляються вічні цінності класичної спадщини, приміром, мистецтво Античності чи Ренесансу). Ін'єкційна теорія передбачає, що медіа здійснюють дуже сильний та в основному небажаний вплив на аудиторію. Своєю чергою аудиторія являє собою масу пасивних споживачів, котрі, як правило, не можуть зрозуміти суті медіатексту. Головна мета медіаосвіти в рамках цієї теорії полягає в тім, щоби пом'якшити негативний ефект надмірного захоплення медіа (в основному дитячою і молодіжною аудиторією). Педагоги прагнуть допомогти учням відчутти різницю між реальністю і медіатекстом шляхом розкриття негативного впливу медіа (приміром телебачення) на конкретних і доступних прикладах. Однак для художнього аналізу будь-якого, нехай найпримітивнішого твору, мабуть недостатньо «захисту» від маніпулятивного впливу. Тут важливо використовувати якомога більше

видів діяльності та мотивів (рекреаційних, компенсаторних, терапевтичних, естетичних тощо), пов'язаних зі структурою людської індивідуальності.

Теорія медіаосвіти як джерела задоволення потреб аудиторії Теоретичною основою тут слугує ідея «споживання і задоволення» у сфері медіа. Мається на увазі, що вплив медіа на аудиторію обмежений, і учні можуть самі правильно вибрати й оцінити медіатекст відповідно до своїх потреб. Отже, пріоритетна мета медіаосвіти вбачається в тім, щоб допомогти учням видобути з медіа максимум користі щодо задоволення своїх потреб. Як бачимо, дана концепція цілком протилежна ін'єкційній. Якщо перша сконцентрована на негативному впливі медіа, то друга - на його позитивному, корисному ефекті. Водночас теорія задоволення потреб досить близька до теорії медіаосвіти як засобу формування критичного мислення (про неї далі), оскільки в обох випадках ідеться про розвиток уміння правильно вибрати і критично оцінити медіатекст. Однак є й істотні відмінності: у першому випадку медіапедагоги спираються на позитивні сторони інформації, а в другому - на негативні, тобто намагаються захистити аудиторію від маніпулятивного впливу медіа.

Практична теорія медіаосвіти Цей підхід відомий під назвою *«медіаосвіта як таблиця множення»*. Мається на увазі, що учні повинні вміти працювати з медіаапаратурою так само добре, як знати дану таблицю. «Практичні» медіапедагоги також вважають, що вплив медіа на аудиторію обмежений, тому головне – це навчити школярів (чи вчителів) використовувати медіаапаратуру. Звідси – підвищення уваги до вивчення технічного приладдя, до формування практичних умінь користуватися апаратурою, в тому числі для створення власних медіатекстів. А це означає: мінімум міркувань і аналізу, максимум виконавської практики.

Теорія медіаосвіти як засобу формування критичного мислення Основою цієї теорії можна вважати підхід, згідно з яким мас-медіа уявляються «четвертою владою», що поширює моделі поведінки та соціальні цінності серед різноманітної маси індивідів. Звідси випливає провідна мета медіаосвіти: захистити учнів від маніпулятивного впливу медіа, від «промивання мізків». У процесі занять з учнями тут вивчається вплив медіа на індивідів і суспільство за допомогою так званих кодів (умовностей-символів, наприклад у телерекламі), розвивається критичне мислення учнів (в основному рівня коледжу і вище) стосовно медіатекстів. Вважається, що школярам і студентам треба дати орієнтир в умовах надлишку різноманітної інформації, навчити їх грамотно сприймати її, розуміти, аналізувати, мати уявлення про механізми та наслідки впливу на глядачів, читачів і слухачів. Однобічна чи перекручена інформація, безсумнівно, має потребу в осмисленні. От чому вважається корисним, щоб учні могли визначити: розходження між поданими і загальновідомими фактами; надійність джерела інформації; припустимі та неприпустимі

твердження; розходження між головною і другорядною інформацією; упередженість судження; неясні чи двозначні аргументи; логічна несумісність у ланцюгу міркування; силу аргументу і т. д.

Марксистська теорія медіаосвіти Теоретичною базою тут виступає ідея про те, що мас-медіа здатні дуже сильно маніпулювати громадською думкою та масовими настроями в інтересах того чи іншого соціального класу. При цьому дитяча аудиторія стає найлегшою мішенню для впливу. Звідси випливає пріоритетна мета медіаосвіти: викликати в аудиторії бажання змінити систему масової комунікації (якщо країною керують сили, далекі від марксистських теорій) чи, навпаки, прищепити думку, що сформована система медіа є найкращою (якщо влада належить лідерам марксистського кшталту), у цьому випадку посилено критикується медіакультура інших країн. Таким чином, марксистська теорія медіаосвіти є найбільш яскравим прикладом політичної акцентуації цієї освітньої галузі. Педагогічна стратегія даної теорії зводиться до вивчення політичних, соціальних та економічних аспектів медіа, до аналізу численних протиріч, що їх містять ці аспекти з погляду певного соціального класу, а також до системи політінформацій, які переносять медіавплив у контекст повсякденного спілкування.

Семіотична теорія Згідно із цією теорією мас-медіа часто прагнуть завуалювати багатошаровий знаковий характер своїх текстів, і н загрожує їх правильному сприйманню. Аудиторія, передусім дитяча (рівень середньої школи і нижче), надто пасивна стосовно «читання» медіатекстів, тому ціль медіаосвіти полягає тому, щоб допомогти учням правильно їх читати. Основним змістом медіаосвіти стають коди і «граматика» медіатексту тобто мова медіа, а педагогічною стратегією - навчання правил декодування медіатексту, опису його змісту, асоціацій, особливостей мови і т. д. Семіотична теорія медіаосвіти є повною протилежністю марксистської, оскільки вона акцентує на проблемі мови медіа, а не на політичному чи соціальному змісті медіатексту. Водночас своїми підходами до аналізу текстів семіотична теорія дещо нагадує теорію формування критичного мислення аудиторії (щоправда, без превалювання на маніпулятивній ролі мас-медіа в суспільстві).

Культурологічна теорія Дана теорія стверджує, що мас-медіа скоріше пропонують, аніж нав'язують свою інтерпретацію дійсності. Аудиторія ж, зі свого боку, завжди перебуває у процесі діалогу з медіатекстами та їх оцінювання. Вона не просто "зчитує" інформацію, а вкладає різні змісти у сприймані медіатексти, самостійно їх аналізує. А звідси головна мета медіаосвіти: допомогти учням зрозуміти, як медіа можуть збагатити сприйняття, знання тощо. Змістом медіаосвіти тут виступає розкриття ролей, що їх грають у суспільстві стереотипи, поширювані за допомогою медіа. Медіапедагоги намагаються навчити учнів інтерпретації, оцінюванню та критичному аналізу медіатекстів.

Естетична теорія Ця теорія багато в чому збігається з культурологічною теорією. Однак тут головна мета медіаосвіти вбачається в тім, щоб допомогти учням зрозуміти основні закони і мову художнього спектра інформації, розвивати естетичне (художнє) сприйняття і смак, здібності до кваліфікованого аналізу художніх медіатекстів. Ось чому основний зміст медіаосвіти спирається на вивчення мови медіакультури, авторського світу творця художнього тексту, історії медіакультури (кіномистецтва, художнього телебачення тощо). Педагоги прагнуть навчити школярів чи студентів критичному аналізу художніх медіатворів, їх інтерпретації та кваліфікованому оцінюванню.

Стан медіаосвіти в Україні. Ми ж маємо зовсім іншу ситуацію. Процес поступового оснащення вишів і шкіл комп'ютерами, що почався від кінця 1980-х років, а потім і підключення їх до Інтернету (від середини 1990-х) практично не підкріплювався осмисленням усього того, що пов'язане з інформаційними технологіями. Створення комп'ютерних класів стало піком наших освітянських досягнень. Наука ж зосередилася на аналізі предмета інформатики, що впроваджувався в навчальний процес, але найчастіше без урахування важливості нерозривного зв'язку інформаційних технологій і виховання, необхідності побудови нових міжособистісних стосунків у змінених умовах. Ми поки що не пішли далі ремствувань щодо згубного впливу мас-медіа на дитячу й підліткову психіку та окремих досліджень на цю тему.

Спільне у методиках медіаосвіти У структурі різних зарубіжних моделей і методик медіаосвіти можна знайти чимало спільного. Але перш ніж зорієнтувати будь-яку медіаосвітню модель на конкретні вікові, психологічні й інші особливості аудиторії, необхідно розібратися в питаннях, пов'язаних із проблемою медіасприймання молодіжної аудиторії. У зв'язку з цим виникає потреба аналізу і розробки критеріїв визначення типу настановлень на медіасприймання, рівнів художнього розвитку (культури) і медіасприймання. При цьому під медіа-сприйманням будемо розуміти сприймання медіареальності (медіа-віртуальності), почуттів і думок авторів медіатекстів, виражених в аудіовізуальному, просторово-часовому образі.

Настановлення на сприймання Багато визначних дослідників (Ю.М. Лотман, Д. Н. Узнадзе та ін.) неодноразово звертали увагу на виразний зв'язок між настановленнями на сприймання і самим процесом сприймання, на їхній вплив на посилення, переформування чи руйнацію моделей дійсності в людській свідомості. Такого роду настановлення можна умовно розділити на кілька рівнів: *елементарно фіксовані* (на основі життєвих потреб і в найпростіших ситуаціях); *комунікативні* (на основі потреби у спілкуванні); *базові соціальні* (на основі спрямованості інтересів особистості щодо конкретної сфери соціальної активності); *вищі* (на основі системи ціннісних орієнтацій особистості). Безумовно, загальні

положення щодо настановлень повністю стосуються й проблем сприйняття витворів мас-медіа, а тому вони беруться до увалі в обґрунтуванні методичних основ медіаосвіти.

Головні етапи реалізації медіаосвітніх підходів В узагальненому вигляді головні етапи реалізації більшості медіаосвітніх підходів є такими: набуття знань про історію, структуру, мову і теорії медіа (освітня складова); розвиток сприймання медіатекстів, «читання» їхньої мови, активізація уваги, зорової пам'яті, розвиток різних видів мислення (у тому числі критичного, логічного, творчого, образного, інтуїтивного), формування умінь розуміти ідеї (моральні, філософські проблеми тощо), образи і т. д.; розвиток креативних практичних умінь на матеріалі медіа. Безперечно, кожний з етапів можна втілювати в життя відокремлено від інших, однак тоді медіаосвіта швидше за все буде однобічною.

Так, на перший план може вийти інформація, в іншому випадку – лише критичне мислення, а в третьому – одні практичні уміння.

Способи навчальної діяльності медіапедагогів Медіапедагогі різних країн активно використовують різні способи навчальної діяльності: *описовий* (переказ медіа-тексту, перелік персоналій та подій); *особистісний* (опис відносин, емоцій, спогадів, що викликає медіатекст); *аналітичний* (аналіз структури медіатексту, мовних особливостей, точок зору); *класифікаційний* (визначення місця твору в історичному контексті); *пояснювальний* (формування суджень про медіавит-вір у цілому чи про його частину); *оцінковий* (висновок про його переваги на основі особистісних, моральних чи формальних критеріїв).

У підсумку учні мають не тільки отримати творче задоволення від спілкування з медіакультурою, а й інтерпретувати медіатекст (аналізувати мету автора, усно і письмово обговорювати характери персонажів і розвиток сюжету), пов'язувати його зі своїм досвідом і досвідом інших (ставити себе на місце персонажа, оцінювати факти й думки, виявляти причини й наслідки, мотиви, результати вчинків, реальність дії і т. д.), реагувати на твір (написати рецензію, мінісценарій тощо), розуміти його місце у культурній спадщині (бачити історичну, національну, всесвітню ретро- і перспективу), здобувати знання (знайомитися з основними видами і жанрами медіакультури, визначати розвиток якоїсь теми в різних жанрах, у різні історичні епохи, вивчати основні стилі та прийоми видатних майстрів), володіти критеріями і методами оцінки медіатвору і т. д. Формування таких умінь, безперечно, сприяє розумінню аудиторією місця медіакультури в суспільстві, її зв'язку із соціальними, політичними, економічними, релігійними, інтелектуальними тощо аспектами життя людей; розвиває естетичну свідомість, творчу індивідуальність учня та студента.

Тема заняття: Інформаційний простір сучасної людини

Мета вивчення: ознайомити здобувачів інформаційним простіром, у якому функціонує сучасна людина, показати вплив інформації на людину і формування її поглядів на світ, сприяти формуванню навичок усвідомленої взаємодії з інформаційним середовищем і гармонійного перебування в ньому.

План лекції:

1. Людина в світі інформації
2. Людина і соціальні мережі
3. Соціальні медіа
4. Особисте медіаполе

Література:

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) URL: <https://cutt.ly/1gww347>
 2. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / [ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко; наук. ред. В. В. Різун]. К.: Центр вільної преси, 2012. 352 с.
 3. Рекомендація 2006/962/ЄС Європейського Парламенту та Ради (ЄС) «Про основні компетенції для навчання протягом усього життя» від 18 грудня 2006 року. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994_975
 4. Шейбе С. Медіаграмотність: Підручник для вчителя / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу / Перекл. з англ. С.Дьома; за загал. ред. В.Ф.Іванова, О.В.Волошенко. К.: Центр вільної преси, АУП, 2014. 319 с.
- Ключові поняття:** інформація, інформаційний простір, соціальні мережі, медіа, соціальні медіа, медіаполе

Питання 1. Людина в світі інформації

Інформація завжди була важлива для людства. За неї гинули, за неї боролися, оскільки правильна інформація була запорукою прийняття правильних рішень. А неправильні рішення можуть призвести людину або країну до загибелі, тоді як правильні вестимуть до процвітання.

На наших очах змінилася значимість усіх трьох просторів, у межах яких живе людина. Це простори фізичний, інформаційний і віртуальний. Людина минулого була повністю занурена у фізичний простір. Він її не лише поїв-годував, але звідти приходили і всі загрози.

Але загрози можна запобігти, якщо про неї розповідатимуть наперед, тобто інформаційний простір теж виявляється важливим. До речі, з цієї причини негативні новини поширюються швидше позитивних. Вони соціально важливіші за позитивні. І це триває ще з тих давніх часів, коли навіть писемність ще не винайшли, а негативні новини, звичайно, були.

Людину з давніх часів супроводжує і віртуальний простір, реалізований у казках і міфах. Казки з'явилися 6–8 тис. років тому. Такою древньою була, наприклад, «Червона шапочка». Казки з'явилися так давно,

оскільки виявилися дуже потрібними. Вони дозволяли передавати певну важливу для виживання інформацію типу «не розмовляй з чужими», яку Червона шапочка порушує заговоривши з Вовком. Казка як особливий тип інформаційного продукту навчає правильній поведінці (Червона Шапочка, порушивши заборону, потрапляє в неприємну для себе ситуацію), вчить інших не порушувати заборони.

Сучасний віртуальний простір реалізується в телесеріалах, літературі, мистецтві, які породжують сучасні міфи. Деякі з них навчають людину тому, яким буде її майбутня поведінка в світі, де, наприклад, роботи займуть чільне місце. Тим самим телесеріали готують людей до майбутніх змін.

Сьогодні значно зросла роль інформаційного простору: звідси йдуть погрози у вигляді фейків і недостовірної інформації. Віртуальний простір може стати найважливішим. Нині в Японії вже є молодь, яка настільки занурена у відеоігри, що навіть не виходить на вулицю.

Їхнє життя проходить у віртуальному просторі. Ми також проводимо багато годин перед телевизором або дивимося телесеріал в інтернеті.

Британія поставила задачу перевести шкільну освіту в ігрову форму, чим займається інститут з цікавою назвою – Інститут серйозних ігор. Сьогодні понад 10% предметів переведені в ігрову форму. А в світі існують вже десятки інститутів серйозних ігор: від США до Південної Африки.

У двадцятому столітті домінуючим став інформаційний, у подальших роках двадцять першого століття таким простором стане віртуальний. Нинішня людина в середньому проводить перед різними видами екранів (смартфон, айпед, комп'ютер, телевизор) понад вісім годин на добу. Це погано для розвитку дітей, тому, наприклад, у Силіконовій долині дітей в цьому обмежують. У контракт з нянею вписується заборона на екран для дитини. Діти з багатих сімей, як правило, проводять перед екраном менше часу, ніж діти з бідніших сімей.

Світ сьогодні змінюється набагато швидше, ніж раніше. Багато його характеристик, до яких ми звикли, зникнуть на наших очах. Але інформація завжди і в усі віки стоятиме в центрі людської цивілізації, оскільки лежить в основі прийняття рішень.

Питання 2. Людина і соціальні мережі

Соціальні мережі створили нові можливості для поширення інформації. Збільшення обсягів інформації призвело до втрати довіри до неї. Це пов'язано з тим, що соціальні мережі відмовилися від властивої друкованим виданням перевірки на достовірність інформації, яку вони публікують. Тому достовірне і фейки можуть перебувати поруч і між ними важко знайти відмінності. Фейки, як правило, негативно орієнтовані, вони

краще підготовлені для поширення, оскільки «натискають» на вразливі місця людини.

Технічні платформи також мають нові непомітні шляхи впливу на людину. Непомітний вплив не відчувається людиною, тому вона не виробляє проти нього засоби захисту. Наприклад, у пошуковій системі Google 50% переглядів припадає на перші два видані результати, 90% стосуються перших десяти результатів. А що ж інші тисячі, які стоять за ними? Їх, виходить, не дивиться ніхто, зате вони створюють відчуття об'єктивності. Кожен може їх подивитися, але не дивиться.

Facebook тримає нас у жорстких інформаційних бульбашках, даючи нам інформацію тільки від наших друзів і знайомих. Як наслідок – ми не отримуємо тієї інформації, яка би суперечила нашим уявленням, живемо в інформаційному комфорті, що не розвиває наші мізки. Інстаграм змушує дівчат поспішати до пластичних хірургів. І вони самі так вирішують, ніхто їх не примушує.

Коли за допомогою Cambridge Analytica втручалися в американські президентські вибори, то для цього створювали психологічні профілі груп людей. Вони створювалися за результатами аналізу лайків у Фейсбуці. Якщо людина отримує повідомлення, яке спирається на такий аналіз, то можна отримати на 40% більше кліків і на 50% більше покупок. Цей напрямок його творці з мікротаргетинга перейменували в психологічний таргетинг, від якого у людини практично немає захисту.

Ще однією новою небезпекою стала інтернет-залежність дітей. На пострадянському просторі нею охоплено 10% дітей. Діти проводять в інтернеті весь свій вільний час. Є небезпечні інтернет-групи. «Сині кити», наприклад, нібито штовхали дітей на самогубство. Є такі ж «Червоні сови». Схожа японська група Момо теж з'явилася в Україні. У мережі дитина може піддатися інформаційного нападу – кібербулінгу.

На цей час в Україні телебачення зберігає свою силу як постачальник новин, маючи охоплення понад 77% населення. Інтернет-ЗМІ мають 60% охоплення. Масовість джерел інформації в соцмедіа породила втрату достовірності: кожна п'ята новина в українському сегменті соцмедіа не є достовірною. Майже 7% новин в інтернет-медіа мають маніпулятивні заголовки, щоб збільшити число кліків.

Соцмедіа керують нашою увагою. «Лайки» були придумані для того, щоб людина отримувала задоволення, ставлячи або отримуючи лайк, тим самим довше затримувалась біля екрану. Інстаграм привів до зростання попиту на роботу пластичних хірургів, оскільки люди невдоволені своєю зовнішністю. Всі техплатформи націлені на нашу увагу, оскільки тим самим ми залишаємо електронні сліди, на базі яких можна збирати інформацію про користувача. Маючи таку інформацію про кожного з нас, соцплатформи стають головними постачальниками реклами споживачам, обганяючи всіх інших за своїми фінансовими результатами.

Питання 3. Соціальні медіа

Соціальні мережі давно перестали бути місцем безпечного спілкування вузького кола друзів. Нині це один із найпотужніших засобів комунікування та впливу, який містить багато небезпек. Наприклад, поширення мови ворожнечі, цькування, фейкові повідомлення, сотні тисяч шкідливих облікових записів (боти, тролі). Чи значить це, що треба відмовитись від використання соцмереж? Ні.

Що може допомогти вберегтись від небезпек та ризиків користування соцмережами? Мінімізувати ці небезпеки допоможуть знання про можливість налаштувати соцмережі під себе, розуміння того, як формується шкідливий контент, які є ознаки облікових записів неживих осіб.

Окрім написання власних та поширення чужих дописів, соцмережі дають можливість визначати межі своєї конфіденційності (приватності). Ми самі вирішуємо, що написати, яке фото чи відео опублікувати, кого додати в друзі, що впливає на формування нашої репутації.

Налаштування соцмереж дозволяють визначати вашу початкову аудиторію: друзі, друзі друзів, визначені особи або будь-хто. Вони можуть поширювати ваші фотографії, відео чи текстові дописи серед своїх друзів та читачів. Відповідно, дуже складно контролювати, хто побачить ваш допис. Щоразу, коли ви поширюєте інформацію, будьте готові, що вона поширяться за межі вашої початкової аудиторії.

Навіть якщо ви пишете комусь приватне повідомлення. Інформацію можуть скопіювати та опублікувати в іншому місці інтернету, наприклад, якщо зроблять знімок екрану.

Якщо ви надаєте загальний доступ до своїх дописів, якийсь з них може отримати несподівану увагу. Може навіть стати «вірусним», якщо цей допис з'явиться в медіа або на сторінках лідерів думок.

Це може зіграти вам на руку, якщо метою є привернути увагу до проблеми або до вашої діяльності. Але так само ви можете стати і мішенню для цькувань чи погроз, якщо ваш допис чи розміщене вами фото поширяться мережею. Це може вплинути на вашу репутацію.

У соціальних мережах ми маємо можливість поширювати ідеї, погляди, зображення чи відео. Однак чи ви впевнені, що не поширюєте неправдиву інформацію? Якщо не впевнені, тоді ви наражаєте на небезпеку себе і своїх друзів. На відміну від традиційних медіа, в соціальних мережах немає редактора чи журналіста, який перевіряє правдивість інформації. Відповідальність лежить на вас. Від вміння визначати та відсіювати неправдиву та неперевірену інформацію, яку ви поширюєте, залежить ваша репутація.

Соціальні мережі дають можливість не тільки ділитись своїми думками, фото чи відео. Знання про додаткові розширені можливості допоможуть вибудувати сильнішу лінію вашої безпеки та приватності.

Питання 4. Особисте медіаполе

Наше медіаполе – це сума інформації, яку ми щодня сприймаємо, свідомо чи несвідомо відбираємо з великої кількості джерел і споживаємо, реагуючи емоційно і раціонально, тобто переживаючи та аналізуючи, пропускаючи крізь себе.

У ситуації величезної навали інформації, у якій складно розібратися, надзвичайно важко визначити важливе, суттєве, насправду визначальне для нас. Чи все, що нам пропонують як сьогоднішній порядок денний, є таким? Чи насправду все те, що ми інформаційно споживаємо, «імо», є поживним і корисним для нас? Іноді важливим, але не усвідомленим є навіть запитання – чи є це загалом істивним, не шкідливим для ментального здоров'я?

Але ми намагаємось не відстати від інших, бути в курсі подій, пам'ятаючи, що «той, хто володіє інформацією, володіє світом». Проблема виглядає як надзвичайно складна через бажання дізнатися якомога більше і водночас неможливість виокремити головне, провідне, те, що визначатиме наше життя завтра.

Важливим фактором впливу на читача є розрахунок журналістів на свій сегмент аудиторії. Сприймаючи журналістські матеріали, ми маємо це враховувати. Уявіть себе самого журналістом. Помінявшись із журналістами ролями, ви одразу починаєте краще розуміти «журналістську кухню», тонкощі вибору тем, експертів, коментарів, мистецтво створення заголовку і його вплив на адресата.

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.

Суттєво полегшує свідоме сприйняття інформації знання про журналістські стандарти – певні норми і правила, які добровільно, шляхом саморегуляції, прийняті в міжнародній спільноті журналістів.

Для читача й глядача дотримання в медіа текстів журналістських стандартів є певним маркером того, що матеріал зроблений журналістами якісно, чесно (без маніпуляцій) і професійно.

Захист особистого медіаполя завжди пов'язаний з аналізом співвідношення фактів і суджень у повідомленні, свідомим розумінням того хто, чому і в чий інтерес подає інформацію, з необхідністю перевірки як джерел інформації, так і власне контенту. Саме тому найбільша кількість (і «ударна» якість) маніпуляцій пов'язані з бажанням автора вимкнути у споживача раціональні механізми сприйняття інформації. Найкраще це вдається маніпуляторам через емоційний вплив і вплив через цінності. Адже коли ми співчуваємо або говоримо про «вічні цінності», «традиційні цінності», тобто про те, що не обговорюється, ми реагуємо підсвідомо. Під впливом сильних емоцій ми здатні на

імпульсивні рішення, мментальні реакції/дії, усвідомлення яких приходить пізніше.

Маніпуляції емоціями та цінностями особливо поширені під час інформаційно-сміслової війни, оскільки «зброя» цих маніпуляцій є невидимою, але дуже ефективною. Людина, яка не аналізує, а автоматично діє під впливом, є бажаним об'єктом у цій війні. Таку людину легко емоційно розхитати, вона стає розгубленою, обеззброєною, майже беззахисною перед чужими агресивними смислами.

Тому для укріплення і посилення особистого медіаполя, для власного захисту треба постійно застосувати критичне раціональне мислення, інструменти медіаграмотності.

Тобто замість того, щоб під час перегляду телевізійних чи інтернет-новин одразу бігти за валідолом, спробуйте увімкнути раціональний аналіз, а не емоційний формат «зрада – перемога».

Для використання наших емоцій пропагандисти обох сторін застосовують однакові методи та інструменти, серед яких найефективнішими є образи дітей, тварин («котики», «песики», «пандочки»), людей похилого віку чи людей з інвалідністю. Розрахунок при використанні цих образів полягає в тому, що коли ми бачимо людей у скруті, малечу чи старих у біді, нам важко застосувати раціональні механізми аналізу, порівняння, пошуку істинності, джерел інформації. Ми реагуємо автоматично, висловлюючи свої співчуття чи злість, гнів та ненависть до того, хто ображає слабких. Саме для таких реакцій часто використовують фейкові повідомлення і фото (оскільки візуалізація підсилює враження).

Наші емоції, співчуття, на жаль, часто використовують у шахрайських схемах збирання грошей на фейкові лікування фейкових хворих. Фотографії людини (особливо дитини) у стражданні, заклики згадати про своїх близьких, з якими також може статися біда, апеляція до небайдужості й обов'язкове нагадування про терміновість перерахування грошей – все це спрямоване на мментальність нашої емоційної реакції поза аналізом.

Дуже часто для впливу використовується емоція страху, залякування читача. Крім того, маніпулятори грають не лише на базовій потребі кожної людини в безпеці, а і на її бажанні захистити близьких людей.

Медіаграмотна людина може визначити, коли хтось намагається керувати її емоціями чи вдається до маніпуляцій цінностями. Головним маркером таких маніпуляцій є відсутність логічних аргументів, використання емоцій, сильних почуттів чи моральних цінностей для переконання в правоті чи заклик до дій. Захистом від емоційного впливу є застосування критичного мислення.

Інструктивно-методичні матеріали до практичних занять із навчальної дисципліни «Основи медіаосвіти дорослих»

Практичне заняття № 1. Медіаосвіта і медіаграмотність як освітні категорії

Мета: формування цілісного погляду на сучасну систему медіаосвіти, розуміння можливостей медіаосвіти у процесі формування майбутніх професіоналів; ознайомлення зі змістом медіаосвіти у вищій школі, розвиток навичок практичного використання зазначеної інформації у професійній діяльності; застосування здобутих знань та умінь при опрацюванні матеріалів, необхідних для здійснення наукової діяльності; формування вміння самостійно опановувати нові знання, які сприяють підвищенню професіоналізму майбутнього фахівця.

Навчальний час: 2 години

Обладнання: Персональний комп'ютер, підключення до мережі Інтернет

План заняття

1. Зміст і основні завдання медіаосвіти
 2. Місце медіаосвіти в процесі професійної підготовки педагогічних працівників
 3. Класифікація функцій сучасних медіа за соціально-педагогічними критеріями
 4. Філософська сутність категорій «медіаосвіта», «медійна та інформаційна гра-мотність», «медіакультура»
- Ключові поняття:** медіаосвіта, медіакультура, медіаобізнаність, медіаграмотність, медіакомпетентність, медіаторчість.

Практичне заняття № 2. Основні історичні етапи розвитку медіаосвіти в Україні та за кордоном

Мета: формування цілісного погляду на сучасну систему медіаосвіти в Україні та за кордоном, розуміння можливостей медіаосвіти у процесі формування майбутніх професіоналів; закріпити знання здобувачів з основних понять теми; розширювати науковий світогляд, формувати в них прагнення до систематичного підвищення професійної майстерності.

Навчальний час: 2 години

Обладнання: Персональний комп'ютер, підключення до мережі Інтернет

План заняття

1. Зародження, розвиток та поширення інформаційних і комунікаційних засобів.
2. Медіаосвітні проекти ЮНЕСКО та Ради Європи.
3. Упровадження медіаосвіти у Великобританії, Канаді, Німеччині, США, Франції, Фінляндії, Австралії, Росії.

4. Стан та перспективи впровадження медіаосвіти в Україні

Ключові поняття: медіаосвіта, розвиток медіаосвіти

Практичне заняття № 3. Місце медіа у формуванні світогляду особистості

Мета: формування цілісного погляду на сучасну систему медіаосвіти; усвідомлення місця медіа у формуванні світогляду особистості; формування професійних знань щодо соціально-педагогічних критеріїв використання медіа, визначення впливу медіа на суспільну свідомість та свідомість особистості; формування вміння самостійно опанувати нові знання, які сприяють підвищенню професіоналізму майбутнього фахівця.

Навчальний час: 2 години

Обладнання: Персональний комп'ютер, підключення до мережі Інтернет

План заняття

1. Медіа як засоби масової інформації і комунікації
2. Види і функції засобів масової інформації
3. Сучасний медіаландшафт України
4. Соціально-педагогічні критерії використання медіа
5. Вплив медіа на суспільну свідомість та свідомість особистості

Ключові поняття: медіа, масова інформація, комунікації медіаосвіти, медіаландшафт, медіа, суспільна свідомість, свідомість особистості.

Практичне заняття № 4-5. Основи медіаграмотності фахівця. Види та рівні медіаосвіти

Мета: формування цілісного погляду на сучасну систему медіаосвіти, розуміння можливостей медіаосвіти у процесі формування майбутніх професіоналів; ознайомлення з основами медіаграмотності фахівця, видами та рівнями медіаосвіти.

Навчальний час: 4 години

Обладнання: Персональний комп'ютер, підключення до мережі Інтернет

План заняття

1. Медіаосвіта в сучасній педагогіці
2. Медіакомпетентність педагогічних і науково-педагогічних працівників
3. Види та рівні медіаосвіти

Ключові поняття: медіа, медіаосвіта, педагогіка, медіакомпетентність, медіаграмотність, педагогічний працівник, андрагог.

Практичне заняття № 6. Моделі медіаграмотності та методи їх конструювання

Мета: формування цілісного погляду на сучасну систему медіаосвіти; усвідомлення місця медіа у формуванні світогляду особистості; формування професійних знань щодо соціально-педагогічних критеріїв використання медіа, визначення впливу медіа на суспільну свідомість та свідомість особистості; формування вміння самостійно опанувати нові знання, які сприяють підвищенню професіоналізму майбутнього фахівця.

Навчальний час: 2 години

Обладнання: Персональний комп'ютер, підключення до мережі Інтернет

План заняття

1. Характеристика та класифікація моделей медіаграмотності
2. Моделі розвитку медіаграмотності
3. Класифікація методів розвитку медіаграмотності
4. Традиційні методи медіаосвіти

Ключові поняття: медіа, медіаосвіта, модель медіаграмотності, медіаграмотність, методи медіаосвіти.

Практичне заняття № 7. Медіаосвіта як засіб розвитку критичного мислення

Мета: формування цілісного погляду на медіаосвіту як засобу розвитку критичного мислення, розуміння можливостей медіаосвіти у процесі формування майбутніх професіоналів; ознайомлення з основними принципами формування медіакомпетентності і критичного мислення; формування вміння самостійно опанувати нові знання, які сприяють підвищенню професіоналізму майбутнього фахівця.

Навчальний час: 2 години

Обладнання: Персональний комп'ютер, підключення до мережі Інтернет

План заняття

1. Критичне мислення як феномен медіаграмотності
2. Завдання критичного мислення для медіаосвіти
3. Рівні критичного мислення
4. Принципи формування медіакомпетентності і критичного мислення
5. Аналіз впливу медіатекстів на здобувачів
6. Технологія розвитку критичного мислення в процесі медіаосвіти

Ключові поняття: критичне мислення, медіакомпетентність, медіаосвіта, медіаграмотність, медіатекст, здобувач

Практичне заняття № 8. Засоби масової інформації і комунікації в освітній діяльності фахівця

Мета: формування цілісного погляду на сучасну систему медіаосвіти, розуміння можливостей медіаосвіти у процесі формування майбутніх професіоналів; формування вміння самостійно опановувати нові знання, які сприяють підвищенню професіоналізму майбутнього фахівця.

Навчальний час: 2 години

Обладнання: Персональний комп'ютер, підключення до мережі Інтернет

План заняття

1. Інформаційний простір викладача
2. Сприйняття світу та взаємодія з соціумом за допомогою аудіовізуальних засобів, телерадіожурналістики
3. Медіаповідомлення. Телевізійні ток-шоу і аудіо-програми
4. Медіапедагогіка і медіакомпетентність як засоби створення середовища для культурного і духовного зростання здобувачів освіти
5. Освітня діяльність викладача-андрагога з використанням засобів масової інформації та комунікації

Ключові поняття: викладач, інформаційний простір, медіакомпетентність, медіаосвіта, медіаграмотність, медіапедагогіка

Практичне заняття № 9. Нові медіа та комунікації як фактор взаємодії в інформаційному освітньому середовищі

Мета: ознайомлення з поняттям «нові медіа» як нові технологічні можливості у створенні та поширенні інформації; аналіз інструментів нових медіа, характеристика кібербулінгу, розвиток навичок практичного використання зазначеної інформації щодо медіабезпеки у професійній діяльності; застосування здобутих знань та умінь при опрацюванні матеріалів, необхідних для здійснення навчальної діяльності; формування вміння самостійно опановувати нові знання, які сприяють підвищенню професіоналізму майбутнього фахівця.

Навчальний час: 2 години

Обладнання: Персональний комп'ютер, підключення до мережі Інтернет

План заняття

1. Нові медіа як нові технологічні можливості у створенні та поширенні інформації
2. Інструменти нових медіа – YouTube, Google, Facebook та ін.
3. Особливості сприйняття інформації в Інтернеті.
4. Поняття «мультимедійності» в процесі створення сучасного і конкурентного інформаційного продукту
5. Принцип «багатосторонньої комунікації» в нових медіа
6. Медіабезпека. Кібербулінг

Ключові поняття: нові медіа, інформація, мультимедійність, інформаційний продукт, комунікація, медіабезпека, кібербулінг

Практичне заняття № 10-11. Технології розвитку медіаграмотності, особливості їх функціонування

Мета: формування цілісного погляду на сучасну систему медіаосвіти в Україні, розуміння можливостей медіаосвіти у процесі формування майбутніх професіоналів; ознайомлення з інтересами і потребами цільової аудиторії сучасних ЗМІ, технологіями розвитку медіаграмотності здобувачів вищої освіти, психолого-педагогічними особливостями розвитку медіаграмотності дорослих учнів, розвиток навичок практичного використання зазначеної інформації у процесі професійної діяльності; формування вміння самостійно опановувати нові знання, які сприяють підвищенню професіоналізму майбутнього фахівця.

Навчальний час: 4 години

Обладнання: Персональний комп'ютер, підключення до мережі Інтернет

План заняття

1. Інтереси і потреби здобувачів вищої освіти як цільової аудиторії сучасних ЗМІ
2. Структура і принципи наповнення контенту в радіо-, телепрограмах, інтернет-виданнях для здобувачів вищої освіти
3. Технології розвитку медіаграмотності здобувачів вищої освіти
4. Психолого-педагогічні особливості розвитку медіаграмотності дорослих учнів

Ключові поняття: здобувач вищої освіти, дорослий учень, медіа, ЗМІ, медіаосвіта, медіаграмотність, контент.

Практичне заняття № 12-13. Профілактика сучасних маніпулятивних технологій масових комунікацій. Тренінг

Мета: формування цілісного погляду на сучасну систему медіаосвіти; аналіз прийомів маніпулювання, що використовуються сучасними ЗМІ, характеристика підходів до профілактики сучасних маніпулятивних технологій масових комунікацій, формування вміння самостійно опановувати нові знання, що сприятимуть підвищенню професіоналізму майбутнього фахівця.

Навчальний час: 4 години

Обладнання: Персональний комп'ютер, підключення до мережі Інтернет

План заняття

1. Поняття маніпуляцій. Індивідуальне та масове маніпулювання.
2. Найбільш поширені прийоми маніпулювання, що використовуються сучасними ЗМІ.

3. «Джинса» та «гламурна журналістика» у системі «промивання мізків» сучасних споживачів медіа.

4. Тренінг «Профілактика сучасних маніпулятивних технологій масових комунікацій»

Ключові поняття: маніпуляція, ЗМІ, медіа, споживач, масові комунікації, профілактика

Рекомендована література

Основна

1. Іванов В. Ф., Волошенко О. В. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с.

2. Медіакомпетентність фахівця: колективна монографія / Онкович Г. В., Горун Ю. М., Кравчук В. О., Литвин Н. О., Костюхіна І. В., Нагорна К. А., за наук. ред. д. пед. наук, проф. Онкович Г. В. К.: Логос 2013. 287 с.

3. Медіакультура в контексті міждисциплінарних досліджень: монографія / за загал. наук. ред. В.В. Березенко, М.А. Лепського, О.О. Семенець; відп. ред. К. Г. Сіриньок-Долгарьова. Запоріжжя: Кераміст, 2017. 309 с.

4. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / О.Т. Барішполець, О.Л. Вознесенська, О.Є. Голубєва, Г.В. Мироненко, Л.А. Найдюнова, Н.О. Обухова, Н.І. Череповська; за наук. ред. Л.А. Найдюнової, Н.І. Череповської; НАПН України, Інститут соціальної та політичної психології. К.: Міленіум, 2014. 348 с.

5. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник для студентів педагогічних коледжів / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко; за науковою редакцією В.В. Різуна. Київ: Центр Вільної Преси, 2014. 431 с.

Допоміжна

1. Абетка медіа / за загал. ред. В. Ф. Іванов; переклад з нім. В. Климченка. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. 177 с.

2. Головченко Г. Медіаосвіта: нові напрями досліджень. *Рідна школа*. 2019. № 3–4. С. 42–47

3. Іванов В.Ф. Массовая коммуникация: монография. Киев: АУП, Центр Свободной Прессы, 2013. 902 с. URL: <https://cutt.ly/E1uu2nD>

4. Мироненко Г.В. Час віртуального життя: монографія. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. К.: Імекс-ЛТД, 2015. 134 с.

5. Найдюнова Л. А. Медіаосвіта в Україні: особливості реалізації соціально-психологічної моделі. URL: <http://www.academia.edu>

6. Найдюнова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: підручник. Національна академія педагогічних наук України,

Інститут соціальної та політичної психології. Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. 244 с.

7. Немеш О.М. Віртуальна діяльність особистості: структура та динаміка психологічного змісту: монографія. Київ: Слово, 2017. 391 с.

8. Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів / за загал. ред. В. Ф. Іванова. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 100 с. URL: <https://cutt.ly/oluuTzZ>

8. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Закон України «Про вищу освіту» від 1.07.2014 року №1556-VII. URL: <https://cutt.ly/SkZ9CAAt>

2. Закон України «Про Національну програму інформатизації». URL: <https://cutt.ly/club60U>

3. Закон України «Про інформацію». URL: <https://cutt.ly/qlunlyX>

4. Закон України «Про доступ громадян до публічної інформації». URL: <https://cutt.ly/Olunl95>

5. Закон України «Про захист суспільної моралі». URL: <https://cutt.ly/alunGBY>

6. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) URL: <https://cutt.ly/1gww347>

**Завдання до самостійної роботи здобувачів
з навчальної дисципліни
«Основи медіаосвіти дорослих»**

До основних форм самостійної роботи здобувачів при вивченні курсу «Основи медіаосвіти дорослих» слід віднести:

- опрацювання лекційного матеріалу та додаткове самостійне вивчення теоретичного матеріалу за списком рекомендованої літератури;
- підготовка до практичних занять та виконання індивідуальних завдань для самостійної роботи;
- підготовка до заліку.

**Блок завдань з самостійної роботи з навчальної дисципліни
«Основи медіаосвіти дорослих»**

Тема	Завдання	Форма контролю
Теоретичні засади медіаосвіти	Визначити основні поняття теми (сутність основних понять /категорій) навчальної дисципліни, скласти глосарій. Проаналізувати статті з проблеми медіаосвіти та підготувати повідомлення з історії розвитку медіаосвіти в різних країнах, подати у вигляді мультимедійної презентації	глосарій, наукове повідомлення, мультимедійна презентація
Медіаосвіта та медіаграмотність як складові медіакомпетентності фахівця	Проаналізувати статті з проблеми медіаосвіти та підготувати статтю промоушен. За вивченою темою скласти інфографіку та презентувати її. Підготувати повідомлення у вигляді доповіді на питання теми (за вибором)	стаття промоушен, інфографіка, доповідь
Освітній інструментарій медіаінформаційної грамотності фахівця	Ознайомитися з літературою до теми. Розробити проект тренінгового заняття з використанням медіаосвітнього контенту для дорослих учнів	тренінгового заняття з використанням медіаосвітнього контенту для дорослих учнів

Рекомендована література

1. Іванов В. Ф., Волошенко О. В. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с.
2. Медіакомпетентність фахівця: колективна монографія / Онкович Г. В., Горун Ю. М., Кравчук В. О., Литвин Н. О., Костюхіна І. В., Нагорна К. А., за наук. ред. д. пед. наук, проф. Онкович Г. В. К.: Логос 2013. 287 с.

3. Медіакультура в контексті міждисциплінарних досліджень: монографія / за загал. наук. ред. В.В. Березенко, М.А. Лепського, О.О. Семенець; відп. ред. К. Г. Сірінюк-Долгарьова. Запоріжжя: Кераміст, 2017.

4. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / О.Т. Баришполец, О.Л. Вознесенська, О.Є. Голубєва, Г.В. Мироненко, Л.А. Найдюнова, Н.О. Обухова, Н.І. Череповська; за наук. ред. Л.А. Найдюнової, Н.І. Череповської; НАПН України, Інститут соціальної та політичної психології. К.: Міленіум, 2014.

5. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник для студентів педагогічних коледжів / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко; за науковою редакцією В.В. Різуна. Київ: Центр Вільної Преси, 2014. 431 с.

Допоміжна

1. Абетка медіа / за загал. ред. В. Ф. Іванов; переклад з нім. В. Климченка. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2015.

2. Головченко Г. Медіаосвіта: нові напрями досліджень. *Рідна школа*. 2019. № 3–4. С. 42–47

3. Іванов В.Ф. Массовая коммуникация: монографія. Киев: АУП, Центр Свободной Прессы, 2013. 902 с. URL: <https://cutt.ly/E1uu2nD>

4. Мироненко Г.В. Час віртуального життя: монографія. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. К.: Імекс-ЛТД, 2015. 134 с.

5. Найдюнова Л. А. Медіаосвіта в Україні: особливості реалізації соціально-психологічної моделі. URL: <http://www.academia.edu>

6. Найдюнова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: підручник. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013.

7. Немеш О.М. Віртуальна діяльність особистості: структура та динаміка психологічного змісту: монографія. Київ: Слово, 2017. 391 с.

8. Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів / за загал. ред. В. Ф. Іванова. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 100 с. URL: <https://cutt.ly/oluuTZz>

Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Закон України «Про вищу освіту» від 1.07.2014 року №1556-VII. URL: <https://cutt.ly/SkZ9CAI>

2. Закон України «Про Національну програму інформатизації». URL: <https://cutt.ly/club60U>

3. Закон України «Про інформацію». URL: <https://cutt.ly/QlunlyX>

4. Закон України «Про доступ громадян до публічної інформації». URL: <https://cutt.ly/OlunI95>

5. Закон України «Про захист суспільної моралі». URL: <https://cutt.ly/alunGBY>

6. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) URL: <https://cutt.ly/1gww347>

Контрольні питання з навчальної дисципліни «Основи медіаосвіти дорослих»

1. Основні завдання і зміст медіаосвіти, її зв'язок із соціальною педагогікою, іншими гуманітарними навчальними дисциплінами
2. Сучасна парадигма освіти і роль андрагога в інноваційному інформаційному просторі
3. Упровадження медіаосвіти в європейських країнах
4. Сутність міжнародних актів з прав людини щодо свободи переконань та свободи одержувати і поширювати інформацію
5. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні
6. Стан та перспективи впровадження медіаграмотності в освітню діяльність закладів освіти
7. Функції і класифікація засобів масової інформації
8. Соціально-педагогічні критерії використання медіа
9. Вплив латентних функцій медіа на суспільну свідомість та свідомість особистості.
10. Сутність критичного мислення та його основні риси
11. Умови розвитку критичності мислення щодо профілактики маніпулятивного впливу медіа на особистість
12. Способи формування умінь розуміти сутність повідомлень, сприймання і переробки інформації
13. Технології розвитку критичного мислення в процесі медіаосвіти
14. Особистість Лена Мастермана та сутність його теорії медіаосвіти
15. Використання складних тверджень із суперечностями між твердженнями медіа тексту
16. Методи формування припущень та виявлення «семантичних прогалів»
17. Методика аналізу медіатексту методом актуалізації
18. Методика аналізу медіатексту методом експлікації логічних зв'язків
19. Сутність поняття «аудіовізуальна грамотність»
20. Специфіка сприйняття аудіовізуального образу
21. Характеристика сучасних жанрів аудіовізуальних творів
22. Роль аудіовізуальної грамотності в здатності критично сприймати твори сучасної екранної культури
23. Об'єктивні і суб'єктивні причини викривлення інформаційного простору
24. Маніпулятивні засоби в телевізійних новинах
25. Маніпулятивний потенціал телевізійних політичних ток-шоу
26. Нові професії по роботі з інформаційним простором, які задіяні в сфері маніпуляцій

27. Використання маніпулятивних технологій у засобах масової інформації
28. Порівняльна характеристика основних технологій підсвідомого впливу на особистість
29. Характеристика основних індикаторів медіа грамотності
30. Медіаосвіта і основи медіаграмотності як психолого-педагогічна складова підготовки викладача закладу вищої освіти
31. Європейські критерії медіаграмотності
32. Взаємозв'язок понять «медіаграмотність» та «медіакомпетентність»
33. Класифікація рівнів та показників медіа компетентності
34. Модель медіаосвіти майбутнього викладача в наукових розвідках українських учених
35. Законодавчі та нормативно-правові акти щодо адаптації здобувачів вищої освіти до сучасних соціально-економічних умов суспільства
36. Вплив засобів масової інформації на формування особистості
37. Варіанти поведінки особи залежної від інформативного контенту засобами масової інформації та внутрішніх імпульсів
38. Можливі варіанти сприйняття особистістю натуралістичного, непристойного життя засобами масової інформації
39. Вплив медіаінформації для формування морально-етичних орієнтирів сучасної молоді
40. Приклади медіапроектів (програм) освітньої спрямованості, аналіз їх правдивості
41. Приклади елементів навіювання засобами масової інформації та їх наслідки і прояви як в суспільстві так і з боку окремої особистості
42. Принципи, засоби, методи збору, систематизації, узагальнення і використання аудіовізуальної та друкованої інформації
43. Принципи маніпулювання свідомістю споживачів аудіовізуальної інформації
44. Вплив прихованої комерційної інформації і деформації дійсності
45. Вплив комерційних схем в засобах масової інформації та недостовірної інформації на свідомість молоді
46. Можливості та умови ефективного використання аудіовізуальних засобів в навчальній роботі
47. Використання можливостей засобів масової інформації і комунікації в освітній діяльності закладів освіти
48. Роль медіа в формуванні полікультурної картини світу та освітньому процесі закладів вищої освіти
49. Спецмедіапроекти, елементи навіювання в засобах масової інформації, їх шкідливі наслідки та прояви в суспільстві

50. Формування світоглядних позицій здобувачів вищої освіти засобами масової інформації

51. Подача інформації на правах реклами (прихованої реклами), її оцінка та сприйняття особистістю

52. Роль комп'ютера в активізації пізнавальної діяльності здобувачів освіти

53. Види комп'ютерних програм навчання

54. Дидактичний і виховний потенціал медіа (інтерактивність, комунікативність, мультимедійність, індивідуалізація тощо)

55. Особливості основних інструментів «нових» медіа таких, як YouTube, Google, Facebook тощо

56. Навчальні ресурси глобальної мережі Internet

57. Позитивні та негативні наслідки застосування медіатехнологій навчання

58. Негативні тенденції, що створюють засоби масової інформації (дезорієнтація особистості, крайній негативізм, надлишковий оптимізм)

59. Правила культури спілкування в інформаційному суспільстві та методи захисту від можливих негативних впливів у процесі масової комунікації

60. Найхарактерніші приклади кібербулінгу і його наслідки