

ПРАКТИЧНА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ: МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКІ ПЕРСПЕКТИВИ

Збірник статей
Шостої міжнародної науково-методичної конференції
з медіаосвіти та медіаграмотності
20–21 квітня 2018 рік



УДК 316.774:351.751(477:100)(082)

ББК 60.56я43+67.9(4Укр)401я43

П68

Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ. : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018. – 244 с.

ISBN 978-966-2123-82-1

Упорядники:

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

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

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

**Відповідальність за підбір і виклад фактів та ілюстрацій у статтях несуть самі автори.
Статті у збірнику представлені в авторській редакції.**



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



Internews
Local voices. Global change.

Публікація цього збірника, а також весь проект з упровадження медіаграмотності в Україні мали підтримку американського народу, що була надана через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) та Інтерньюс. Зміст матеріалів є виключно відповідальністю Академії української преси та необов'язково відображає точку зору USAID, уряду США та Інтерньюс.

© Академія української преси, 2018

© Центр Вільної Преси, 2018

ЗМІСТ

ТЕОРЕТИЧНІ Й СВІТОГЛЯДНІ ЗАСАДИ МЕДІАОСВІТИ

<i>Доброносова Юлія</i> <u>Медіакомпетентність як передумова самоактуалізації особистості в культурі медіарозмаїття</u>	6
<i>Зіненко Олена</i> <u>Публічні події як інструмент медіаосвіти</u>	16
<i>Коропатник Михайло</i> <u>Медіаосвіта на вітчизняних теренах: досвід минулого для уроків сьогодення</u>	27
<i>Ладика Ірина</i> <u>Медіаграмотність як сучасна потреба інформаційного суспільства</u>	37
<i>Старкова Ганна</i> <u>Сучасний фольклор і медіаграмотність: точки дотику</u>	41
<i>Ярославцева Юлія</i> <u>Медіаграмотність в країнах ЄС: Визначення, проблеми, рішення</u>	54

МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ДОШКІЛЬНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ ТА ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ

<i>Дегтярєва Галина, Голощанова Валерія</i> <u>Фотографія на уроках у початковій школі</u>	60
<i>Іванова Інна</i> <u>Медіапростір молодшого школяра або чому лайк в соцмережі дорожчий за мамин поцілунок</u>	72
<i>Комінарець Тетяна</i> <u>Мультиплікація як засіб формування особистості дошкільника</u>	74
<i>Шкрбець Олена, Амнілогова Лідія</i> <u>Залучення молодших школярів до комунікації з медіапродукцією (майстер-клас)</u>	80

МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У СЕРЕДНІХ ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

<i>Білогура Василь, Казимір Віра</i> <u>Імплементация ключових засад медіаграмотності у навчальних закладах Чернігова</u>	94
<i>Воробйова Антоніна</i> <u>Напрями медіаосвіти в умовах філологічного профілю старшої школи</u>	98
<i>Ігнатенко Олена</i> <u>Медіаосвіта як засіб розвитку критичного мислення на уроках хімії</u>	101
<i>Коваленко Валерій</i> <u>Створення ефективної системи шкільної медіаосвіти на основі принципів наскрізного навчання в контексті модернізації інформаційно-освітнього середовища</u>	105
<i>Коваленко Павло</i> <u>Зміна акцентів у поданні матеріалів на уроках медіакультури</u>	111
<i>Лозицька Алла</i> <u>Медіаосвіта як ефективний засіб формування читацької грамотності учнів на уроках літератури</u>	114

НАСКРІЗНА МЕДІАОСВІТА В ОСВІТНЬОМУ ЗАКЛАДІ

<i>Белан Ірина, Сенкевич Геннадій</i> <u>Впровадження наскрізної медіаосвіти – найголовніша задача сучасної державної політики</u>	124
<i>Заворотнюк Інна, Земелько Ірина</i> <u>Формуємо медіаосвітній простір : з досвіду роботи КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів № 28»</u>	129
<i>Ігнатенко Олена</i> <u>Освітнє медіасередовище школи: пошук ідей та інновацій</u>	135

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ПЕДАГОГІЧНА КОМПЕТЕНЦІЯ

<i>Дух Людмила</i> <u>Педагогічні умови підготовки вчителя до викладання розділу «Світ інформації та мас-медіа» в шкільному інтегрованому курсі «Громадянська освіта»</u>	138
--	------------

<i>Кожевникова Алла</i> <u>Вплив stem-грамотності та медіа-грамотності на сучасний розвиток творчої особистості вчителя</u>	145
<i>Кравченко Оксана</i> <u>Медіакомпетентність як основна складова професійної кваліфікації сучасного вчителя громадянської освіти</u>	150
<i>Луценко Світлана</i> <u>Особливості формування медіаграмотності керівників закладів освіти в умовах децентралізації</u>	155
<i>Мокрогуз Олександр</i> <u>Кабінет медійної та інформаційної грамотності в системі підвищення медіакомпетентності вчителів</u>	160
<i>Онкович Ганна, Онкович Артем</i> <u>Нове в медіаосвіті: блогодидактика</u>	167
<i>Остапенко Людмила, Соловійова Ольга</i> <u>Інтеграція медіа освітньої компоненти в процес підготовки майбутніх вчителів</u>	174
<i>Шепенюк Ірина</i> <u>Медіаграмотність як необхідна складова професійної компетентності сучасного педагога</u>	178

МЕДІАСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У ВИЩІЙ ПЕДАГОГІЧНІЙ ОСВІТІ

<i>Зима Ольга</i> <u>Обґрунтування застосування медіаосвітніх елементів у вищій школі</u>	183
<i>Шроль Тетяна</i> <u>Формування медіа-інформаційної грамотності майбутніх учителів математики під час вивчення дисципліни «медіаосвіта та комп'ютерні технології»: організаційно-методичний аспект</u>	188

МЕДІАОСВІТА В ПОЗАКЛАСНІЙ ТА ПОЗАШКІЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

<i>Бондаренко Артем, Євтухова Тетяна</i> <u>Учнівська кіногрупа «medi@nna» як шлях упровадження медіакультури в освітній простір ЗОШ</u>	196
---	------------

<i>Стерденко Светлана</i> <u>Анализ внешкольных медиаобразовательных занятий в Центре детского и юношеского творчества Соломенского района в г. Киеве</u>	200
--	------------

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ І КОРИСТУВАЧ

<i>Величко Марина</i> <u>Причини виникнення мобінгу в освітньому середовищі. Кібермобінг</u>	203
<i>Кожем'якіна Оксана</i> <u>Маніпулятивні ефекти медіадовіри</u>	209
<i>Махія Тетяна</i> <u>Особливості взаємодії учасників освітнього процесу у соціальних мережах: переваги та недоліки</u>	215
<i>Осюхіна Марина</i> <u>Реалізація журналістської моделі медіаосвіти у світі: теоретичний підхід та можливості втілення на прикладі взаємодії медіа та аудиторії</u>	224
<i>Приходькіна Наталія</i> <u>Нові медіа в освіті: соціальна мережа facebook як сучасне освітнє середовище закладів вищої освіти</u>	229
<i>Чекалюк Вероніка</i> <u>Комунікаційна медіаплатформа у контексті іміджування</u>	238

Доброносова Юлія,
кандидат філософських наук,
доцент кафедри філософії та педагогіки
Національного транспортного університету

МЕДІАКОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК ПЕРЕДУМОВА САМОАКТУАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ В КУЛЬТУРІ МЕДІАРОЗМАЇТТЯ

На основі аналізу особливостей самоактуалізації особистості в сучасній медіакulturі як культурі медіарозмаїття автор характеризує роль медіакомпетентності і обґрунтовує значення критичної автономії і медіакреативності.

Ключові слова: *культура медіарозмаїття, самоактуалізація особистості, медіакомпетентність, медіакреативність, критична автономія.*

Сучасна медіакultura як горизонт самоактуалізації і самореалізації особистості характеризується присутністю і функціонуванням численних медіа, нашаруванням їх ефектів, синергійним або конфліктним їх співіснуванням, формуванням складних медіамереж і поширенням мережевої логіки, потужним впливом цифрової культури на мас-медіа, зміною уявлень про приватне і публічне, трансформаціями персонального досвіду і комунікативних практик, медіатизацією більшості сфер життя соціуму і культури, швидким розвитком різних форм медіакомунікації і медіасоціалізації. Драматизм існування людини на початку 21 століття пов'язаний із тим, що вона ледь не щодня повинна швидко адаптовуватися до змін непевного і складного світу, сповненого викликами і ризиками, значна частина яких пов'язана із новим етапом у розвитку медіа, тому сьогодні успішну самореалізацію годі уявити без розвитку в особи високого рівня медіакомпетентності і медіаграмотності. Огляд численних публікацій зарубіжних й українських дослідників та міжнародних документів з медіаосвіти, аналіз тенденцій її становлення в Україні і світі засвідчує **актуальність** досліджень структури і специфіки медіакомпетентності в горизонті сучасної медіакulturі. Результати досліджень сучасної філософії медіа та теоретичні і практичні здобутки у галузі медіаосвіти і медіапсихології українських і зарубіжних науковців відкривають нам те, що медіа нові (цифрові і соціальні) і старі (мас-медіа) мають сьогодні не лише соціокультурне, але й екзистенціальне й антропологічне значення, і це виводить нас на усвідомлення актуальності осмислення особливостей самоактуалізації в медіакulturі початку 21 століття, для характеристики якої ми пропонуємо означення культури медіарозмаїття.

Проблема зв'язку між самореалізацією і рівнем медіа грамотності та між самоактуалізацією особистості і рівнем її медіакомпетентності належить до важливих спрямувань сучасної гуманітаристики, де річища філософської антропології медіа, філософії культури, соціології, психології і педагогіки зустрічаються на перехресті поміркованої міждисциплінарності, необхідної для пізнання складної сучасної медіакulturі і місця в ній людини. Таким чином **метою** нашого дослідження є

визначення специфіки медіакомпетентності, що і робить її передумовою самоактуалізації особистості в культурі медіа розмаїття. Мета конкретизується у завданнях, що передбачають виявлення сутнісних рис самоактуалізації і самореалізації особистості, характеристику особливостей сучасної медіакультури як культури медіарозмаїття, котрі впливають на самоактуалізацію, та окреслення ролі медіакомпетентності як її передумови. Дослідження має як теоретичне (розвиток філософської антропології медіа, екзистенціальної філософської антропології, філософії освіти), так і практичне значення (результати можуть бути використані в розробці освітніх ініціатив з формування медіакомпетентності у дітей, молоді, дорослих і літніх осіб, в обґрунтуванні медіаосвітніх стандартів формальної і особливостей тактики і стратегії ефективної неформальної медіаосвіти, під час громадських обговорень критеріїв медіаграмотності).

Огляд праць, присвячених різним аспектам антропологічного й екзистенціального впливу медіа, засвідчує, що питання самоактуалізації особистості в горизонті сучасної медіакультури недостатньо розроблене, а осмислення зв'язку між цим процесом і засадничими характеристиками медіакомпетентності ледь намічене. Ніби окремо існують ґрунтовні дослідження з антропології медіа (Лідії Стародубцевої, Катерини Батаєвої, Дмитрія Петренка, Лева Мановича, Людмили Ороховської) та концептуалізації медіасоціалізації і медіакомпетентності українських (Любові Найдьонові, Миколи Слюсаревського, Наталі Череповської, Діани Коломієць, Катерини Стецюри). Та й зарубіжні дослідники (Л. Мастерман, Сінді Шейбе і Фейз Рогоу, Дж.Поттер) часто формулювали і формулюють свої висновки ніби автономно від філософських студій медіа (у кращому випадку маємо посилення на них у методологічних або вступних частинах досліджень). Означені два річища дослідницьких зацікавлень зрідка поєднуються, і це увиразнюється переважно у тих авторів, які залучені до практичних медіаосвітніх ініціатив (наприклад, у дослідників з кола спільноти Академії української преси, Центру медіакомунікацій і візуальних досліджень і кафедри медіакомунікацій Харківського національного університету імені Володимира Каразіна, Дніпропетровського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти) або до ініціатив з аналізу медіатравмування і формування в осіб різного віку медіаімунітету (науковців Інституту соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України та Інституту Екології масової інформації Львівського національного університету імені Івана Франка).

Міждисциплінарний характер нашого дослідження зумовлює те, що його методологічною основою є праці не лише з філософської антропології медіа і медіапсихології, підходи Вілема Флюссера, Дітмара Кампера Лева Мановича, Норберта Больца, Лідії Стародубцевої, Катерини Батаєвої, але й студії з мас-медіа і медіакомунікацій, соціології медіа (Нікласа Лумана), естетики медіамистецтва (Ганни Чміль, Оксани Чепелик, Яніни Пруденко, Олівера Грау), медіаархеології (Хухтамо Ерккі). Висновки представників гуманістичної психології Абрахама Маслоу, Карла Роджерса, Віктора Франкла мають виняткове значення для пізнання особливостей самоактуалізації особистості в культурі медіарозмаїття та дозволяють окреслити екзистенціальний смисл цього процесу, проте їх методологічний потенціал (із акцентом на помірковану міждисциплінарність) досі ще недостатньо використовувався як українськими, так і зарубіжними дослідниками. У центрі нашої уваги опиняється процес самоактуалізації особистості, тому цінними будуть не лише праці самих представників гуманістичної психології, але й студії, присвячені осягненню потенціалу їх спадщини (Віталія Ляха, Костянтина Райди, Романа Самчука).

У численних сучасних дослідженнях з педагогіки, психології, філософської антропології поняття самоактуалізації і самореалізації часто вживаються як синоніми (та й у багатьох представників гуманістичної психології помітна така тенденція), однак

ми пропонуємо їх розрізняти, і це має методологічне значення. Передусім виходитимемо із характеристики самоактуалізації як розгортання особистісного й екзистенціального потенціалу, мотиваційної тенденції особистості, її спрямованості на самопізнання. У цьому процесі оприсутнюються внутрішні потенції індивіда, проявляють себе смисложиттєві екзистенціали й інтенція на самотворення. Натомість самореалізація передбачає втілення талантів і вмінь у життя, виступає як процес становлення особистості, в якому реалізуються вже виявлені потреби і схильності, тому і пов'язана вона із формами практичної діяльності індивіда, із соціальними впливами і способами самоствердження. Медіакомпетентність і медіаінформаційна грамотність є важливими чинниками самореалізації в культурі медіарозмаїття, адже вони відкривають численні можливості усвідомлено діяти, комунікувати, втілювати власні ідеї в теперішньому і проектувати майбутній досвід шляхом творення нових медіакомунікативних практик. Нині самореалізація часто і відбувається в складному просторі медіамереж, причому універсальність медіакомпетентності і роль медіаграмотності має шанси підтверджуватися як у професійній сфері, так і в сфері особистісного спілкування, а критичне мислення і критична автономія виявляються винятково цінними у плануванні майбутньої практичної діяльності і майбутнього спілкування. Потужність, неоднозначність і багатоаспектність впливів старих і нових медіа на індивіда виразно проявляються у самореалізації в сучасній культурі як культурі медіарозмаїття, тому часто, коли йдеться про необхідність розвитку медіакомпетентності, медіаграмотності і медіаімунітету, це має передусім стосунок до соціокультурного значення у самореалізації медіадосвіду.

Тема самоактуалізації і її особливостей в горизонті медіарозмаїття зринає тоді, коли ми виходимо на питання екзистенціального і антропологічного впливу різних поколінь медіа, котрий є неоднозначним, а значить – співмірним парадоксальності людського існування. Якщо осмислення самореалізації потребує виходу на міждисциплінарне осмислення соціокультурного впливу медіарозмаїття, то досягнення самоактуалізації виводить нас на перспективи філософської антропології. Отже, увиразнення деталей зв'язку медіакомпетентності із самоактуалізацією дозволяє нам пізнавати людське існування в його парадоксальності, адже, як зазначає у своїх філософсько-антропологічних студіях медіа Дм. Петренко [6; 7] людина є топосом радикальної відкритості, а медіа постають як множинність процесів виробництва, фіксації, збереження, ретрансляції і відтворення образів і знаків, що актуалізуються і підтримуються за допомогою техніки, причому ці процеси визначають трансіндивідуальні конфігурації зовнішнього, які мають потенцію відтворювати антропологічні стратегії влади/знання та відкривати нові режими артикуляцій людського, тому культура медіаобразів інтерпретується як своєрідний простір появи і зникнення експериментальних топосів, що в них реартикулюються складки людського і проявляє себе інноваційний антропологічний досвід.

Виходитимемо із того, що **людське існування актуально і потенційно полімедіальне**, тому і медіадосвід особистості є полімедіальним. Специфіка існування людини засадничо пов'язана із медіальністю як екзистенціальним ставленням до чогось-когось, адже для того, щоб смисл з'явився, потрібно, щоб дещо наявне припинило існувати як наявне та звільнило місце деякому іншому, котрого тут як наявного немає або поки що немає. Як жодне покоління медіа до цього, нові цифрові медіа виводять на поверхню цю важливу для особи гру, що є своєрідною передумовою екзистенціальних вимірів існування людини, і водночас вони працюють із модифікацією людських здатностей сприйняття і творення життєсвіту, виводять внутрішнє назовні, розширюють не лише можливості абстрагування, але й можливості роботи із емпіричним досвідом, із персональною екзистенціальністю. Сучасне медіарозмаїття уможливорює те, що раніше могло поставати лише в уяві, адже нова медіатехніка і

медіамережі (нові і гібридні) виступають екзистенціальними посередниками не лише між окремими людьми, але й між людиною і нею самою, що і є підставою для їх подвійності у творенні можливостей гуманізації-дегуманізації, людиномірності-нелюдиномірності.

Сьогодні медіадосвід більшості громадян України позначений полімедіальністю високого ступеню складності: у ньому співіснують практики, пов'язані не лише із соціальними і новими медіа та мас-медіа, але й з медіа старшого покоління (книга, телефонія різних типів), причому домінування одного типу медіальності не виключає можливостей виходу на перший план іншого типу у певні моменти життя. Проте винятково важливо пам'ятати про те, що нині різні медіа можуть утворювати гібридні мережі або конфліктувати, причому в персональному повсякденному медіадосвіді ми можемо зіткнутися із цим. Розвиток нових практик комунікації часто вимагає від особи відкритості до нового досвіду, за відсутності чого вона переживає страх перед всім новим. Саме тому медіакомпетентність передбачає творення **персональних варіантів гармонійного поєднання різних медіальностей**, що дозволяє в щоденному житті, комунікації, професійній і громадській активності, творчості і дозволі використовувати найкращі можливості тих чи інших медіа, старих чи нових. Комбінування різних медіальностей у гармонійному медіадосвіді є одним із можливих напрямків розвитку такої важливої і релевантної сучасному рівню розвитку культури медіарозмаїття складової медіакомпетентності як **медіакреативність**.

У самоактуалізації особистості зазвичай оприсутнюється націленість на індивідуалізоване визначення майбутнього розвитку, що спирається на самоосягнення і самопізнання. Ще представники гуманістичної психології виділяли важливі характеристики процесу самоактуалізації, котрі в сучасній медіакulturі набувають нового звучання: реалізація творчих здібностей, орієнтація на майбутнє, низька внутрішня конфліктність, відданість справі, свіжість сприйняття, невимушеність поведінки й внутрішнього життя особистості, здатність любити (А. Маслоу); відкритість новому досвіду, почуття суб'єктивної свободи, прагнення автентичності, цілісність особистості, ставлення до життя як до процесу, готовність до ризику і конструктивна соціальна роль (К. Роджерс); почуття відповідальності, свобода вибору, усвідомлення сенсу свого життя, свідомий контроль над своїм життям, цінності творчості, переживання; подолання тривоги за себе (В. Франкл). У культурі медіарозмаїття сучасні медіамережі створюють безліч можливостей для самоактуалізації, проте відкривають і перспективи підміни пізнання себе колажуванням зі стереотипів, маніпулятивних тверджень і нашарувань чужих думок. Водночас характерна для самоактуалізації спрямованість на самостійне визначення майбутнього може проявлятися лише за високого рівня медіакомпетентності, котрий передбачає здатність не лише проектувати медіадосвід, але й творити нові практики медіа комунікації (медіакреативні здатності і вміння). У просторі медіарозмаїття перед особою постають численні можливості самоідентифікації із певними Ми, і водночас особа може відчувати перенасичення можливими образами свого Я, і така ситуація випробовує і здатність індивіда адаптовуватися до динамічної реальності, і його креативність.

Для кращого розуміння того, в чому полягає екзистенціальний вплив сучасного медіарозмаїття на самоактуалізацію особистості, звернемося до деяких висновків представника гуманістичної психології К. Роджерса, у тлумаченні якого самоактуалізація є мотивуючою тенденцією збереження й розвитку себе, рушійною силою життя, що проявляється в прагненні поширюватися, ставати незалежним, розвиватися, зріти [9, с. 120]. Я-концепція як уявлення про самого або саму себе і самооцінка відіграють тут вирішальну роль, адже особистість може існувати автентично або неавтентично. К. Роджерс вказує, що в житті людини проявляє себе дихотомія конгруентності (цілісності і відповідності переживання досвіду та його висловлення у

спілкуванні) та конгруентності (протилежний процес), причому часто існує невідповідність між автентичною Я-концепцією та ідеалізованим уявленням про себе або «ідеальною самістю». У культурі медіарозмаїття і практиках медіакомунікації напруга між автентичним і неавтентичним існуванням інтенсифікується, причому ми можемо спостерігати це не лише в соціальних мережах, але у впливі на особу гібридних медіа, в яких ефекти традиційних мас-медіа помножуються на можливості інтерактивності. Особливе значення тут має те, що в сучасному медіарозмаїтті присутня зміна уявлень про приватне і публічне, розмивання кордонів між різними рівнями спілкування, поширення інфантильних форм сповідальної культури, причому все це може активно використовуватися в комерційних цілях (для збуту товарів чи послуг, формування поведінки споживачів і їх смаків) або в цілях політичних (під час інформаційно-психологічних спеціальних операцій, формування прихильності до політичних рухів, партій, спільнот). Медіарозмаїття є світом не лише менеджменту ідентичності, але й царством маркетингу досвіду, а переплетіння вербального і візуального у сучасних практиках медіакомунікацій творить і нові можливості і для першого, і для другого. Нелло Бариле [1, с. 150] зазначає, що, на перший погляд, сучасною парадигмою економіки досвіду видається театр, але її детальний розгляд засвідчує скоріше подібність не до видовищної парадигми, а до парадигми туристичної, коли в якості стратегічного ресурсу використовується переважно емоція. Згадуваний і оприсутнюваний у сучасних соціальних мережах, гібридних медіа і рекламі медіадосвід передусім пов'язаний із емоцією, і її назва використовується для його опису, що показує важливість когнітивного рівня і усвідомлення, визнання досвіду, який набуває форми і артикулюється в мові і мовленні, а це в свою чергу творить можливості для передавання і комунікації даних досвіду і передачі цього у віддаленому контексті Іншому. Для того, щоб з'ясувати специфіку впливу всього цього на самоактуалізацію, звернемося до думки А. Маслоу [3, с. 220-221] про те, що вона пов'язана із екзистенціальною **дилемою між силами самозбереження індивіда і його силами розвитку**, коли процес розвитку особистості є нескінченним ланцюжком ситуацій вільного вибору, і ця її особливість у горизонті сучасної медіакультури інтенсифікується. Так само посилюється і те, що самоактуалізація є рухом до самовираження, а не пристосованості. За високого рівня розвитку медіакомпетентності медіасуб'єкт не просто використовує наявні навички і вміння, пристосовуючись до існуючих медіапрактик, але й творить нові їх варіанти. Тут проявляє себе ще одна особливість самоактуалізації – те, що в ній важливу роль відіграє творчість (до слова, ототожнювана А. Маслоу із повною людяністю (full humanitas)). Недарма, описуючи медіакомпетентність, зарубіжні дослідники згадують не лише набір вмінь і навичок, співмірних сучасній медіакультурі, але вказують на те, що в них поєднуються спрямованість особи на теперішнє і проектування майбутнього досвіду. Наприклад, С.Дж.Берен [12, с. 55] трактує медіакомпетентність як здатність і готовність зробити зусилля, щоб сприймати і розуміти зміст медіатексту і відфільтровувати «шум», розуміти і поважати силу впливу медіатекстів і здатність розрізняти емоційну та аргументовану реакцію під час сприйняття, щоб діяти відповідно, але згадує і розвиток компетентного передбачення про зміст медіатекстів та знання умовностей жанрів, здатність визначати їх синтез та міркувати про медіатексти критично. Отже, у культурі медіарозмаїття медіакомпетентність із креативною складовою перетворюється на універсальну компетентність і є часто найбільш адекватною відповіддю на численні виклики сучасності, а медіаграмотність має стати базовою засадою орієнтації в медіакультурі.

Однак для вироблення ефективних стратегій і тактик формування високого рівня медіаграмотності і медіакомпетентності в осіб різного віку ми повинні враховувати передусім полімедіальність досвіду переважної більшості людей нині. За даними дослідницької компанії «Геміус» (Gemius) [8] у серпні 2017 року в Україні кількість користувачів Інтернету налічувала 22, 1 мільйонів осіб, причому, використовуючи

персональні настільні і портативні комп'ютери, у мережу заходили, близько 20 мільйонів, а з використанням смартфонів / мобільних телефонів – більше 10 мільйонів, причому найактивнішою була аудиторія від 14 до 34 років, яка становить 43 % від усіх користувачів. Посилаючись на ці дані, Віталій Мороз [5, с.39] звертає увагу на те, що Інтернет змінює уявлення про самореалізацію цілих поколінь, проте не йдеться лише про комунікативні практики, адже із розвитком Всесвітньої мережі пов'язані такі явища як великі дані, електронне врядування і електронний уряд, і як засвідчують рейтинги ООН за розвитком цих явищ Україна демонструє позитивну динаміку, водночас множаться виклики, пов'язані із регулюванням Інтернету, тому що в умовах гібридної війни така проблематика виходить на перший план і увиразнюється як складність вирішення окремих питань, (блокування певних ресурсів, протидія інформаційній агресії), так і роль і відмінності медіаосвіти осіб різного віку.

Борис Гройс [2, с. 10] влучно називає Інтернет не простором інформаційних потоків, а машиною, що зупиняє такі потоки і повертає їх у зворотньому напрямку, і помічає ще одну цікаву особливість мережі – вона є ще й машиною для слідкування, яка перетворює кожного медіасуб'єкта в об'єкт спостереження (реального або потенційного), а це вдається саме за рахунок творення простору тотальної доступності і прозорості та можливості відновити всі минулі його дії. Дослідник зазначає: «Суб'єкт більше не може приховуватися за своєю роботою. Додаткова вартість, котру такий суб'єкт виробляє і котру привласнюють собі Інтернет-корпорації, є герменевтична цінність його роботи: суб'єкт не лише щось робить в Інтернеті, але до того ж виявляє себе в якості людської істоти, котра має певні інтереси, бажання і потреби» [2, с.10]. Прозорість самореалізації суб'єкта із низьким рівнем критичної автономії робить його набагато вразливішим для згаданих ефектів медіа мереж. Невипадково північноамериканські дослідниці Сінді Шейбе і Фейз Рогоу [11, с. 60 – 61] наголошують на тому, що медіаграмотність передбачає не лише розуміння медіа повідомлень та декодування їх на основі аналізу, але й оцінку їх, рефлексію і творення в контексті складної мультимедійної культури, і в результаті вона веде до формування критичної свідомості та критичної автономії, але її не можна розуміти як просте додавання медіатехнології як техніки викладання або виконання проекту медіапродукту (вряди-годи), адже справжня мета полягає скоріше в тому, щоб медіаграмотність «переливалася» в живе життя особи. Інтеграція медіаосвіти в різні навчальні курси в рамках формальної і неформальної освіти та розуміння її як розвитку дослідницьких вмінь і навичок, про які говорять Сінді Шейбе і Фейз Рогоу, дійсно можуть стати основою для різноманітних активностей в рамках формальної і неформальної освіти, що сприятимуть в тому числі і самоактуалізації особистості. Це набуває особливого значення, тому що однією із проблем сьогодення є поширення **самореалізації без самоактуалізації**, що часто супроводжується достатньо високим практичним рівнем опанування медіатехнікою та інструментальним розумінням медіа. У цьому випадку особа не усвідомлює ані впливи на себе повідомлень медіа, ані присутність медіатехнічних умов появи певних смислів, ані того, що вона може ставати об'єктом маніпуляцій. Такий суб'єкт навіть може вважати себе медіакомпетентною і медіаграмотною, брати активну участь у кіберкомунікації, використовувати можливості всесвітньої мережі в професійній діяльності. Проте у більшості випадків він або вона не усвідомлюють вплив на себе смислів, породжуваних медіарозмаїттям, причому навіть медіатравмування розпізнається запізно (часто лише за вторинного медіатравмування), хоча в подальшому активно впливає на майбутній медіадосвід. Інструментальне розуміння медіа може зіграти із особою злий жарт і у випадку конструювання і поширення традиційними мас-медіа і гібридними новими медіа різноманітних страхів та управління ними. Як тут не згадати, що Дж. Поттер вказує на те, що розвиток медіакомпетентності заснований на досвіді, активному використанні вмінь у сфері медіа та готовності до самоосвіти [13, с.18] і пропонує розрізняти високий і низький рівні

медіа компетентності і медіаграмотності [13, сс.28, 53]. Високий рівень характеризується вмінням виділяти основні елементи медіатексту та його головного смислу, порівняння фрагментів різних медіа текстів й оцінки їх, здатність створювати короткий, ясний і точний опис медіа тексту, на основі узагальнення, дедукції, індукції, аналізу і синтезу [13, с.53]. Натомість низький рівень характеризується тематичною залежністю, нерозумінням того, що є важливим у повідомленнях, потребою в порадику чи керуванні, низькою терпимістю до багатозначності медіатексту, слабким концептуальним диференціюванням при наявності небагатьох варіантів повідомлень, негативним ставленням до нових повідомлень, спрощенням медіа текстів, високою імпульсивністю в ухваленні рішень, а також – слабким інтелектом у вирішенні проблем і творчих здатностей, надавання переваги тому, щоб все йшло самопливом і слабкою пам'яттю [13, с.28]. Звісно, самореалізація можлива і за низького рівня розвитку медіакомпетентності і мінімальної медіаінформаційної грамотності, однак про самоактуалізацію в такому випадку не йдетиметься.

Розуміння значення медіакомпетентності як передумови самоактуалізації пов'язане із усвідомленням двох її рис, охарактеризованих К. Роджерсом [10, с. 237 – 247]: зростанням відкритості досвіду та прагненням жити сьогоднішнім. Відкритість досвіду є протилежною захисту і передбачає орієнтацію на спілкування зі світом, в тому числі і зі світом медіарозмаїття, а в орієнтації на актуалізоване проживання кожної миті має змогу розгортатися досвід особи, котра має рухливу внутрішню організацію, виявляє свою структуру в самому досвіді. Співпадіння двох характеристик у самоактуалізації веде до більш високого рівня повноцінного функціонування особи, і тут винятково важливою є довіра до самого себе, на заваді якої часто стають наслідки медіатрамування. Багато осіб із низьким рівнем медіакомпетентності, котрі вважають себе медіаграмотними, бо активно в побуті і в професійній діяльності використовують найновішу медіатехніку, стають не лише об'єктами різноманітних маніпуляцій, але й опосередкованими жертвами терактів і військової агресії, адже для них медіаповідомлення виступають потужними первинними і вторинними (підтримуючими) стрес-чинниками, котрі або самостійно призводять до медіатравмування, або можуть працювати на посилення інших негативних травмуючих впливів і сприяти вторинному травмуванню. У випадку, коли ми зустрічаємося із самореалізацією без самоактуалізації, особа часто не має внутрішніх ресурсів для подолання негативного впливу медіа: переживання крихкості людського існування під час споглядання трансльованого медіавидовища смерті, страждання або каліцтва інших наближають її до уявного переживання власної скінченності і можуть не лише активізувати страх, але й вести до переживання, наприклад, провини того, хто вижив. Не менш важливим є і те, що екзистенціальна неготовність особи до зустрічі із потенційно травмуючими медіаобразами може призводити до самоізоляції, тривоги, втрати смислу, причому травматичні розлади можуть гальмувати смислові переживання і процес смислотворення.

Для розкриття специфіки полімедіальності медіадосвіду, співмірного із високим рівнем медіакомпетентності, ми пропонуємо ввести розрізнення **потенційної та актуальної медіальності**, співвідношення яких дозволяє осмислювати саморозвиток у набуванні медіакомпетентності. Обидві мають стосунок до екзистенціальних вимірів існування особи і впливають як на самореалізацію, так і на самоактуалізацію. Актуальна медіальність демонструє набір умінь та навичок, розкриває смисл різноманітних ігор і дій із медіа та у медіапросторі, і водночас є структурою мінливою й відкритою. Із нею ми зустрічаємося тоді, коли спостерігаємо, як людина живе і комунікує в просторі медіарозмаїття. Потенційна медіальність важко піддається аналітиці і тим більше – вимірюванню, адже вона є простором експериментального антропологічного досвіду і простором самопізнання і самоосягнення себе в медіадосвіді, причому саме тут на

перший план виходить роль критичної автономії. Медіакомпетентність проявляє свою силу або слабкість у **спільнодії потенційної й актуальної медіальності**, а процес самоактуалізації виявляється простром відкритого експерименту і переходу. Потенційна медіальність поєднує теперішнє і майбутнє, вона пов'язана із націленістю на творення, а не на відтворення вже готового. Актуальна медіальність містить запоруку цього лише за високого рівня медіаграмотності. Спрямування на майбутній медіадосвід, його вдосконалення і творчий розвиток є міткою високого рівня медіакомпетентності і свідчить про справжню медіаінформаційну грамотність особистості, адже дозволяє актуалізувати свій потенціал у медіарозмаїтті. На нашу думку найважливішими складовими медіакомпетентності, яка є передумовою самоактуалізації в сучасній медіакulturі як культурі медіарозмаїття, є **критична автономія особистості та медіакреативність**, причому друга (як важлива складова медіаінформаційної грамотності) дозволяє особі не лише самореалізовуватися в просторі медіарозмаїття, але й самоактуалізовуватись, конструюючи персональні виміри медіадосвіду. По аналогії із двома різновидами медіальності ми пропонуємо розрізняти також **актуальну і потенційну медіакомпетентність**, котрі співмірні із екзистенціальними інтенціями самоактуалізації як процесу. У культурі медіарозмаїття особа із відкритістю досвіду і прагненням виявляти себе в ньому має багато можливостей не лише підтверджувати актуальну медіакомпетентність, але й проектувати потенціальну. І тут ми стикаємося ще з кількома характеристиками самоактуалізації, котрі інтенсифікуються у сучасній медіакulturі, адже ще А. Маслоу, міркував про те, що часто люди відмовляються від самоактуалізації, бо вона супроводжується труднощами, пов'язаними із рухом уперед, який вимагає від особи не лише відваги, сили і стійкості, але й підтримки від інших і існування системи цінностей. У процесі самоактуалізації руйнуються дихотомії і розв'язуються суперечності, хоча проблеми, розчарування, конфлікти не зникають, водночас відбувається і перехід від невротичних псевдопроблем до екзистенціальних проблем, причому джерела розвитку знаходяться в самій людині. Отже, на шляху самоактуалізації невідворотні граничні ситуації, в яких особа проходить необхідне для подальшого руху вперед випробування. Особливо це помітне у медіатравматичному досвіді, адже медіатравма має характер екзистенціально-ситуаційний і є прикладом граничної ситуації, в якій мають шанси увиразнитися екзистенціали існування особи. Як ситуація переходу медіатравматичний досвід часто дозволяє актуалізувати екзистенціал страху, котрий має як конструктивний, так і деструктивний потенціал. Самоактуалізація в культурі медіарозмаїття може бути потенційно травматичною, тому можливість відмови від подальшого руху вперед і розвитку завжди зберігається. Травматична кіберкомунікація, негативний досвід, пов'язаний із руйнуванням меж приватності і поширенням недовіри, травматичні переживання, пов'язані зі спогляданням видовища смерті інших людей у мас-медіа часто стають заваді подальшому медіадосвіду особи. Водночас у самоактуалізації медіатравматичний досвід має шанси стати тою граничною ситуацією, з якої починається посттравматичне зростання. Особа, яка є психологічно і екзистенціально готовою до медіатравмуючих переживань, готова і до такого зростання. Медіакомпетентність в культурі медіарозмаїття повинна включати і таке розуміння. Однак медіатравматичний досвід не конче є обов'язковим у самоактуалізації, хоча він завжди залишається потенційною можливістю. Тут можна згадати, що А. Маслоу [4, с. 290 – 294] розрізняв два типи самоактуалізованих осіб: перші мають невеликий досвід трансцендентних або пікових переживань, у житті других такі переживання відіграють важливу роль, причому це супроводжується також часто і орієнтацією на життя як творчість, адже особа має потужний креативний потенціал. Звісно, особи першого типу більш прагматично зорієнтовані, але вони спрямовані на пізнання і дослідження, тому у культурі медіарозмаїття вони здатні діяти на випередження і попередження певних медіавпливів, можуть розвивати медіакреативність і продукувати нові форми комунікації, комунікативні повсякденні практики і практики мережевої співпраці. Особи

другого типу, самоактуалізуючись в культурі медіарозмаїття, усвідомлюють екзистенціальний смисл персональної медіальності і їх життя стає експериментальним антропологічним досвідом. Разом із тим саме вони відкривають нові обрії розвитку медіакультури, самопізнання людини в просторі нових і старих медіа, і водночас вони можуть відкривати і те, що самоактуалізація в медіарозмаїтті не є безболісною. Однак обидва типи самоактуалізованих осіб мають спільну ознаку – вони свідомі того, що медіакомпетентність є динамічною і тісно пов'язаною не лише із інструментальною самореалізацією. Тут увиразнюється загалом смисл медіа всіх поколінь, представлених у сучасному медіарозмаїтті, адже міркуючи про самоактуалізацію в сучасній медіа культурі, ми не повинні забувати, що самі медіа, за влучним означенням Дм. Петренка [7, с. 5 – 10] є множинністю процесів виробництва, фіксації, збереження, ретрансляції і відтворення образів і знаків, що актуалізуються і підтримуються за допомогою техніки, причому ці процеси визначають трансіндивідуальні конфігурації зовнішнього, які мають потенцію відтворювати антропологічні стратегії влади/знання та відкривати нові режими артикуляції людського. Останній момент увиразнюється у самоактуалізації, котра дозволяє не лише відтворювати медіадосвід, але й творити нові його форми.

Таким чином у сучасній медіакulturі як культурі медіарозмаїття увиразнюються такі характеристики самоактуалізації як націленість на індивідуалізоване визначення майбутнього розвитку, самоосягнення і самопізнання. Медіакомпетентність із домінантою критичної автономії і медіакреативності дозволяє особистості в процесі самоактуалізації оприсутнювати реалізацію творчих здібностей, орієнтацію на майбутнє, невимушеність поведінки й внутрішнього життя, відкритість новому досвіду, прагнення автентичності, ставлення до життя як до процесу, свободу вибору, усвідомлення сенсу свого життя і свідомий контроль за своїм життям. Пов'язана із екзистенціальним самоздійсненням самоактуалізація особистості спирається сьогодні на режими різної медіальності і співмірна із полімедіальністю високого ступеню складності. Одним із можливих напрямків розвитку медіакреативності як важливої складової медіакомпетентності є гармонійне комбінування в медіадосвіді різних медіальностей. Розрізнення актуальної і потенційної медіальності та відповідно – актуальної і потенційної медіакомпетентності наново виводить нас на розуміння того, що найважливішими складовими медіакомпетентності, яка є передумовою самоактуалізації в сучасній медіакulturі як культурі медіарозмаїття, є критична автономія особистості та медіакреативність. Осмислення механізмів спільності медіакреативності і критичної автономії особистості є перспективою наших майбутніх досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бариле, Нелло. Бренди́рование «я» в эпоху эмоционального капитализма. Эксплуатация «просьюмеров» от риторики double-bind к гегемонии исповеди / пер. с итал. Инны Кушнарево́й // Логос. — 2015. — № 3. — С. 138 – 161.
2. Гройс, Борис. Дефикционализация фиктивного: искусство и литература в Интернете // Логос. — 2015. — № 4. — С. 1– 15.
3. Маслоу, Абрахам. Мотивация и личность / Перевод с английского А. М. Татлыбаевой.— СПб. : Евразия, 1999. – 478 с.
4. Маслоу, Абрахам. Дальние пределы человеческой психики / Перевод с английского А. М. Татлыбаевой. — СПб.: Евразия, 1999. — 432 с.
5. Мороз, Віталій. Інтернет та соціальні медіа в Україні, 2016 – 2017 рр. // український медіаландшафт: Аналітичний звіт / За ред.. В. Іванова. – К. : Представництво Фонду Конрада Аденауера в Україні, Академія української преси. – 2017. – С. 36 – 43.

6. Петренко, Дмитрий Владимирович. Воспроизводит и трансверсировать. Философская антропология медиа. Монография / Д. В. Петренко. — Харьков : Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, 2016. — 292 с.
7. Петренко, Дмитрий Володимирович. Трансверсальна антропология медиа. — Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора філософських наук за спеціальністю 09.00.04 – філософська антропология, філософія культури. — Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Харків, 2017. — 29 с.
8. Результаты дослідження gemiusAudience за серпень 2017 року : Електронний ресурс : режим доступу : [http:// www.gemius.com.ua/vse-stati-dlja-chtenija/gemiusaudience-za0serpen-2017-roku.html](http://www.gemius.com.ua/vse-stati-dlja-chtenija/gemiusaudience-za0serpen-2017-roku.html).
9. Роджерс, Карл. Клиенто-центрированная терапия / К.Р. Роджерс. — М.: «Рефл-бук», К. : Ваклер, 1997. — 320 с.
10. Роджерс, Карл. Взгляд на психотерапию. Становление человека. / К.Р. Роджерс. Перевод с английского М. М. Исениной.— М.: Прогресс, 1994. — 480 с.
11. Шейбе, Сінді, Рогоу, Фейз. Медіаграмотність: Підручник для вчителів». Переклад з англійської С. Дьома; за заг. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. — К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2017. — 319 с.
12. Baran, S. J. Introduction to Mass Communication. — Boston–New York: McGraw Hill, 2002. —535 p
13. Potter, W.J. Media Literacy. — Thousand Oaks – London: Sage Publication, 2001. — 423 p.

На основе анализа особенностей самоактуализации в современной медиакультуре как культуре медиаразнообразия автор обозначает роль медиакомпетентности и обосновывает значение критической автономии и медиакреативности.

Ключевые слова: *культура медиаразнообразия, самоактуализация личности, медиакомпетентность, медиакреативность, критическая автономия.*

On the basis of analysis of the features of personal self-actualization in the modern mediaculture as a mediavariety culture author defines the role of mediacompetence and justifies a sense of critical autonomy and mediacreativity.

Key words: *mediavariety culture, personal self-actualization, mediacompetence, media creativity, critical autonomy.*

Зіненко Олена,
аспірантка кафедри медіакомунікацій
ХНУ імені В. Н. Каразіна,
спеціальність «Журналістика»

ПУБЛІЧНІ ПОДІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ МЕДІАОСВІТИ

В статті досліджено потенціал публічної події, в основі якої лежить культурно-масовий захід, як складного медіатексту, виявлено її структуру, проаналізовано процес конструювання її повідомлення в ході організації та реалізації культурно-масового заходу. Розроблено модель аналізу публічної події як інструменту медіаосвіти з метою запобігання маніпуляціям в залученні аудиторій до публічних акцій. В якості матеріалу для аналізу використано різноманітні медіадокументи: анонси, репортажі та релізи та їх інтерпретації в журналістських матеріалах, коментарях споживачів інформації та свідків подій. Увагу акцентовано на специфіці інтерпретації в медіа дозвіллевих практик, які нерідко використовують агенти формування громадської думки як культурні фрейми, щоб донести повідомлення до своїх аудиторій в політичних, комерційних або культурних цілях.

Ключові слова: публічні події, мас-медіа, медіаосвіта, медіаграмотність, культурно-масові заходи, дозвіллеві практики.

Урізноманітнення агентів поля медіадіяльності, виникнення альтернативних медіа та впровадження нестандартних підходів організації медіакампаній визначають нові виклики для розвитку медіаосвіти в Україні. Громадські активісти, політики і культурні діячі для поширення інформації та формування громадської думки використовують не тільки традиційні медіа, але й культурно-масові заходи різних форматів. Таким чином дозвіллеві практики нерідко стають культурними фреймами, через які агенти формування громадської думки доносять повідомлення до своїх аудиторій в політичних, комерційних або культурних цілях.

Актуальність. У контексті еволюції технологій інформаційного суспільства привертають до себе увагу публічні заходи, в яких публіка діє є активним учасником процесів поширення інформації і формування громадської думки, що визначає необхідність виховання публіки як критично налаштованого споживача інформації одним із важливих завдань медіаосвіти.

Теоретики та практики медіаосвіти в Україні та світі акцентують увагу на актуальності розробки інструментів медіаосвіти як механізмів критичного ставлення до продуктів медіадіяльності, які не відображають, а репрезентують дійсність та мають потужний вплив на соціум (Н. Луман, Л. Мастерман, Р. Кьюбі, М. Маклюен). Щільну увагу дослідники приділяють проблемі активізації споживача інформації з метою захисту особистості від медіавпливів (А. Федоров, В. Іванов). Як зазначають американські практики медіаосвіти, існує потреба зміни розуміння медіа як загрози на розуміння медіа як інструмента освіти та комунікації (Ф. Рогоу, С. Шейбе). Сучасні дослідження культурно-масових заходів мають переважно прагматичний контекст. Культурно-масові заходи в теоретичному дискурсі розглядаються в окремих культурологічних, політологічних, психологічних та соціологічних дослідженнях як практики культурного дозвілля. Культурологічні дослідження публічних подій апелюють до класичних робіт з

основ драматургії (Аристотель, Г. Лессінг), спираються на історіографічний або онтологічний підхід та присвячені їх типології та методології (А. Анікст, А. Чететін, В. Зайцев, Б. Генкін). Теоретики комунікації визначають культурно-масові заходи як праформи мас-медіа та зосереджуються переважно на вивченні медіатехнологій (від друку до цифрових медіа) (М. Маклюен, Д. Мак-Квейл, І. Михайлин, В. Різун).

Одним з ключових інструментів навчання медіаграмотності та розвитку критичного мислення є аналіз продуктів мас-медіа. Проте типологія медіаосвіти не включає в парадигму ЗМК культурно-масові заходи, хоча вони є важливою частиною суспільної комунікації в Україні. Публічні активності впливають на зміни громадської думки, випереджаючи інформацію в медіа від професійних виробників медіаконтенту, а саме – журналістів та інформаційні агенції. Тож, можна стверджувати, що культурно-масові заходи можуть виконувати функції ЗМІ, коли останні не працюють. Так сталося під час подій Помаранчевої революції в Україні у 2004 році та Революції гідності у 2013 році [11, 9]. Наприклад, фотографії з місця подій Помаранчевої революції дають уявлення про те, що акції на Майдані мали стихійний характер, оскільки скупчення людей має структуру натовпу. Однак наявність великої кількості прапорців помаранчевого кольору свідчить про те, що в даному випадку були використані певні елементи організації. Так чи інакше, революційні публічні заходи мають інтенцію політичних змін, проте необхідно зазначити, що саме ця подія спричинила трансформації не тільки в політичному полі, але й в полі культури публічної комунікації. Зокрема, змінилося ставлення до масових акцій як до таких, які можуть бути ініційовані тільки з огляду на політичну волю правлячої еліти.

Публічна комунікація не обмежується тільки винесенням політичних питань в поле громадського обговорення. Культурно-масові заходи дають матеріал для досліджень соціуму не тільки в політичному, а й в економічному та соціокультурному контекстах. Про репрезентацію суспільних процесів в полі публічної діяльності писав ще Гі Дебор, запропонувавши концепцію «суспільства спектаклю», згідно до якої якій відносини в соціумі опосередковані художніми образами [3]. Заходи культурного дозвілля, про які пишуть медіа, стають публічними подіями та мають вплив на аудиторії, оскільки народжують новий тематичний дискурс. В англійській літературі такі заходи називають медіаподіями, або псевдоподіями [16]. «Журналістика здорового глузду» [7] як одна з ключових концепцій розвитку незалежної журналістики в демократичному суспільстві спирається на правові та етичні норми як суспільні критерії регуляції медіавпливів. Етичні норми ґрунтуються на концепції прав людини, недискримінації, шанування розмаїття і є базовими критеріями для створення неупереджених інтерпретацій фактів дійсності. Чому це важливо для медіаосвіти? Тому що конструювання повідомлення культурно-масового заходу з метою його реалізації як публічної події є штучним процесом, результати якого мають потужний вплив на аудиторії. А проблемою є те, що *реалізація культурно-масового заходу як публічної події залежить від волі суб'єктів виробництва цього повідомлення* — людей та інституцій, залучених до поля організації події, журналістам як творцям репрезентацій публічного заходу в мас-медіа та звичайним споживачам інформації важливо не потрапити в пастку фрейму культурно-масового заходу, не бути використаними в маніпулятивних цілях в якості учасника події.

Метою дослідження є визначення потенціалу публічної події як медіатексту. Це потребує виконання таких завдань: виявити структуру публічної події, в основі якої лежить культурно-масовий захід; дослідити процес конструювання повідомлення

публічної події з використанням медіадокументів; запропонувати модель аналізу публічної події як інструменту медіаосвіти.

Практичний досвід організації культурно-масових заходів з 2004 по 2014 роки дає підґрунтя стверджувати, що в сучасній Україні співіснують три моделі організації заходів культурного дозвілля: стихійна, пропагандистська та маркетингова. Ці моделі відповідають різним комунікаційним цілям: перша — інтеграції громади, друга — закріпленню позицій владних еліт, третя — просуванню на ринку товарів та брендів. Ціль заходу визначає технологію створення повідомлень, які транслюються за допомогою не тільки технічних засобів передавання тексту, аудіо- та відеоповідомлень, але й сценічних конструкцій, графічних образів, дій учасників. Треба зазначити, що ці моделі перетинаються, і це можна дослідити, аналізуючи зміст публічного заходу та інтенції агентів, залучених до його організації.

Культурно-масові заходи мають різні інтенції — соціокультурні (заходи для інтеграції спільнот), комерційні (корпоративні заходи, або івенти), пропагандистські (політичні або рекламні) та ін. У зв'язку з цим для аналізу ефектів впливу необхідно розуміння історичного контексту, економічних та політичних умов реалізації заходу. Організатори культурно-масових заходів розробляють інформаційні стратегії, намагаючись використати доступні канали та техніки, які можуть бути дієвими в донесенні повідомлення до цільових аудиторій. Таким чином, організований культурно-масовий захід має потенціал впливу на соціум та може мати як добрі, так і погані наслідки, особливо в зв'язку із використанням маніпулятивних стратегій у медіа. Чим більш високим є професійний рівень організатора заходу, тим більше для нього існує можливостей впливу на трансмітерів повідомлення, тим вище загроза використання маніпулятивних прийомів з метою реалізації заходу як публічної події.

Завдяки розвитку індивідуалізованих технологій передавання інформації та Інтернету можна відстежувати ефекти публічної події в медіа через тексти, образи та, що є специфічним, дії учасників. Якщо брати стихійні публічні події, тобто будь-які факти дійсності, які набули розголосу в мас-медіа, то їх вплив та наслідки не завжди можна спрогнозувати чи прорахувати наперед, але, якщо публічна подія є результатом проведення культурно-масового заходу, то можна дослідити конструювання повідомлення та виявити структуру цього явища на різних комунікаційних рівнях — відправника, передавача та одержувача. Таким чином, публічна подія як повідомлення для масової аудиторії може бути проаналізована структурно. Говорячи про структурний аналіз публічної події, в основі якої лежить культурно-масовий захід, ми маємо на увазі дослідження структури поля влади, її повідомлення через репрезентацію в медіадокументах — слідах, які залишаються в мас-медіа як свідоцтва впливу події на агентів інформаційного виробництва.

Для аналізу ми обираємо публічні події, які мають в своїй основі організований культурно-масовий захід. Таку публічну подію ми розглядаємо як медіатекст, сконструйований організаторами в діалозі з публікою та реалізований через культурно-масовий захід, який є репрезентацією рефлексії суспільства над своїм буттям та перевіркою комунікаційного потенціалу спільноти.

Основні прийоми дослідження — трьохступеневе декодування комплексного повідомлення культурно-масового заходу в полі впливу публічної події, співставлення умов планування, реалізації та інтерпретацій заходу в інституційних та альтернативних медіа. В якості матеріалу для аналізу використовуються різноманітні медіадокументи:

анонси, репортажі, релізи та їх інтерпретації в журналістських матеріалах, коментарях споживачів інформації та свідків подій.

Специфіка організації культурно-масового заходу в тому, що його завданням є залучення гетерогенної аудиторії, тобто такої, яка складається з різних цільових (або соціальних) груп з різним габітусом. Вслід за Полем Бурдьє, під поняттям «габітусу» ми маємо на увазі сукупність набутих програм поведінки індивіда та його індивідуальної соціалізації [2]. Зважаючи на це, в процесі навчання медіаграмотності доцільно апелювати до особистого досвіду організації чи участі студентів, школярів, або дорослих в заходах культурного дозвілля, ставити запитання про те, яким був перший культурно-масовий захід в їх житті, що вони відчували, що запам'ятали, які медіадокументи залишилися після цього заходу (фото, відео, листи, анекдоти). Як зазначено вище, у полі впливу публічної події культурно-масового заходу ми виділяємо таких агентів комунікації: відправників (організаторів, виробників інформації), трансмітерів (передавачів інформації та інтерпретаторів) та одержувачів (цільові групи). Формулювання повідомлення відправниками та сприйняття його одержувачами залежать від їх габітусу, при чому використання каналів комунікації є також частиною цього габітусу.

Культурно-масовий захід стає більш видимим для широкої аудиторії в інформаційному полі завдяки медіадокументам, які з'являються в ЗМК: анонсам, репортажам та релізам, з одного боку (сторона відправника повідомлення), та коментарям до них — з іншого (сторона одержувача повідомлення). Відправникам — виробникам інформації — важливо створити основне повідомлення таким, на яке відреагують цільові групи з різним габітусом та з різною комунікаційною потенцією. Повідомлення має бути структурованим таким чином, щоб його можна було декодувати на різних рівнях, в залежності от можливостей перцепції отримувача. Наприклад, прес-реліз може мати декілька адресатів, що реалізується в тексті на лексичному або синтаксичному рівні. Програмна частина культурно-масового заходу також конструюється так, щоб задовольнити очікування різних груп — за інтересами, статусом, професійними, гендерними ознаками тощо. Наприклад, включення активностей для дітей в програму виставки дорослого автора має репрезентувати взаємодію професіоналів та аматорів, а використання формату тематичного квесту з розв'язанням соціальної проблеми «включає» взаємодію організаторів та учасників.

Конструювання повідомлення публічної події, в основі якої лежить культурно-масовий захід, відбувається на трьох етапах: 1) аносування, яке має на меті формування очікувань цільових аудиторій; 2) реалізації культурно-масового заходу за участі цільових аудиторій; 3) інтерпретації заходу в медіа лідерами думок, у тому числі журналістами. На кожному етапі агенти поля публічної події (відправники, трансмітери та одержувачі повідомлення) проявляють себе у діях, реакціях та створенні медіадокументів. Аналіз медіадокументів на кожному з етапів конструювання повідомлення публічного заходу пов'язаний із пошуком відповідей на питання:

- Які цілі мають організатори масового заходу?
- Хто є зацікавленими сторонами організації заходу на етапі його аносування?
- Які інструменти використовують організатори для реалізації заходу як публічної події?
- Які реакції в інформаційному полі народжує культурно-масовий захід?
- Які впливи має захід на різні цільові аудиторії?
- Які інтерпретації має повідомлення?

Відповіді на ці питання дають ключі для розуміння того, як інтерпретації здійсненого заходу корелюють із медіадокументами, створеними на етапі його анонсування; допомагають з'ясувати, чи існують розбіжності між задекларованими в анонсі цілями заходу та інтерпретаціями здійсненого заходу і, якщо так, то чи є вони ознакою маніпуляції або недостатнього рівня компетенцій організаторів.

Офіційна інформація про публічні заходи публікується на відкритих платформах, в новинах та звітах офіційних речників, департаментів державних інституцій з роботи з громадськістю, закладів освіти та культури. В цих повідомленнях організатори вказують дані про дату, місце і час події при анонсуванні та кількісні дані при публікації релізу (кількість заходів і присутніх на події людей). Вже на етапі анонсування ми можемо побачити, що організатори культурно-масового заходу не обмежуються тільки одним каналом комунікації, вони використовують ЗМІ, рекламу, альтернативні медіа, «партизанський» маркетинг, «сарафанне радіо» та адміністративні ресурси. Тому критичний підхід до аналізу публічної події є корисним як для агентів мас-медіа, так і для публіки. Він допомагає виявити потенціал публічного заходу як повідомлення, спрогнозувати впливи на цільові аудиторії через декодування його інтенції.

На етапі реалізації культурно-масового заходу можна оцінити рівень професійної компетенції організаторів через відображення конкретних дій агентів публічного заходу в медіадокументах — фото, відео, коментарях репортерів та свідків публічної події. Третій етап аналізу надає можливості зробити висновки щодо комунікативних розривів у суспільстві, виявити маніпуляції, побачити розбіжності в ціннісних орієнтирах між відправником та одержувачем повідомлення.

У якості прикладу пропонуємо розглянути публічну подію, в основі якої лежить культурно-масовий захід національного рівня — конкурс «Євробачення 2017» в Україні. Український культуролог та громадська діячка Наталія Мусієнко в статті «Мистецтво в контексті культурної дипломатії. Теоретичні засади та сучасні практики», яку опубліковано у 2016 році, провела аналіз успішних практик сучасного українського мистецтва в контексті використання їх потенціалу у культурній дипломатії та акцентувала увагу на необхідності «практичної роботи в цьому напрямку, враховуючи Євробачення 2017... оскільки нова інформаційна епоха диктує свої закони в царині культурної дипломатії, створивши різноманітні можливості для розширення аудиторії і промоції культури на нових медійних платформах» [9, 123]. Розуміння культурно-масового заходу міжнародного рівня як платформи реалізації стратегічних і тактичних цілей національної культурної дипломатії дає підстави говорити про цю культурну подію в контексті політичного дискурсу. Безумовно, основна медійна фабула культурних заходів, подібних до Євробачення, — це шлях до участі в пісенному конкурсі представників різних країн та обрання переможця, але треба зазначити, що цією темою не обмежується поле медійної рефлексії.

Офіційна медіакампанія конкурсу «Євробачення 2017» стартувала в січні 2017 року. Для широкої публіки конкурс було представлено слоганом «Шануймо розмаїття». Відповідно до цього слогану було розроблене візуальне рішення — логотип із зображенням «намиста». Під час опитування щодо візуального образу логотипу «Євробачення» студенти першого курсу спеціальності «Журналістика» відмітили, що ідея розмаїття передається через різні візерунки кожної деталі намиста (авторське дослідження, проведене в рамках курсу «Медіаосвіта і медіаграмотність», квітень 2018 року, ХНУ імені В. Н. Каразіна). Це відповідає опису ідеї логотипу, представленому в офіційному повідомленні в новині на сайті «UA:Перший»: «“Celebrate Diversity”, що

українською означає “Шануймо розмаїття” — ключове гасло Євробачення 2017, що відбудеться в Києві. Воно добре доповнює творчий дизайн цьогорічного пісенного конкурсу, в основі якого — традиційне українське намисто, що є не тільки найдавнішою жіночою прикрасою, а й вважається оберегом. Неповторності прикрасі надає саме те, що вона складається з великої кількості різноманітних намистин, кожна з яких особлива» [10]. Також в цьому повідомленні надається значення слогану конкурсу: «Слоган “Celebrate Diversity” доповнює минулорічну тему “Come Together” (єднаймося — укр.). У цьогорічному гаслі Євробачення є важливі для пісенного конкурсу цінності. “Celebrate Diversity” — про об’єднання Європи і країн поза її межами, громадяни яких зберуться разом, щоби вшанувати те, що нас поєднує і те, що відрізняє один від одного, робить нас унікальними. Також усіх поєднає гарна музика”, — розповів виконавчий директор Євробачення Йон Ола Санд» [там само].

Треба зазначити, що концепт «розмаїття» в європейських гуманітарних дослідженнях розглядається в контексті проблем вшанування голосу «іншого», поваги до інтересів етнічних, соціальних, сексуальних меншин etc. У цьому ж ключі журналісти європейських видань інтерпретували слоган «Євробачення». Зокрема, на британському інтернет-ресурсі «Телеграф» були приведені цитати з висловлюваннями телеведучих з різних країн. Греєм Нортон з Ірландії пожартував першим, в Твітері тему продовжили інші коментатори та блогери: «Прекрасно! Слоган “Шануймо розмаїття” та три ідентичних білих чоловіки в якості ведучих?» (тут і далі цитати з англомовних текстів наведені у перекладі автора статті. — О. З.) [18]. Це обговорення не набуло широкого розголосу в українських медіа. Українська преса здебільшого цікавилася локальними питаннями та проблемами: «Чи з’являться в столиці з приводу Євробачення нові елементи благоустрою?» [6], «Чи доцільно проводити міжнародний пісенний конкурс в країні, в якій йде війна?» [13], «Чи приїде на конкурс співачка з Росії?» [12] тощо. Проте мала резонанс подія, яка відбулася в Києві навколо Арки дружби народів. До «Євробачення 2017» організатори вирішили оформити її в кольори веселки. Одразу ж відреагували політичні праві радикали, які зазначили, що ця веселка є пропагандою цінностей ЛГБТ-спільнот. Таким чином, ми бачимо, що тематика «розмаїття» як вшанування голосу меншин має різні конотації в сприйнятті повідомлення українським та європейським споживачем інформації. Негативні реакції на тематику «шанування розмаїття» знаходимо і в коментарях до серії просвітницьких статей в «Українській Правді», які були присвячені роз’ясненню поняття «розмаїття» в контексті проведення «Євробачення 2017» [5]. Негативний дискурс обговорення розмаїття також не набув розвитку в українському інформаційному полі. Навпаки, можна сказати, що проведення «Євробачення 2017» підготувало платформу для толерантного сприйняття руху ЛГБТ. Зокрема, червневі акції на підтримку цих меншин в Києві пройшли мирно. Як українці розуміють «розмаїття»? Ця тема потребує окремого дослідження, але ж маємо зазначити, що на загальному рівні публіка розуміє цю ідею як можливість вибору, здебільшого — споживацького.

У 2017 році Рох Дунін-Вонсович, блогер та аналітик Лондонської школи економіки та політики, який співпрацює із Європейською мовною спільнотою, підіб’є підсумки європейського музичного конкурсу: «Євробачення 2017 стало для України вправою у використанні м’якої сили культурної політики для презентації країни в світі» [17]. Таким чином, слоган «Шануймо розмаїття» має політичну інтенцію, яку спрямовано назовні, що працює на створення іміджу України в світі. Якщо аналізувати звернення організаторів події до внутрішніх аудиторій в Україні, цей слоган є прикладом позитивної пропаганди толерантності через культурні практики.

Зважаючи на проведений аналіз, можемо зробити висновки, що публічна подія є складним медіатекстом, і її декодування як комплексного повідомлення на трьох етапах — анонсування, реалізації та інтерпретації в медіа — надає можливості співставлення медіафактів у процесі реалізації заходу з урахуванням зворотнього зв'язку, який виражається в реакціях громадськості та способах взаємодії учасників комунікаційного процесу.

У цілому, аналіз публічної події допомагає не тільки зрозуміти, як відбувається конструювання повідомлення, а й відстежити процес його репрезентації через культурно-масовий захід та реакції на нього мас-медіа і публіки.

Запропонована в дослідженні модель аналізу публічної події має потужний потенціал для медіаосвіти як інструмент навчання медіаграмотності та розвитку критичного мислення. Дослідження структури публічної події та процесів конструювання поширення повідомлення культурно-масового заходу є корисним як для творців інформаційних матеріалів (журналістів, PR-спеціалістів, рекламистів), так і для широкого кола споживачів інформації з метою запобігання маніпуляційних впливів, розвитку продуктивної мотивації та творчого сприймання медіа, формування відповідального ставлення до виробництва медіапродуктів.

Додаток. АНКЕТА для проведення порівняльного аналізу анонсу, репортажу та релізу культурного заходу, який став публічною подією.

Студентам пропонується обрати культурну подію та проаналізувати медіадокументи — анонс, репортаж та реліз.

Примітка:

Анонс — це попереднє повідомлення про проведення культурного заходу, опубліковане на публічному ресурсі.

Репортаж — повідомлення про захід з місця подій.

Реліз — офіційна інформація або інтерпретація від журналіста або свідка події про її проведення, розміщена або опублікована на зовнішньому ресурсі (відносно організаторів події).

Хід роботи:

Підготовчий етап.

1. Надайте інформацію про культурний захід:

Назва культурного заходу _____

Дата, час та місце проведення _____

Організатори заходу _____

Кількість відвідувачів _____

Мета заходу _____

2. Дайте відповіді на питання:

- Чому обрали саме цей культурний захід для аналізу?
- Чи були ви свідком або організатором цього заходу? Якщо так, то напишіть про вашу роль в організації заходу.
- Чи знали ви раніше щось з приводу тематики цієї події?

Етап перший. Аналіз анонсу.

1. Надайте текст анонсу із посиланням на ресурс, на якому він розміщений.

2. Дайте відповіді на питання:

- Чи є в анонсі дані про дату, місце та час події; звернення до цільових аудиторій; інформація про мету та завдання заходу; нова для вас інформація за тематикою події; інформаційний привід?

(додайте приклади, якщо це необхідно)

- Як думаєте, чому саме цей ресурс обрали організатори для розміщення анонсу?

Етап другий. Аналіз репортажу.

1. Надайте текст репортажу із посиланням на ресурс, на якому він розміщений.

2. Визначте тип медіаресурсу, на якому розміщено репортаж (інтернет-сторінка телеканалу або радіоканалу, новинний портал, блог, сторінка в соцмережах, приватний ресурс організаторів тощо).

3. Дайте відповіді на питання:

- Якщо це журналістський матеріал, то чи дотримується автор журналістських стандартів (об'єктивність, неупередженість, представленість різних точок зору)?
- Чи відповідає заявлена в анонсі інформація тому, про що розповідає автор репортажу?
- Чи є в репортажі ознаки емоційного подання матеріалу (лексика, вираз обличчя, дії тощо). Якщо є приклади емоційної оцінки подій в тексті репортажу, наведіть приклади.
- Чому ви обрали саме цей репортаж для аналізу та чи є інші матеріали з інших джерел, які б висвітлювали цю подію? Якщо є, надайте мінімум два посилання.

Етап третій. Аналіз релізу.

1. Надайте текст релізу із посиланням на ресурс, на якому він розміщений.

2. Оцініть коректність подання інформації (вірність подання назв установ, імен спікерів, учасників, організаторів).

3. Порівняйте тексти релізу, анонсу та репортажу з точки зору відповідності наданої інформації.
4. Зробіть, будь ласка, висновки щодо поширення інформації про обраний Вами культурний захід та дайте відповіді на питання:
 - Чи досягнуто цілі заходу?
 - Які плюси чи мінуси використання тих ресурсів, на яких розміщено інформацію?
 - Чи можна вважати цей культурний захід публічною подією?

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бурдье П. Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики // Бурдье П. О телевидении и журналистике / Пьер Бурдье ; пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой. — М. : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. — С. 107–109.
2. Бурдье П. Социология социального пространства / Пьер Бурдье ; пер. с фр. / отв. ред. Н. А. Шматко. — СПб. : Институт экспериментальной социологии ; Алетейя, 2007. — 288 с.
3. Дебор Ги Э. Общество спектакля / Ги Э. Дебор ; пер. с фр. С. Офертаса и М. Якубович. — М. : Логос, 1999. — 224 с.
4. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. Редакція 2016 року [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://osvita.mediasapiens.ua/>.
5. Кузьменко Є. 10 можливих способів «Шанувати різноманіття» в очікуванні Євробачення у Києві [Електронний ресурс] / Є. Кузьменко // Українська правда. — 2017. — 31 січня. — Режим доступу : <http://www.pravda.com.ua/search/?search=%BA%E2%F0%EE%E1%E0%F7%E5%ED%ED%FE>.
6. К Евровидению в Киеве появятся современные элементы благоустройства [Електронний ресурс] // Sostav.ua. — 2017. — 04 мая. — Режим доступу : <http://sostav.ua/publication/k-evrovideniyyu-v-kieve-poyavyatsya-sovremennyye-elementy-blagoustrojstva-74745.html>.
7. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Девід Мак-Квейл ; перекл. з англ. О. Возьна, Г. Шашків. — Львів : Літопис, 2010. — 583 с.
8. Маклюэн Г. М. Понимание медиа : внешнее расширение человека / Герберт Маршалл Маклюэн ; пер. с англ. В. Николаева. — М. : Гиперборейя ; Кучково поле, 2007. — 464 с.
9. Мусієнко Н. Мистецтво в контексті культурної дипломатії. Теоретичні засади та сучасні практики / Н. Мусієнко // Сучасне мистецтво. — 2016. — Вип. 12. — С. 122-133.
10. Оприлюднено слоган та логотип «Євробачення» [Електронний ресурс] // UA:Перший. — 2017. — 30 січня. — Режим доступу : <http://1tv.com.ua/news/channel/86857>.
11. Потятиник Б. Медіа : ключі до розуміння / Б. Потятиник. — Львів : ПАІС, 2004. — 312 с. — (Серія : Медіакритика).
12. Росія відібрала на українське Євробачення співачку-інваліда, яка порушувала українські закони [Електронний ресурс] // Texty.org.ua. — 2017. — 3 березня. — Режим доступу :

http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/75077/Rosija_vidibrala_na_ukrajinske_Jevrobachenna_spivachkuinvalida_jaka.

13. Сидоренко Ю. Пост-Євробачення-2017 [Електронний ресурс] / Ю. Сидоренко // Українська правда. — 2017. — 2 червня. — Режим доступу : <http://life.pravda.com.ua/columns/2017/06/2/224507/>.
14. Федоров А. Терминология медиаобразования [Електронний ресурс] / А. Федоров. — Режим доступу : mediagram.ru.
15. Шейбе С. Медіаграмотність : підручник для вчителів / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу ; перл. з англ. С. Дьома ; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. — К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2017. — 319 с.
16. Boorstin D. J. The Image : A Guide to Pseudo-Events in America / Daniel J. Boorstin. — New York : Vintage, 1992. — 336 p.
17. Dunin-Wąsowicz R. The Eurovision in Ukraine was an exercise in soft power / Roch Dunin-Wąsowicz // LSE / blog. — 2017. — May 24th. — Режим доступу : <http://blogs.lse.ac.uk/europpblog/2017/05/24/the-eurovision-in-ukraine-was-an-exercise-in-soft-power/>.
18. Horton H. Eurovision's 'celebrate diversity' theme mocked as it is presented by three white men [Електронний ресурс] / Helena Horton // Telegraph. — 2017. — 13 травня. — Режим доступу : <https://www.telegraph.co.uk/news/2017/05/13/eurovisions-celebrate-diversity-theme-mocked-presented-three/>.
19. Masterman L. A Rational for Media Education // Media Literacy in the Information Age. — New Brunswick ; London : Transaction Publishers, 1997. — P. 15–68.
20. Masterman L. Teaching the Media / L. Masterman. — London : Comedia Press, 1988. — 341 p.
21. Kubey R. Media Education : Portraits of an Evolving Field / R. Kubey // Media Literacy in the Information Age. — New Brunswick ; London : Transaction Publishers, 1997. — P. 1–14
22. Іванов В. Ф. Медіаосвіта та медіаграмотність : визначення термінів / В. Ф. Іванов, О. Я. Шкоба [Електронний ресурс] // Інформаційне суспільство. — 2012. — Вип. 16. — С. 41–52. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/is_2012_16_10.

В статье исследуется потенциал публичного события, в основе которого лежит культурно-массовое мероприятие, как сложного медиатекста, выявляется его структура, анализируется процесс конструирования его сообщения в ходе подготовки и реализации. Разрабатывается модель анализа публичного события как инструмента медиаобразования с целью предотвращения манипуляций в привлечении аудитории к публичным мероприятиям. В качестве материала для анализа используются различные медиадокументы: анонсы, репортажи, релизы и их интерпретации в журналистских материалах, комментариях свидетелей событий. Внимание акцентируется на специфике интерпретации в медиа досуговых практик, которые нередко используют агенты формирования общественного мнения как культурные фреймы, чтобы донести сообщение к своим аудиториям в политических, коммерческих или культурных целях.

Ключевые слова: публичные события, масс-медиа, медиаобразование, медиаграмотность, культурно-массовые мероприятия, досуговые практики.

In the article, the potential of a public events that have in structure cultural content is explored as a complex media text; the process of designing its message during the organization and implementation of a cultural event is analyzed. As a result, the model for analyzing a public event is presented as an instrument for media education in order to prevent manipulations in engaging audiences in public events. As a material for analysis, various media documents are used: announcements, reports and releases with its journalistic interpretations, comments from consumer and witnesses of events. Focus of the research is on the specific issue about media interpretation of leisure practices: public opinion agents often use it as cultural frames to bring messages to their audience for political, commercial or cultural purposes.

Key words: *public events, mass media, media education, media literacy, cultural events, leisure practices.*

Коропатник Михайло,
доцент кафедри суспільних дисциплін та
методики їх викладання Чернігівського обласного
інституту післядипломної педагогічної освіти
імені К. Д. Ушинського, доцент, кандидат історичних наук

МЕДІАОСВІТА НА ВІТЧИЗНЯНИХ ТЕРЕНАХ: ДОСВІД МИНУЛОГО ДЛЯ УРОКІВ СЬОГОДЕННЯ

У статті досліджуються процеси формування медіаосвіти і медіаграмотності в історичному контексті, аналізуються погляди відомих педагогів на проблеми використання різних комунікаційних технологій у навчально-виховній роботі, розглядаються медіаосвітні концепції у прив'язці до суспільно-політичних обставин.

Ключові слова: *медіаосвіта, медіаграмотність, медіа, інформація, навчання, виховання, преса, кіно, радіо, телебачення, Інтернет, школа, гурток, педагогічна система, СРСР, перебудова, Україна, теорія, практика, «гібридна війна».*

Оксфордська енциклопедія визначає медіаосвіту як предмет, пов'язаний одночасно з пізнанням того, як створюються і поширюються медіатексти, і розвитком аналітичних здібностей для інтерпретації та оцінки їх змісту. Медіаграмотна (медіакомпетентна) людина володіє розвинутою здатністю до сприйняття, аналізу, оцінки і створення медіатекстів, до розуміння соціокультурного і політичного контексту функціонування медіа в сучасному світі, кодових та репрезентаційних систем, що використовуються медіа. Набута у процесі медіаосвіти медіаграмотність допомагає людині активно використовувати можливості інформаційного поля телебачення, радіо, відео, кінематографу, преси, Інтернету, допомагає їй краще зрозуміти мову медіакультури.

До типових вітчизняних програм з медійної та інформаційної грамотності, як правило, включається розділ з історії медіаосвіти. І це, на думку автора, є логічно. Адже для формування і практичної реалізації ефективних концепцій цього напрямку важливим є не лише врахування сучасного стану інформаційного суспільства, але й філософсько-педагогічних поглядів теоретиків і практиків освітянських моделей минулого, в т. ч. і з точки зору досвіду використання медіа у навчальному процесі за радянських часів як у позитивному, так і негативному аспектах.

На сьогоднішній день серед узагальнюючих наукових досліджень з історії вітчизняної медіаосвіти можна виокремити дві праці російського вченого О. В. Федорова – монографію «Массовое медиаобразование в СССР и России: основные этапы» (у співавторстві) [17] та статтю «Украинское медиаобразование сегодня» [18]. Монографія дає можливість прослідкувати еволюцію шкільної медіаосвіти в СРСР і, зокрема, Україні (враховуючи загальні підходи до організації навчально-виховного процесу у радянських школах) засобами друкованих видань, кіно, радіо і телебачення у широкому часовому діапазоні – від 20-х років ХХ ст. до горбачовської перебудови. У статті О. В. Федоров робить досить вдалу спробу узагальнити досвід українських медіапедагогів, як теоретиків, так і практиків, часів незалежності.

Вивченню реального стану справ у медіаосвіті школярів і дорослого населення радянського періоду допомагають праці ідеологів-педагогів С. Т. Шацького, А. В. Луначарського, П. П. Блонського, Н. К. Крупської, М. М. Пистрака, А. С. Макаренка [21, 8, 1]. Для розуміння медіаосвітніх процесів у незалежній Україні важливе значення має Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [5], теоретичні і практичні розробки вітчизняних медіапедагогів В. Ф. Іванова [3], К. М. Левківського [6], Л. А. Найдьонові

[10], Г. В. Онкович [11, 12], Б. В. Потятинника [13], Г. Г. Почепцова [14], Н. І. Череповської [19] та інших.

Оригінальні ідеї стосовно використання медіа у формуванні грамотності, морально-етичних норм поведінки ми знаходимо у працях К. Д. Ушинського [16], В. О. Сухомлинського [15], О. П. Довженка [2].

Узагальнюючи історіографічний огляд з проблеми, анонсованої назвою статті, можна зробити висновок, що висвітлення питань історії розвитку медіаосвіти в Україні здебільшого носить фрагментарний характер і вимагає, принаймні, першої наукової розвідки із систематизації знань стосовно формування елементів медіаосвіти у навчальному процесі українського освітнього простору дорадянського, радянського та пострадянського періодів. Саме таке завдання ставить перед собою автор.

У XIX ст. багато філософів і педагогів досліджували природні джерела людських знань, що, до речі, залишається актуальним і в епоху інформаційних технологій. Варто нагадати відомий постулат, сформульований К. Марксом, що «...люди є продукти обставин і виховання... люди, що змінилися, є продуктом інших обставин і зміненого виховання» [9, с. 2].

Серйозну увагу цій проблемі приділив К. Д. Ушинський. Він був переконаний, що враження від зовнішнього світу людина отримує і від засобів масової інформації, які одночасно є також важливими чинниками грамотності. Ділячись своїми спостереженнями за медійним світом, він звернув увагу на політичні газети Північної Америки, котрі, «за винятком небагатьох, не відрізняються великим мистецтвом, а політична частина в них нижче посередньої, але в них завжди, окрім новин, знаходиться великий запас корисних відомостей» [16].

До засобів поширення освіти серед народу К. Д. Ушинський відносив публічні лекції, які, наприклад, у Північній Америці, в основному, були об'єднані у тематичні цикли лекцій, не менше п'яти-шести у кожному циклі (аналог – товариство «Знання» за радянських часів, серед просвітницьких форм роботи якого були лекторії та кінолекторії). Загалом же на прикладі Північної Америки продемонстровано цілий ряд ефективних засобів, за допомогою яких там рухалася вперед справа громадянської освіти: міські бібліотеки, поширення книг, діяльність приватних філантропічних товариств, книжкова торгівля, періодичні видання і публічні читання [16]. До речі, у цьому контексті варто нагадати про такі інструменти сучасної шкільної медіаосвіти, як бібліотека, відеотека, фонотека, діатека, комп'ютерна робоча зона.

У своїх працях Ушинський приділяв багато уваги вихованню духовних якостей. «У будь-якій науці - писав він - більш чи менш присутній естетичний елемент, передачу якого учням повинен мати на увазі наставник». Розвиток у дитини кожної із цих якостей, на думку Костянтина Дмитровича, і повинно складати завдання виховання, в цілому ж вони повинні дати виховання людині [16]. Цій тезі найбільше відповідає сьогодні естетична (художня) теорія медіаосвіти, практичне застосування якої дає можливість розвивати в учнях естетичне сприйняття оточуючого світу і художній смак, здібності до кваліфікованого художнього аналізу медіатекстів.

На початку XX ст. велика частка інформаційних та освітніх функцій поступово переходить до мас-медіа. Не випадково у 20-ті рр. XX ст. більшовицьке керівництво Радянського Союзу орієнтувало просвітян на формування цілісної системи використання медійних засобів у навчально-виховному процесі. У працях ідеологів-педагогів С. Т. Шацького, А. В. Луначарського, П. П. Блонського, Н. К. Крупської, М. М. Пистрака чітко прослідковується опора на медіа (кінематограф, фотографія, преса, радіо). Ставилось завдання прищепити населенню звичку та інтерес до медіа з тим, щоб легше було впливати на аудиторію.

При тому радянські педагоги не ігнорували досвід Європи та Америки. Навпаки, Н. К. Крупська писала, що необхідно повчитися у Заходу тому, як у них використовуються навчальні фільми, коли міські самоврядування ввели у школах при викладанні біології, географії, історії та інших предметів ілюстрування за допомогою навчальних фільмів

(дослідження показали, наскільки це підвищує засвоєння матеріалу, наскільки ці фільми зацікавлюють дітей).

Звертаючись до різних видів медіа, радянські педагоги особливо виділяли радіо. З точки зору С. Т. Шацького та П. П. Блонського, використання його в освітньому процесі дозволяло вирішити ряд завдань – від політичної та ідеологічної пропаганди (при прослуховуванні та аналізі радіопередач) до вирішення технічних проблем (створення радіоприймачів) [1, с. 337 - 339].

Н. К. Крупська, А. С. Макаренко С. Т. Шацький, А. В. Луначарський писали про те, що медіа здатні збагатити духовне, культурне життя людини. Вони відзначали, що саме засоби масової інформації можуть охопити всі верстви населення, незалежно від місця проживання, віку, соціального походження. Ось що писав у цьому контексті П. П. Блонський: «Сьогодні я слухаю концерт на альті з Відня, на віолончелі із Лахті тощо. Я залучений, завдяки радіо, до музикального життя всієї Європи і навіть Америки. Радіо втягує у загальне життя» [1, с. 337]. Ось чому в організації освітньої системи Радянського Союзу, а, відповідно, і окремих республік, важлива роль відводилася мистецтву, художньому вихованню у житті дітей. Керівник Наркомпросу А. В. Луначарський чітко визначив мету позашкільного виховання у «знаходженні таких засобів впливу на почуття дітей, які найбільш потужно і міцно виховували б їх у душі комуністичних інстинктів, комуністичних навиків, комуністичних рефлексів. Головна мета мистецтва – перевиховання людини. Таку ж мету повинна переслідувати самостійна дитяча творчість» [8, с. 314 - 315].

Взагалі ж, необхідність та актуальність введення медіаосвіти в СРСР обумовлювалося, у першу чергу, політичними завданнями. Наприклад, Н. К. Крупська у 1926 р. виступала за радіофікацію та кінофікацію країни, вважаючи, що саме від цього залежить, наскільки швидко встигне вона цивілізуватися, наскільки глибоко проникнуть в маси ідеї комунізму. Серед потенційних можливостей використання медіа у виховному та освітньому процесах радянські педагоги звертали увагу на: практичні вміння і навички, які можуть бути сформовані і відпрацьовані за допомогою медіа (складання радіоприймачів та обслуговування радіостанцій, створення газет, фільмів, фотографій тощо); підвищена навіюваність людей по відношенню до повідомлень по каналах медіа, що допомагало впливати на їх настрої, формувати відданість радянській владі тощо; можливості медіа у сфері ідеології. Як бачимо, уже в ті часи закладалися основи маніпулювання масовою свідомістю за допомогою мас-медіа і набуло повсюдного характеру на сучасному етапі, що, на відміну від завдань радянської системи освіти, вимагає формування критичного мислення школярів і дорослих в процесі медіаосвіти, прищеплення імунітету до неправдивої інформації.

До речі, саме в 20-ті роки в СРСР була закладена ідея медіаосвіти як з точки зору засобу політичного, художнього, ідеологічного, морального виховання, так і для підвищення ефективності навчання, розвитку пізнавального інтересу. Головною умовою перемоги в інформаційній боротьбі, на думку радянського керівництва, повинна була стати централізація пропаганди та агітації через кіно, радіо, фотографію, пресу, здатних колосально впливати на широкі маси населення. Варто замислитися, як в нинішніх обставинах застосовується ця теза в українському медіа-просторі.

Професор Олександр Федоров (Росія) на основі вивчення та аналізу медіаосвіти синтезував та обґрунтував теоретичну модель медіаосвіти в СРСР 1920-х років. На його думку, вона пов'язана з рядом особливостей.

По-перше, сама поява медіаосвіти стала відповіддю на державне замовлення у галузі освіти в Радянському Союзі, з одного боку, і на виклики цивілізації (у світовому масштабі), з іншого боку. Світ вступив у нову інформаційну епоху, яка вимагала від людей як освоєння технічних засобів, так і розуміння аудіовізуальних текстів та інтерпретації їх контекстів.

По-друге, медіаосвіта зароджувалася і розвивалася у рамках радянської системи освіти, вона представляла собою не самостійний, а інтегрований напрямок педагогіки,

була чітко прив'язана до цілей і завдань, які ставилися перед навчальними та позашкільними закладами. Можливо, саме тому у джерелах того періоду відсутні специфічні визначення цього напрямку освіти і виховання. Просто використання медіа вважалось в СРСР одним із перспективних засобів навчання і виховання.

По-третє, у процесі медіаосвіти того періоду аудиторією були не лише школярі і молодь, але й більш широкі маси населення країни. Це було пов'язане з такими причинами, як необхідність зміцнювати радянську владу на місцях, пропаганду комуністичних ідеалів і моралі, реалізації Декрету про ліквідацію неграмотності, де медіа відігравали одну із провідних ролей, антирелігійної та антибуржуазної пропаганди.

По-четверте, становлення та розвиток медіаосвіти було чітко прив'язане до реалізації політичних, економічних, соціальних, культурних та освітніх програм і Декретів.

По-п'яте, медіаосвіта була невід'ємною частиною нової педагогічної системи Радянського Союзу. Включення медіаосвіти до програм Наркомпросу, як обов'язкового компонента навчання, сприяло його активному розвитку за різними напрямками (шкільного, позашкільного тощо), використанню передових технологій.

По-шосте, в 20-ті рр. медіаосвіта розвивалася у рамках двох основних теорій – ідеологічної і практичної з пріоритетом першої [17, с. 65-66, 70].

На такі особливості медіаосвіти в 20-ті роки ХХ ст. варто було б звернути увагу як українській медіаспільноті, так і керівництву освітянської сфери держави. Мова йде про якнайскоріше подолання бюрократичних бар'єрів на шляху до масового впровадження медійної та інформаційної освіти на всіх рівнях – від дошкільних навчальних закладів до системи позитивної освіти, як це і передбачається новою редакцією Концепції впровадження медіаосвіти в Україні.

Інакше теоретично ми можемо потрапити в ситуацію, характерну не для демократичного, а тоталітарного суспільства з контролем за всіма сферами життя людей, в т. ч. в інформаційній сфері, як це сталося в СРСР з середини 30-их років минулого сторіччя. Тоді всі сторони життя громадян країни були охоплені жорстким ідеологічним контролем з боку держави. Цей період в історії розвитку медіаосвіти характеризувався тим, що у будь-якій освітній діяльності переважала яскраво виражена практична направленість. До першої половини 50-х років (початку хрущовської «відлиги») дозволялися лише пропагандистські кіно-фотозаходи, діяльність любителів гуртків, випуск стінних газет, повністю перетворених у пропагандистський рупор сталінського режиму. Як зазначають дослідники цього періоду, система тоталітарного мислення нанесла величезну шкоду не лише художньому процесу, але й глядачу. Потужна машина освіти і виховання орієнтувала і художника, і глядача на однозначність, на стандарт. Офіційним орієнтиром «справжнього» мистецтва стає так званий «соцреалізм», в рамках якого повинні були створюватися практично всі твори мистецтва – кінофільм, роман чи театральна вистава. Перед творцями фільмів, серед іншого, ставилося завдання допомагати учителю формувати соціалістичний світогляд школярів, використовувати фільми як додаток до підручника у якості екскурсійного та хронікально-агітаційного матеріалу.

У 40 – 50-ті роки в методиці інтегрованої кіноосвіти відбулися значні зміни. Одним з головних завдань став пошук шляхів «розведення» у свідомості учнів літератури і кіно як двох різних мистецтв шляхом співставлення позицій режисерів і письменників з тим, щоб читання літературних творів не підмінялося їх екранізацією. Правляча ідеологія також продовжувала впливати на розвиток преси. Вона перестала бути другом і порадиником, а перетворилася на ментора і суддю. Норми і цінності, що проголошувалися зі шпальт дитячих видань, повинні були сприйматися як єдино правильні і незмінні. Діти для цих видань грали роль пасивного об'єкта виховання, виконавців наказів дорослих. Завдання шкільної преси зводилися до того, аби допомагати «учителям, комсомольській і піонерській організаціям згуртувати учнів у

дружні, цілеспрямовані класні і загальношкільні колективи, боротися за високу успішність, свідому дисципліну та активну участь у громадській роботі всіх школярів, розвивати в учнівському колективі критику і самокритику, виховувати високоідейну громадську думку» [4, с. 13]. Інакше кажучи, медіаосвіта на матеріалах преси, радіо і кіно була надзвичайно формалізованою, «ідейно витриманою» і строго контрольованою.

У 1956-1968 роках відбувається лібералізація педагогічних концепцій медіаосвіти. Тому гуманістичні ідеали, закладені радянськими педагогами у цей період, знаходять своє втілення і в сучасних медіаосвітніх моделях, що реалізуються на пострадянському просторі, в т. ч. в Україні.

Медіаосвіта в період «відлиги» мала свої специфічні риси, які відрізнялися від інших етапів радянської медіаосвіти: «змикання» між педагогікою, мистецтвознавством, кінематографом; новизна напрямів і форм діяльності; активна робота фото/кіно гуртків, стінної преси практичної направленості. «Популярними» серед медіапедагогів були такі засоби мас-медіа: вітчизняний кінематограф (особливо екранізація класичних творів, популярні кінофільми, проблемні «важкі» фільми, навчально-наукове кіно); радіо; преса [17, с. 140-141].

З кінця 60-х рр. до початку горбачовської «перебудови» в СРСР розвивалася в основному естетично орієнтована медіаосвіта. Це викликано тим, що впровадження техніки в соціокультурні процеси почало змінювати характер проблемного поля культури. У нього все активніше включалися процеси, пов'язані з інформацією, а потім – і самі твори, створені на основі техніки, що набирали статусу синтетичних медіамистецтв (творів медіакультури). У зв'язку з цим визначальне значення отримує не стільки володіння знаннями, інформацією, скільки способи їх реалізації і творчого засвоєння.

До 70-х років у співдружність екранних мистецтв потужно ввійшло телебачення. Його можливості в ретрансляції творів практично всіх видів мистецтва непорівняні з можливостями будь-якого іншого засобу масової комунікації, оскільки у телебаченні інтегруються театральна, словесна, музична, кінематографічна та зображальна творчість.

Масштаби телевізійного споживання, що значно потіснили традиційні інституційні канали (театри, музеї, бібліотеки тощо) сприяли перетворенню його у невід'ємну частину повсякденного життя практично всіх верств населення. Популярність телебачення, зокрема, художніх фільмів, що транслювалися, у 70-х рр. була досить високою: до 50% підлітків і юнацтва дивилися у середньому від 20 до 30 фільмів кожного місяця [7, с. 4].

Така ситуація зумовила розробку естетично орієнтованої моделі медіаосвіти школярів засобами телебачення і радіомовлення. Вона ґрунтувалася на таких принципах: системний підхід до використання телевізійних і радіопередач з мистецької тематики з метою художньої освіти та естетичного виховання; комплексність естетичного впливу на учнів передач художнього циклу при реалізації всіх основних функцій мистецтва; поєднання виховних і навчальних факторів телебачення і радіо; врахування специфіки національної культури і мистецтва; врахування психолого-вікових та індивідуально-типологічних особливостей, взаємонавчання і взаємовиховання у процесі спілкування; вияв творчої ініціативи школярів і стимулювання їх до практичної діяльності. Разом з тим, дієвість і ефективність роботи з медіаосвіти на основі таких принципів залишалася вкрай низькою через погану матеріальну базу і неготовність більшості педагогів до впровадження медіаосвіти на матеріалах телебачення і радіо у навчально-виховний процес. Тому говорити про активне використання телебачення і радіо у роботі із школярами у 60 - 70-ті роки не доводиться. Окрім того, у «поствідлиговий» період знову посилюється ідеологічна функція, яка охоплювала всі програми, що готувалися до виходу в теле/радіоэфір, документальний та ігровий кінематограф.

Зрушення у бік гуманізації освіти починаються в період перебудови. Найголовніше, створювалася система, котра засобами екранних мистецтв моделювала загальну структуру естетичного виховання, в основу якої були закладені також ідеї українських педагогів К. Д. Ушинського та В. О. Сухомлинського. Останній ставив і розв'язував проблему формування в молоді національного і естетичного світобачення. Для Сухомлинського формування естетичного почуття дитини, її емоційної культури — основне завдання гуманістичного виховання. А сприйняття й осмислення прекрасного — основа естетичної культури, без якої почуття лишаються глухими до всього високого й благородного. Сферою розвитку духу, як вважав Василь Олександрович, є моральне виховання [15].

1980-ті рр. характеризувалися також проникненням та інтеграцією західних ідей у медіаосвітнє середовище СРСР, правда, при їх критичному сприйнятті. Так, наприклад, О. В. Шаріков вважав неприйнятною для медіаосвіти пануючу на Заході теорію критичного мислення. З його точки зору, «за такого підходу медіа розглядаються як джерело всіх бід і, таким чином, виникає бажання захистити від них підростаюче покоління» [20, с. 45]. Дослідник вважав, що необхідно інтегрувати ідеї західних медіапедагогів, зберігаючи при цьому основу вітчизняної медіаосвіти, «як системи естетичного виховання і художнього розвитку школярів, яка здійснюється у процесі розвитку сприйняття, мислення, оцінки ідейно-моральної концепції, що розкриває у звуко-зоровій формі кінооповідання в художній структурі творів» [20, с. 38-39]. На нашу думку, така позиція була не зовсім вірною (і це довела подальша практика медіаосвіти у пострадянському просторі, зокрема, в Україні), в ній відчувалося побоювання критичного осмислення радянської дійсності і бажання утримати думки підростаючого покоління у рамках нейтрального естетичного осмислення творів мистецтва, насамперед, кіно.

Стосовно загального стану медіаосвіти у Радянському Союзі періоду горбачовської перебудови можна зробити певні висновки

По-перше, медіапедагогами здійснена спроба проаналізувати наявний медіаосвітній досвід, що дало можливість виробити єдині методологічні та теоретичні засади, на основі яких повинна вибудовуватися медіаосвітня діяльність. Вчені прийшли до висновку, що діалектико-матеріалістична концепція свідомості не може пояснити всі аспекти медіаосвітньої діяльності, стала актуальною ідея діалогу культур, отримано доступ до зарубіжних досліджень у цій сфері.

По-друге, для медіапедагогів методологічною основою залишалося вчення К. Маркса, Ф. Енгельса, В. І. Леніна. Разом з тим були створені передумови для вивчення праць немарксистських вчених, в т. ч. стосовно семіотичної теорії, яка розширювала теоретичну базу традиційного естетичного виховання. Сформульовані принципи роботи, що базувалися на педагогіці співробітництва, ігрової діяльності.

По-третє, компаративний аналіз зарубіжних і радянських моделей медіаосвіти сприяв введенню нових понять у науковий обіг, інтеграції радянського досвіду у світову медіаосвіту.

По-четверте, розширення наукових знань у галузі медіа, інтеграція теоретичних концепцій філософів, психологів, педагогів, мистецтвознавців дозволило сформулювати основні тенденції розвитку медіаосвіти. Так, наприклад, використання відеомагнітофонів у медіаосвітній діяльності дозволило розробити нові методики занять, які були детерміновані функціями цього приладу: зупинка чи повтор кадру, сцени, епізоду, робота із звуком, звуковими ефектами тощо. Поглибилися медіаосвітні дослідження, відбувся перехід від описування та узагальнення чисто педагогічного досвіду до виявлення психологічних, соціологічних закономірностей. З появою комп'ютера медіапедагоги прорахували його можливості, передбачили величезний освітній потенціал. В принципі, саме тоді закладалися основи майбутнього предмету, який не обмежується простим програмуванням, а вивчає універсальні закони створення,

переробки і поширення інформації не стільки з математичних позицій, скільки у рамках соціокультурних процесів.

Стосовно України, то, знаходячись у складі СРСР, вона перебувала у загальному руслі медіаосвітніх теоретичних концепцій того часу. У 1960–1980-х роках тут домінувала естетична теорія медіаосвіти. З проголошенням незалежності у першій половині 90-х років через труднощі державного становлення медіаосвіти на офіційному рівні особливого значення не надавалося. Тому не дивно, що українські медіапедагоги спиралися на зарубіжний досвід, у першу чергу західний і російський. Головними завданнями медіаосвіти ставилися підготовка нового покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, навчання людини розуміти її, усвідомлювати наслідки впливу на психіку, оволодівати способами спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів.

Разом з тим, саме у перші роки незалежності з'явилися відомі українські теоретики комунікацій, медіа та медіаосвіти. Медійні теорії, теорії інформаційного впливу у своїх фундаментальних монографіях аналізував і розробляв Г. Г. Почепцов [14]. Теоретичні підходи розвитку медіаосвіти на матеріалі преси розробляла Г. В. Онкович. Представник львівської медіаосвітньої школи Б. В. Потятинник сформулював визначення медіаосвіти як науково-освітньої сфери діяльності, що ставить перед собою мету допомогти особистості у формуванні психологічного захисту від маніпуляції чи експлуатації з боку мас-медіа і розвивати/прививати інформаційну культуру. Вагомо заявив про себе ще один теоретик медіа – В. Ф. Іванов, який опублікував цілу серію монографій та навчальних посібників, присвячених проблемам масових комунікацій, журналістики та медіаосвіти. У його працях детально аналізуються історичні та сучасні тенденції розвитку науки про медіа, включно з теоретичними концепціями, моделями, проблемами інформаційного суспільства та глобалізації [3].

З початку XXI ст. розвиток теоретичних концепцій медіаосвіти прискорився. Львівський інститут екології масової інформації зробив ставку на розвиток «попереджувальних», «захисних» підходів, що обґрунтовувалося негативним впливом медіа. Найбільш повно точка зору львівської наукової школи представлена в монографії Б. В. Потятинника «Медіа: ключі до розуміння» [13]. Зокрема, значна увага там приділяється не лише теоріям медіа, але й проблемі медійного насилля, наслідкам його впливу на неповнолітню аудиторію. Київська група медіапедагогів із Академії педагогічних наук України на чолі з професором Г. В. Онкович сконцентрувалася на проблемах медіадидактики – сукупності «впорядкованих знань, принципів, вмінь, способів і форм організації навчального процесу на матеріалі засобів масової комунікації при інтеграції медіапедагогіки з іншими дисциплінами» [12]. Дослідниця переконана, що медіаграмотність потрібна не лише школярам, але й дорослим, звертаючи увагу на актуальність самостійної медіаосвіти протягом усього життя. Завідувачка лабораторії психології масової комунікації Інституту соціальної і політичної психології Академії педагогічних наук України Л. А. Найдьонова розробила модель медіакультури, що складається із чотирьох взаємопов'язаних блоків: «реакції» (пошук інформації, її читання/сканування, ідентифікація/розпізнавання медіатекстів; «актуалізації» (асиміляція, інтеграція нових знань, пов'язаних з медіа); «генерації» (інкубація, творча конвертація, трансформація медійних знань та вмінь); «використання» (передача інформації, інноваційна діяльність, дослідження у галузі медіа) [10, с. 165-166].

Знайшли розуміння серед українських медіапедагогів й ідеї британського вченого Л. Мастермана стосовно критичного мислення у формуванні медіаграмотності. Визнаючи можливості автономної і професійної масової медіаосвіти, дослідники у цій галузі все більше схиляються до інтегрованої медіаосвіти, як пропонує медіапедагог з Австрії Сюзанна Крюксей, зокрема, на лінгвістичному матеріалі. Істотні теоретичні результати у галузі медіаосвіти отримані у Київському університеті ім. Б. Грінченка. Дослідниками обґрунтовано модель формування медіакультури майбутнього учителя засобами аудіовізуальних мистецтв, заснованої на мотиваційному забезпеченні

медіадіяльності студентів на основі ціннісного відношення до артефактів медіакультури

Варто зазначити, що українським медіапедагогам чужа національна замкнутість. Вони ретельно вивчали і вивчають російський, німецький, американський, британський, канадський, шведський медіаосвітній досвід. В цілому ж в останні роки у медіаосвітньому процесі в Україні чітко визначилися декілька наукових груп: розвиток синтезу медіаосвіти та журналістики (Академія української преси, колектив дослідників під керівництвом В. Ф. Іванова); розвиток медійної екології, захист аудиторії від шкідливих медійних впливів (Інститут медіаекології Львівського національного університету); розвиток медіадидактики (колектив під керівництвом Г. В. Онкович); розвиток соціокультурної моделі медіаосвіти (колектив під керівництвом Л. А. Найдюнової); розвиток естетичного сприйняття і смаку школярів та студентів (Національна асоціація діячів кіноосвіти і медіапедагогіки України під керівництвом О. С. Мусієнка).

Що стосується практичної реалізації медіаосвітніх ідей в Україні, то тут варто звернути увагу на підтримку ряду закордонних фондів, в т. ч. Міжнародного фонду «Відродження», за допомогою якого були проведені організовані Академією української преси медіаосвітні курси для педагогів. Проте переломним моментом у сфері практичного впровадження медіаосвіти у нашій країні стало затвердження Національною Академією педагогічних наук Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (2010 р.) [5]. За наказом Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України від 27.07.2011 р. №886 «Про проведення Всеукраїнського експерименту із впровадження медіаосвіти у навчально-виховний процес загальноосвітніх навчальних закладів України» із вересня 2011 р. експеримент із впровадження медіаосвіти розпочався у 82-х школах Києва і восьми регіонах, в т. ч. Криму. В інших областях експеримент здійснювався на регіональному рівні. Зокрема, в Чернігівській області викладання медіаосвіти запроваджено в інформаційно-технологічному ліцеї №16 Чернігівської міської ради та Козелецькій гімназії №1. Координувала експериментальну роботу кафедра суспільних дисциплін та методики їх викладання Чернігівського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти імені К. Д. Ушинського.

Актуальність медіаосвіти зростає після Революції Гідності 2013-2014 рр. і активізації «гібридної війни» Росії проти України, котра, поряд з військовими діями, призвела до посилення дезінформаційної, психологічної та пропагандистської війни. Фейки, мова ненависті, направлена проти українців і усього українського (зокрема, така лексика, як «каратели», «хунта», «фашисти», «правосеки», «укропы» тощо), маніпулятивна інтерпретація політичних процесів в Україні, висвітлення подій лише з позицій однієї сторони, посилення на анонімні або неперевірені джерела, зокрема, використання свідчень «фальшивих свідків» – далеко неповний перелік інструментів, якими користувалися російські мас-медіа. За 2014 рік вони створили з України стійкий образ ворога, що підтверджує низка соціологічних досліджень громадської думки російського населення, які проводив «Левада-центр».

Реакція української влади на російську пропаганду була не дуже вдалою, оскільки базувалася на політиці заборон і давала додаткові козири у руки російським пропагандистам на Заході, а також у роботі з населенням окупованих територій. Створене 2 грудня 2014 р. Міністерство інформаційної політики не продемонструвало достатньої ефективності ні в боротьбі з російською пропагандою, ні у вибудовуванні цілісної комунікативної політики влади, що дуже необхідна в умовах війни. Чиновники стали підмінювати поняття інформаційної політики контрпропагандою чи піаром влади. Але ні контрпропаганда, ні піар влади не розв'язують тих завдань, які стоять перед Україною сьогодні.

Альтернативою політиці заборон і несистемної контрпропаганди має стати: завершення створення системи суспільного мовлення; запровадження викладання медіаграмотності у школах, вишах та закладах післядипломної освіти, розглядаючи її як

процес соціалізації особистості; підтримка виробника української інформаційної продукції (кіно, телепрограм, книг тощо); побудова нової комунікаційної стратегії влади, обов'язковими складниками якої мають бути комунікація із населенням (диференційований підхід до різних груп, різних регіонів), неконфліктна комунікація всередині влади та комунікація із зовнішнім світом.

Таким чином, аналіз процесів в освітньому просторі, починаючи з другої половини ХІХ ст., показує, що з появою і розвитком мас-медіа як з точки зору педагогів-новаторів, в т. ч. періоду СРСР (К. Д. Ушинський, П. П. Блонський, Н. К. Крупська, А. В. Луначарський, А. С. Макаренко, С. Т. Шацький, В. О. Сухомлинський тощо), так і державних структур, виникає життєва необхідність їх використання у навчанні дітей та дорослих з метою формування за допомогою медіаосвіти, з одного боку, вмінь користуватися відповідними джерелами інформації, а, з іншого – насаджувати населенню потрібні владі політико-ідеологічні погляди.

З переходом від тоталітарної системи до демократичного суспільства, початком якого можна вважати горбачовську перебудову, і, особливо, з отриманням Україною незалежності, ставлення до медіаосвіти та її ролі у формуванні громадянського суспільства концептуально змінюється. Сьогодні у цивілізованому світі в цілому і Україні, зокрема, медіаосвіта розглядається як предмет (окремий чи інтегрований з іншими дисциплінами), що допомагає людині активно використовувати можливості інформаційного поля телебачення, радіо, відео, кінематографу, преси, Інтернету для освітнього і професійного зростання, краще зрозуміти мову медіакультури, оволодіти критичним мисленням, мати імунітет до маніпуляцій з боку засобів масової комунікації.

Така ситуація, особливо із врахуванням інформаційно-пропагандистської агресії Росії, вимагає подальшого вдосконалення форм і змісту медіаосвіти всіх категорій населення, а, відтак, і поглибленого вивчення її історичних коренів та пошуків крупинок досвіду у нашому минулому.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Блонский П. П. Избранные педагогические произведения. /П. П. Блонский. – М.: Изд-во Академии пед. наук РСФСР, 1961. – 695 с.
2. Довженко А. П. Собрание сочинений. В 4 т., Т. 4. /А. П. Довженко. – М., 1969. – 285 с.
3. Иванов В. Ф. Основні теорії масової комунікації і журналістики. /В. Ф. Иванов. – К.: Академія української преси, 2010. – 260 с.
4. Капралова А.Н. Ежедневная школьная стенная газета. /А. Н. Капралова. – М.: АПН РСФСР, 1949. – 95 с.
5. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). //MediaSapiens.[Електронний ресурс] – Режим доступу: mediasapiens.ua
6. Левківський К. М. Навчальна програма «Медіаосвіта (медіаграмотність)» (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників). /К. М. Левківський, В. Ф. Иванов та ін. – К., 2011. – 97 с.
7. Левшина И.С. Воспитание школьников средствами художественного кино. Автореф. ... канд. пед. наук. / И. С. Левшина. – М., 1975. – 26 с.
8. Луначарский А. В. О воспитании и образовании. /А. В. Луначарский. – М.: Педагогика, 1976. – 640 с.
9. Маркс К. Тези про Фейєрбаха. /К. Маркс // Маркс К., Енгельс Ф. – Тв., вид. 2-е. – т. 3. – 475 с.
10. Найдъонова Л. А. Перспективи розвитку медіаосвіти в контексті болонського процесу: процесуальна модель медіакультури. /Л. А. Найдъонова. //Болонський процес і вища освіта в Україні та Європі: проблеми й перспективи. – Київ, 2007. – С.162-168.

11. Онкович Г. В. Медіаосвіта. Експериментальна програма базового навчального курсу для студентів вищих навчальних закладів. /Г. В. Онкович. – К.: Логос, 2010. – 41 с.
12. Онкович Г. В. Технології медіаосвіти. /Г. В. Онкович //Вища освіта України. - 2007. – № 3. – Д. 3 (т.5). – С. 357-363.
13. Потятинник Б. В. Медіа: ключі до розуміння. /Б. В. Потятинник. – Львів: Паіс, 2004. – 312 с.
14. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. /Г. Г. Поцепцов. – Киев, 1996. – 650 с.
15. Сухомлинский В.А. Сердце отдаю детям. Рождение гражданина. /В. А. Сухомлинский. – Кишинев: Лумина, 1979b. – 621 с.
16. Ушинский К. Д. О средствах распространения образования посредством грамотности. /К. Д. Ушинский. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://dugward.ru/library/pedagog/ushinskiy_raspr_gram.html.
17. Федоров А. В., Челышева И. В., Мурюкина Е. В., Горбаткова О. И., Ковалева М. Е., Князев А. А. Массовое медиаобразование в СССР и России: основные этапы / Под ред. А. В. Федорова. – М.: МОО «Информация для всех», 2014. – 267 с.
18. Федоров А. В. Украинское медиаобразование сегодня /А. В. Федоров //«MagisterDixit» - научно-педагогический журнал Восточной Сибири, №2 (06). Июнь 2012. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://md.islu.ru>.
19. Череповська Н. І. Візуальна медіакультураучнів ЗОШ: спецкурс для учнів. /Н. І. Череповська. – Київ, 2010. – 155 с.
20. Шариков А. В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. /А. В. Шариков. – М.: Изд-во Академии педагогических наук, 1990. – 66 с.
21. Шацкий С.Т. Пед. соч. в 4-х т. Т. 3. /С. Т. Шацкий. – М.: Просвещение, 1964. – 490 с.

В статье исследуются процессы формирования медиаобразования и медиаграмотности в историческом контексте, анализируются взгляды известных педагогов на проблемы использования различных коммуникационных технологий в учебно-воспитательной работе, рассматриваются медиаобразовательные концепции в привязке к общественно-политическим обстоятельствам.

Ключевые слова: *медиаобразование, медиаграмотность, медиа, информация, учеба, воспитание, пресса, кино, радио, телевидение, Интернет, школа, кружок, педагогическая система, СССР, Украина, теория, практика, «гибридная война».*

This article examines the processes of formation of media education and media literacy in the historical context of the origin and development of mass media from print to electronic, analyses the views of noted teachers of problems of using different communicative technologies in educational work, discusses the media educative concepts in relation to the social and political circumstances.

Keywords: *media education, media literacy, media, information, training, education, press, cinema, radio, television, the Internet, school, Club, educational system, USSR, Ukraine, theory, practice, "hybrid war".*

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК СУЧАСНА ПОТРЕБА ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

У науковій статті розглянуто феномен медіаграмотності як сучасної потреби інформаційного суспільства. Подано визначення та завдання медіаграмотності, принципи медійної та інформаційної грамотності від ЮНЕСКО, а також правила медіаграмотності від Йорана Андерсона.

Ключові слова: медіаграмотність, медіа, інформація, інформаційна грамотність.

У XXI столітті люди перестали бути лише споживачами інформації, яку транслюють ЗМІ. Користувачі самі почали створювати контент у медіапросторі: писати дописи у «Фейсбуці», транслювати наживо усе, що відбувається навколо них, завантажувати аматорські відео на «YouTube», які потім використовують ЗМІ у своїх сюжетах та публікаціях. Це все вказує на те, що суспільство перетворилося на інформаційне – велика частина діяльності та спілкування перемістилася у віртуальний простір. Тому зараз важливою і потрібною є навичка медіаграмотності.

Медіаграмотність — це набір компетентностей, необхідних для активної й усвідомленої участі в житті медійного суспільства. Теперішнє медіасуспільство — це суспільство 2.0. [1] Тобто інформаційне суспільство, яке спілкується, ділиться інформацією, отримує нові знання, влаштовує соціальні акції та флешмоби у віртуальному просторі.

В основі медіаграмотності — модель, яка заохочує людей замислюватися над тим, що вони дивляться, бачать, читають. **Завдання медіаграмотності** полягає у трансформації медіаспоживання в активний та критичний процес, допомагаючи людям краще усвідомити потенційну маніпуляцію, а також допомогти зрозуміти роль мас-медіа і ЗМІ у формуванні громадської думки [4].

Споживачі інформації у медіа та соціальних мережах, які водночас є і її творцями, повинні почати критичніше ставитися до повідомлень у ЗМІ, не вірити усьому, що опубліковано, перевіряти інформацію у кількох джерелах, щоб уникнути поширення фейків, тобто неправдивих новин.

«Стати медіаграмотним» – не означає пройти якісь курси, вивчитися, отримати сертифікат, і на цьому все. Медіаграмотність – це практичний навик, риса стилю життя. Медіаграмотна людина, якщо бачить сумнівну інформацію, намагається її перевірити. Це людина, яка не просто пливе за інформаційною течією, а критично сприймає цей потік [3]. Інформація уже позбавлена ореолу святості чи таємничості, як це було у радянський період, коли відомостей бракувало. Зараз повідомлень та новин – надлишок. Контент творить кожен, хто хоче його творити. Інформації стало багато, тому гостро постала проблема її аналізу та критичного сприйняття, щоб відсіяти неправду.

Міжнародна організація ЮНЕСКО [5] опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності (Laws of Media and Literacy, MIL). Згідно з ними, «інформація, комунікація, бібліотеки, медіа, технології, інтернет мають використовуватися

суспільством критично. Вони рівні за статусом, і жодне з цих джерел не варто вважати більш значущим, ніж інші». Важливо перевіряти отримані повідомлення у різних джерелах і не вважати одне достовірнішим за інше. Не варто оточувати себе лише медіа певної орієнтації, адже це спотворює сприйняття реальності. Інформацію потрібно черпати з різних джерел, незважаючи на те, що їхня позиція може бути неприйнятною для нас. Лише так можна залишитися об'єктивним.

Відповідно до принципів ЮНЕСКО, «кожен громадянин є творцем інформації/знань. Кожен має право на доступ до інформації та право на самовираження. Медійна та інформаційна грамотність має бути для всіх – і для чоловіків, і для жінок, – і тісно пов'язана з правами людини». Саме тому, що кожен має право на самовираження, і потрібна медіаграмотність. Адже інформації стало дуже багато, тому потрібно уміти її фільтрувати. Безперечно, кожен має право на власну думку і її висловлення, але через інформаційний шум **не всі є почутими**.

Ще одним принципом є те, що «інформація, знання та повідомлення не завжди є нейтральними, незалежними чи неупередженими. Будь-яка концептуалізація, використання і застосування МІЛ повинна зробити це твердження прозорим і зрозумілим для всіх громадян». Особливо це відчутно в Україні, де медіа мають власників, здебільшого олігархів, які нав'язують власну редакційну політику. Потрібно уважно аналізувати месиджі, які чуємо зі ЗМІ – найчастіше вони вигідні їхнім власникам і не відображають реальної картини. Саме тому і потрібна медіаграмотність – для розуміння поточної ситуації, позицій сторін конфлікту та поглядів різних людей. «Кожен громадянин хоче отримувати і розуміти нову інформацію, знання і повідомлення та мати можливість на спілкування з іншими, навіть якщо він не висловлює це прагнення. Їхні права на це ніколи не мають порушуватися».

П'ятим принципом медіаграмотності від ЮНЕСКО є твердження, що «медійна та інформаційна грамотність не набувається одномоментно. Це постійний та динамічний досвід і процес. Його можна вважати завершеним, якщо він включає в себе знання, вміння та установки щодо використання, створення та передачі інформації, щодо медіа та технологічного контенту». Знання, вміння та навички з медіаграмотності набуваються разом із досвідом. Для цього людині потрібно перебувати в медійному полі, критично сприймати інформацію від різних ЗМІ та лідерів думок у соцмережах, зіставляти різні факти та повідомлення, не довіряти нікому та перевіряти дані.

Шведський медіаосвітянин та педагог, куратор шведського медіаосвітнього порталу **Йоран Андерсон** [2] сформулював власні правила медіаграмотності. По-перше, «не варто поширювати прохання про пошук людини. Ви ж не знаєте всієї історії. Іноді за дуже емоційним проханням знайти зниклу безвісти близьку людину, може ховатися звичайний брехун». Такі поширення часто трапляються в українському сегменті Фейсбуку. Люди щиро хочуть долучитися до вирішення проблеми, допомогти тим, чим можуть, хоча б репостом, але рідко задумуються, хто саме поширив таке повідомлення, для чого це йому, кому це вигідно і хто від цього може постраждати.

По-друге, «не потрібно ділитися інформацією про події та нещасні випадки. Те саме – ми не знаємо фактів. Під час поширення інформації про ознаки підозрюваного або потерпілого, ви ризикуєте нашкодити невинним і поширити неправдиві заяви, які дезорієнтують багатьох людей. Йдеться також про захист тих, хто безпосередньо постраждав в ситуації». Такі повідомлення теж поширюють доволі часто і не задумуються про наслідки. Користувачі бачать інформацію і одразу вважають її правдивою, не перевірявши. Для цього і потрібно володіти медіаграмотністю – щоб не вірити жодним відомостям до їхньої перевірки.

Також «варто бути обережними, коли берете участь у конкурсах та розіграші призів. Деякі з повідомлень Facebook містять посилання на сторінки, на яких просять дати вашу особисту інформацію, щоб конкурувати за приз. Такі конкурси практично не мають переможців, власник сайту збирає інформацію для продажу її багатьом компаніям, щоб вони могли вам відправити рекламу по електронній пошті або телефону». Зараз такі конкурси стали доволі популярними, багато користувачів хочуть отримати призи і не задумуються про те, чи обіцяні подарунки узагалі існують.

Окрім того, «не потрібно проходити тести на Facebook. На деяких веб-сайтах, які пропонують тести, рекомендується увійти в систему з обліковим записом соціальної мережі і дати дозвіл, щоб розмістити результати на сторінці. Це завжди попереджувальний знак. Клікнувши, користувач дозволяє контролювати свій обліковий запис». Останнім часом проходження таких тестів, зокрема поширення їхніх результатів стало масовим явищем. Такий тренд помітили і використовують також ЗМІ, публікуючи тести до певних свят. Часто користувачі соцмереж без вагань заходять на сумнівні сайти та поширюють результати тестів на власні сторінки у Фейсбуці.

Висновки. Отже, медіаграмотність можна назвати сучасною потребою інформаційного суспільства, адже зараз головною цінністю стала інформація, її продукують майже усі користувачі медійного простору. Контенту стало так багато, що споживачі не встигають його аналізувати. Серед великої кількості відомостей часто трапляються неправдиві новини, маніпуляції та пропаганда. Новітня навичка – медіаграмотність, покликана до того, щоб навчитися їх відрізнити.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бути медіаграмотним: 10 необхідних компетентностей. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/buti_mediagramotnim_desyat_neobkhdnix_kompetentnostey/
2. Гуза Ю. Правила користування Фейсбуком від Йорана Андерсона. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.medialiteracy.org.ua/index.php/dlia-mediaspozhyvacha/publikatsii-2/44-publikatsii-dlia-mediacostumer/596-pravyla-korystuvannia-feisbukom-vid-yorana-andersona.html>
3. Плахта Д. Медіаосвітня вакцинація. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/polityka/mediaosvitnya-vakcynaciya>
4. Плахта Д. Чому важливо бути медіаграмотним або Як виробляти у собі інформаційну «імунну систему». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/suspilstvo/chomu-vazhlyvo-buty-mediagramotnym>
5. ЮНЕСКО опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko_opublikovala_pyat_printsipiv_mediynoi_ta_informatsiynoi_gramotnosti/

В научной статье рассмотрен феномен медиаграмотности как современной потребности информационного общества. Даны определения и задачи медиаграмотности, принципы недействительными и информационной грамотности от ЮНЕСКО, а также правила медиаграмотности от Йорана Андерсона.

Ключевые слова: медиаграмотность, медиа, информация, информационная грамотность.

The article deals with the phenomenon of media literacy as a modern information society's need. The definitions and objectives of media literacy, the principles of inadequate and informational literacy from UNESCO, as well as the media literacy rules of Joran Anderson are presented.

Keywords: *media literacy, media, information, information literacy.*

СУЧАСНИЙ ФОЛЬКЛОР І МЕДІАГРАМОТНІСТЬ: ТОЧКИ ДОТИКУ

Медіаосвіта має на меті навчити критичному сприйняттю будь-яких медіатекстів, для чого надає пояснення та багаточисленні інструменти аналізу. Питомо, медіаграмотні люди мають серйозно ставитися до інформації, що споживають, продукують і поширюють. Народну творчість називають фольклором. Колективно створювані тексти (у найширшому значенні) відігравали значну роль у будь-якій культурі з прадавніх часів, помилкою буде принижувати значення подібних феноменів сьогодні. Стаття присвячена визначенню сучасного фольклору, стану його вивчення та пошукам його місця у полі медіаграмотності.

Ключові слова: *медіаосвіта, медіаграмотність, фольклор, постфольклор, інтернетлор, сміхова культура, критичне мислення, мем, пропаганда*

Жарт, за словниковим визначенням [1], — дещо сказане чи зроблене для розваги, сміху. Ми радимо ставитися до проблем з гумором, бо так простіше жити, на індивідуальному рівні. Увагу науковців, до чого це призводить в масштабі суспільства, звернув М. М. Бахтін [2]. Досліджуючи епоху Середньовіччя, він виокремив та охарактеризував специфічну народну сміхову культуру, що найліпше проявлялася під час карнавалу. Хоча вона, на думку дослідника, продовжувала попередні античні та місцеві традиції, але водночас відбивала культурну специфіку епохи. Бо існувала всупереч і на протигагу офіційним, тобто державним і церковним, культурним формам. Учасники карнавалу — вважається, що усі без виключення члени громади — порушували норми етики, ієрархії, навіть побутової логіки, звільняючись таким чином від «соціальної маски».

С.С. Аверінцев, уточнюючи Бахтіна, пише, що сміх є подією динамічною та фізичною: одночасний рух розуму, нервів і м'язів. У цьому стані людина переживає велике фізичне, а іноді й психологічне напруження. Серед відмітних рис сміху Аверінцев вказує миттєвість і перехідність. Він доповнює ідею Бахтіна, що у сміху відбувається перехід від несвободи до свободи, наголошуючи: сміх — не свобода, а процес звільнення. Причому звільнитися можна і від поганого, і від хорошого. Суверенному ж використанню свободи відповідає гумор [3, с. 8-9].

Словник тлумачить «гумор» так: 1) доброзичливо-глузливе ставлення до чого-небудь, спрямоване на викриття недоліків; уміння подати, зобразити щось у комічному вигляді; 2) художній прийом у творах літератури або мистецтва, заснований на зображенні чого-небудь у комічному вигляді, а також твір літератури або мистецтва, що використовує цей прийом; 3) психічний стан; настрій [4]. Зазначимо, що у пропонованій статті є місце для гумору в усіх трьох значеннях, бо вони перетинаються з цариною медіаграмотності.

Проблеми медіаграмотності та медіаосвіти набирають популярності в Україні з початку 2010-х років. Навчальна програма «Медіаосвіта (медіаграмотність)», опублікована на сайті «Академії української преси», містить таке визначення: «Медіаграмотність — полягає в сукупності мотивів, знань, умінь і можливостей, що сприяють добиранню, використанню, критичному аналізу, оцінюванню, створюванню та передаванню медіатекстів різних форм, жанрів, а також аналізу складних процесів

функціонування медіа в суспільстві» [5, с. 8]. Основне послання медіаосвітян, якщо простою мовою: «Люди, через медіа вами маніпулюють! Тільки ваші власні зусилля можуть допомогти протистояти тому впливові». Така постановка проблеми підштовхує до найсерйознішого ставлення до кожного аспекту, інструменту, матеріалу. Особистий досвід читання медіаосвітніх лекцій лише підтверджує: глядачі, читачі, слухачі недооцінюють медіаінформацію та не відчують (або не вважають важливим) вплив на них. Особливо ж це стосується матеріалів, які містять гумористичні елементи.

Медіатексти, пропоновані як приклади та для аналізу в межах курсів з підвищення медіаграмотності, обираються таким чином, щоб продемонструвати ту чи іншу суспільну проблему. Наприклад, вплив стереотипів. Тобто матеріали, створені з конкретною, не надто етичною метою: пробудження ненависті, заохочення нетолерантності, цькування. Часто вони сконструйовані таким чином, щоб мати найширший резонанс і спонукати споживачів до поширення серед знайомих, тобто «природними» каналами обміну інформацією. На кшталт нескінченного ланцюгу репостів у соцмережі.

Складнощів освітянам додає той факт, що Інтернет змінив звичні уявлення про авторство. Тому одним з елементів схеми аналізу медіатекстів є встановлення його походження, хоча б джерела.

Користувач, натомість, зазвичай просто «привласнює» інформацію, яка отримує його емоційний відгук, може трохи адаптувати «під себе», або просто поширити як власну. Психологічні засади цього, насправді, не є темою нашого дослідження. Зазначимо лише, що механізм, на думку фольклористів, подібний тому, який забезпечував популяризацію політичних анекдотів у радянські часи.

Науковці, не дивлячись на позірну несерйозність теми, слідкують за трансформаціями анекдотів, мемів і багатьох інших різновидів осучасненої усної народної творчості [див., наприклад, 6]. Автор усвідомлює важливість мультидисциплінарного підходу до досліджуваного феномену та вбачає своєю метою ввести фольклор у поле медіаграмотності. Об'єм статті замалий для вичерпної реалізації усіх планів, тому поки обмежимося проясненням основної термінології та специфіки сучасного українського фольклору у заявленому контексті. Через те, що маємо на меті актуалізацію мему в медіаосвітньому контексті, вважаємо за можливе залишити дослідження видових і жанрових диференціацій до наступного разу. Водночас, наголошуємо, що усі медіатексти — зокрема, меми — тим чи іншим чином відбивають проблеми сучасного соціуму.

Вітчизняна наука, як демонструють результати пошуку за відповідним запитом у базі Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського, уважно вивчає фольклор. Він цікавить дослідників як гуманітарна цінність [7], невичерпний навчальний матеріал для школярів та навіть як джерело для підготовки медіатекстів [8]. Найчастіше фольклор трактують як усну традиційну творчість народу й особливий тип культурної комунікації [9]. Останнім часом зростає кількість дослідників, що звертають увагу наукової спільноти на сучасний продукт колективної творчості людства, зокрема, українців.

На думку С. Ю. Неклюдова, є чотири види фольклору [10]. Перший — архаїчний, дописемний. З винаходом писемності феномен трансформується, набуває нових форм, але не зникає. Він так само передається переважно в усній комунікації. Дослідник називає цей вид фольклору класичним.

Чергова революція настає на межі XIX і XX століть, коли завдяки поширенню нових медіа (фотографія, фонограф тощо) формується відповідне комунікативне середовище (телефон — радіо — телебачення). Настає епоха постфольклору. Дослідник вказує: «Зрозуміло, це нове комунікаційне середовище не стало (і не могло стати) середовищем

побутування фольклору, як не стала нею книжкова словесність після появи писемності. Однак вона, як і свого часу книжність, зумовила створення нового «культурного продукту» (в цьому випадку — нових форм масової культури), який в свою чергу сильно вплинув на усну традицію, забезпечив її новими темами та моделями текстуалізації, радикально тим самим змінивши сам вигляд фольклору — і в змістовному, і в формальному планах [там само].

Четвертий вид С. Ю. Неклюдов воліє називати інтернетлором, підкреслюючи місце існування феномену. Мережа повертає багато властивостей фольклору (відтворення в змінюваних копіях, використання певного набору кліше, анонімність тощо). «Таким чином, Інтернет в порівнянні з книжковою традицією відтворює багато якостей дописмової, архаїчної комунікації — будь-який надісланий текст можна дописати, переписати, скоротити, розгорнути та подібне. Тут культура немов би повертається до своєї попередньої фази, до пластичності форм, до безавторства та таке інше. Завдяки цьому, до речі, Інтернет як середовище цілком може вивчатися фольклористичних методами» [там само]. На сьогодні, зазначає дослідник, тотально усних традицій, напевно, не залишилося. Те, що С. Ю. Неклюдов має на увазі, описуючи інтернетлор, в нашій статті називається словосполученням «сучасний фольклор».

Анекдот — один з найпоширеніших жанрів сучасного фольклору [11], який у Мережі може відобразитися вербально або мати візуальне доповнення. Часто такі анекдоти називають мемами [12]. Цей термін увів Р. Докінз у 1976 р. для позначення символу, зрозумілого адресату без пояснення, що активно поширюється у формі слів, дій, звуків, малюнків, які передають ідею, та еволюціонує відповідно до індивідуальної картини світу людини, що її передає [13, с. 288-304]. Таким чином, мемом можна назвати будь-який зразок фольклору, а також чимало інших феноменів культури з подібними властивостями. За визначенням, мем — зображення, відео, фрагмент тексту тощо, зазвичай гумористичні за своїм характером, які копіюються та швидко поширюються користувачами Інтернету, часто з невеликими варіаціями [14].

Дослідницька група «Моніторинг актуального фольклору» вивчала суспільні практики та фольклорні тексти, що виникають після резонансної події [15]. Зазначимо, що група була частиною Лабораторії теоретичної фольклористики Інституту суспільних наук при Російській академії народного господарства та державної служби при Президенті РФ, але тепер навіть згадку про неї прибрали з сайту. Дослідники щомісяця випускали бюлетені, публікували результати у наукових виданнях і ЗМІ. На жаль, подібні пошуки в Україні не мають систематичного характеру. У науковій спільноті та суспільстві переважає сприйняття фольклору лише у в класичному розумінні фольклористичних досліджень.

О. Архіпова, яка входила до вищезгаданої дослідницької групи, в публікації «Рік у анекдотах» [16] надає ємну характеристику вказаному у назві цієї статті феномену. Її можна сміливо застосувати до сучасних фольклорних проявів в цілому. По-перше, в Мережу народна творчість потрапляє різними шляхами, і, відповідно, нерівномірно в ній розподілена. По-друге, радянський політичний анекдот за своєю сутністю є протестним, а сучасний — може бути і за, і проти влади. Першому типові медіаосвіта приділяє більше уваги, відносячи до пропаганди. «Факт третій — анекдоти, перш за все політичні, повернулися. Вони зайняли важливе місце в нашому житті. Вони з'являються в нашій френдстрічці безпосередньо, розміщуються на демотиваторах, про них розповідають друзі» [там само].

Серед «інкубаторів» сучасного мережевого анекдоту О. Архіпова називає тематичні сайти («Анекдот.ру», «Анекдотов.нет»), де додані користувачами тексти обробляються іншими дописувачами, щоб стати «вдалими анекдотами», чи загубитися у потоці контенту. «У разі вдалої трансформації анекдоти починають блукати Інтернетом —

соцмережами. Власне, копіювання в соцмережі і є чимось близьким до ситуації трансляції анекдоту в усній комунікації» [там само].

Під час поверхневого моніторингу виявити подібні «інкубатори» на ua-просторі не вдалося. Сайти анекдотів існують. Наприклад, Anekdoty.net.ua, Ukr-anecdotes.com, Ualife.com.ua, Anekdotu.org.ua тощо. Частина таких ресурсів є дзеркалами одне одного, частина — повторює анекдоти з тематичних видань. Але є й такі, що збирають гумористичні твори від користувачів.

Водночас, існують агрегатори мемів. Найбільший англомовний — Know Your Meme [17] — справжній довідниковий ресурс, де можна знайти інформацію про появу чи створення певних картинки, виразу, персонажу, первинне значення, трансформацію змісту, вигляду тощо. Серед російськомовних агрегаторів згадаємо memepedia.ru [18] та lurkmore.to [19], де трапляються й українські теми. Наприклад, про зйомки передвиборчої реклами Харківського міського голови Михайла Добкіна [20].

Корпорація Google видає зведення «Рік у пошуку», куди потрапляють усі найпопулярніші запити користувачів — новини, актори, музиканти, фільми, шоу тощо. У списку світових трендів є місце і мемам [21], але український офіс корпорації таких даних поки не оприлюднює. Так само, немає й україномовних довідників мемів.

Повністю покривають «нестачу» соціальні мережі — існують чисельні відкриті групи, пабліки, канали, сторінки з анекдотами та жартами. Це зрозуміло навіть з того, що деякі ЗМІ використовують популярні меми в якості ілюстрацій до інформаційних повідомлень. Наприклад, «КуляNEWS» (coolyanews.info) — «спільний проект найкращих і відомих блогерів UA-нету» [22]. До прикладу, рік тому читачі підтримували та поодинокі поширювали пости про арешт та звільнення під заставу голови Державної фіскальної служби Р. Насірова («Отчалився») (рис. 1), жартівливі переробки коментаря мера Києва В. Кличка щодо обвалу автомобільного мосту (голова Нацбанку: «Гривня не впала, вона втопилася») тощо.



Рис. 1

Цікавим прикладом мемів можна назвати карикатури, які зі шпальт газет перемістилися до Інтернету. Наприклад, такі матеріали регулярно з'являються на сайтах «Радіо Свобода» у різних країнах. Так, для української редакції малюють Євген Олійник (рис. 2), Олексій Кустовський тощо. Російська редакція має рубрику «Карикатура дня», де щодня публікуються роботи Сергія Йолкіна [23] (рис. 3).

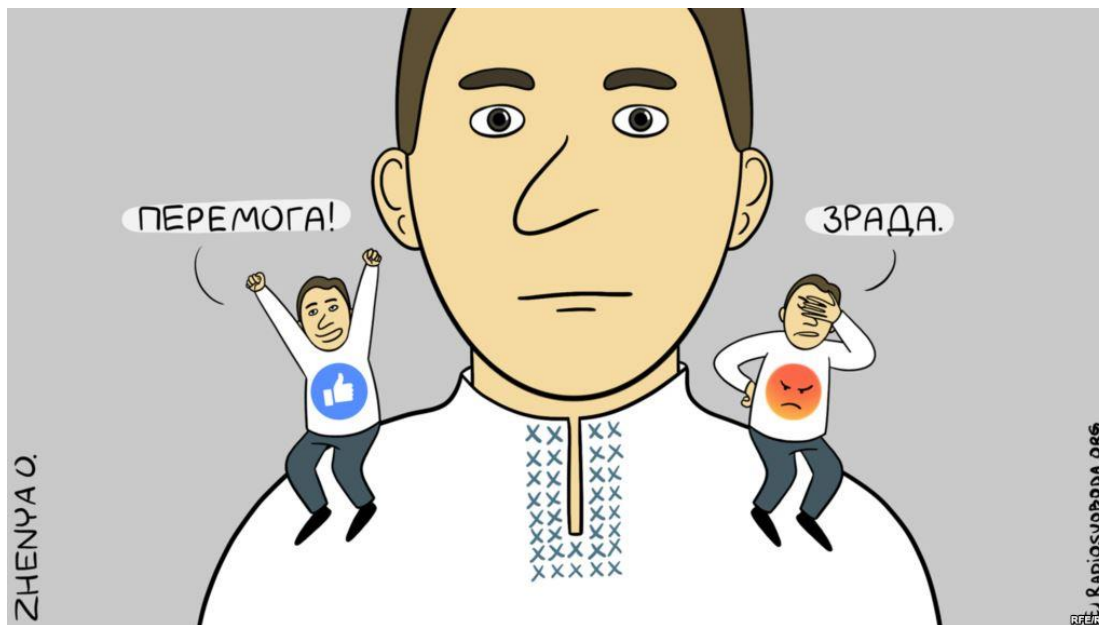


Рис. 2



Рис. 3

Іншу статистику бачимо у фейсбук-спільноті «Общество нудных престарелых мизантропов». Тут користувачі можуть обмінюватись власними або знайденими у Інтернеті мемами. Увагу звертають на тематику та форму подачі (мізантроп — той, хто ненавидить людей, цурається їх [24]), а не дотримання авторських прав. Наприклад, адміністрація пабліку зреагувала на рішення про надання безвізового режиму з

країнами ЄС для громадян України, схвалене Європарламентом 6 квітня 2017 р. У той самий день на сторінці з'явилася публікація «Хто буде останній виїжджати по безвізу, виключіть в Чопі світло» [25]. За два дні вона набрала понад 8,7 тисяч «лайків», 72 коментарі та 2 340 перепостів.

Чоп — не лише місто обласного значення в Закарпатській області, а й пункт пропуску на кордоні з Угорщиною, навантаження якого — одне з найбільших в Україні. Жарт обігрує відомий застережний напис: «Йдучи, гасіть світло!». Пост можна б було трактувати як приниження українців, які так швидко побіжуть закордон, що нікого у країні не лишиться. Але знаючи трохи контекст (розмови про впровадження безвізового режиму ведуться майже десятиліття, а прийняте рішення має чимало умов [26]), бачимо гірку самоіронію. До того ж, той самий припис з'явився у іншому гумористичному пабліку ще у листопаді 2016 року [27], без посилання на джерело. Та й у спільноти «Общество нудних престарелих мізантропов» є клон з такою самою назвою, де цей пост також було опубліковано 6 квітня 2017 року (рис. 4). Пошук у Facebook видає найстаршим допис, датований 17 листопада 2016 року. З нього можна зрозуміти джерело — мікроблог Перрі Качкодзьоб (@ua_frame). Тут читаємо: «Хто буде останній виїжджати по безвізу — вимкніть світло в Чопі» [28] (рис. 5).

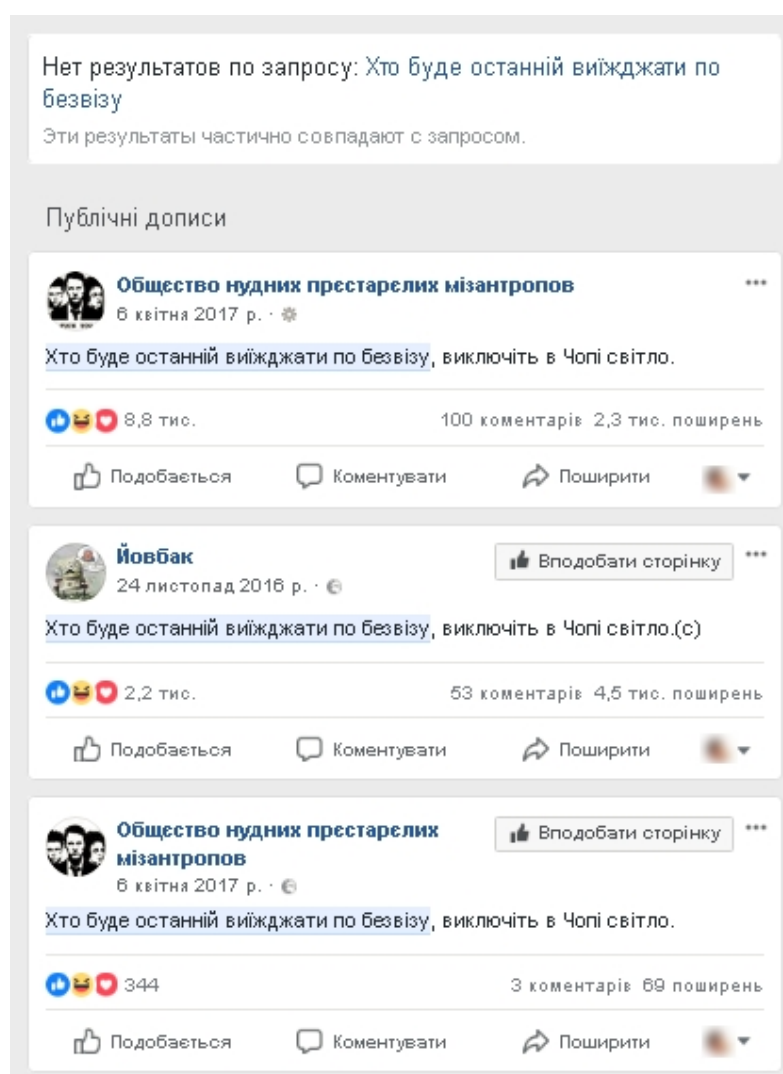


Рис.4



Перрі Качкодзьоб

@ua_frame



Хто буде останній виїжджати по безвізу -
ВИМКНІТЬ СВІТЛО В ЧОПІ

Перевести твіт

8:00 - 17 нояб. 2016 г.

Рис.5

Серед коментарів дописувачіву першій згадуваній спільноті трапився важливий приклад візуального фольклору: три «Почекуни» в капелюхах-циліндрах з підписом «МЕЖЪ ЖДУНАМИ ТАЕТЪ ЛЕДЪ» (рис. 6). Цей медіатекст містить принаймні три алюзії: на пісню українського гурту «Гриби» («Таєт лед»), скульптуру нідерландської художниці Маргріт ван Бріфорт «Номункулус лоходонтус» і псевдоаристократизм. Кожна є окремим фольклорним трендом. Наприклад, офіційний кліп гурту «Гриби» на каналі YouTube за місяць подивилися понад 42 мільйони користувачів, серед 50 тисяч коментарів є відверто фольклорні тексти, створено чимало пародій і каверів [29]. «У реакції на кліп добре видно сучасну «культуру співучасті» (participatory culture): пасивні спочатку глядачі / споживачі беруться за домислювання створених професіоналами творів або пошук нових ракурсів в їх сприйнятті» [30]. Іронічність оригіналу у пародіях може трансформуватися в інші жанри комічного.



Рис. 6

Потерпають від «свободи Інтернету» — і свободи-гумору, зважаючи на Деякі автори тлумачення, надані на початку статті. Принаймні, художниця Надія Кушнір, що створила популярного нині персонажа Гуся. Безліч дописів на її фейсбук-сторінці присвячено саме темі використання чужого доробку без дозволу [31]. Зауважимо: наші дослідження показують, що можливості відстояти авторські права, створюючи потенційно «вірусний» контент (меми), примарні.

Кожен малюнок Надії Кушнір, що публікується в офіційній спільноті, супроводжений приписом (рис. 7). Без тексту посту зміст ілюстрації — яка також зазвичай складається з малюнку і слів — є іноді діаметрально протилежним. Ця відмітність вагома в контексті дослідження творчості художниці з позицій медіаосвіти.

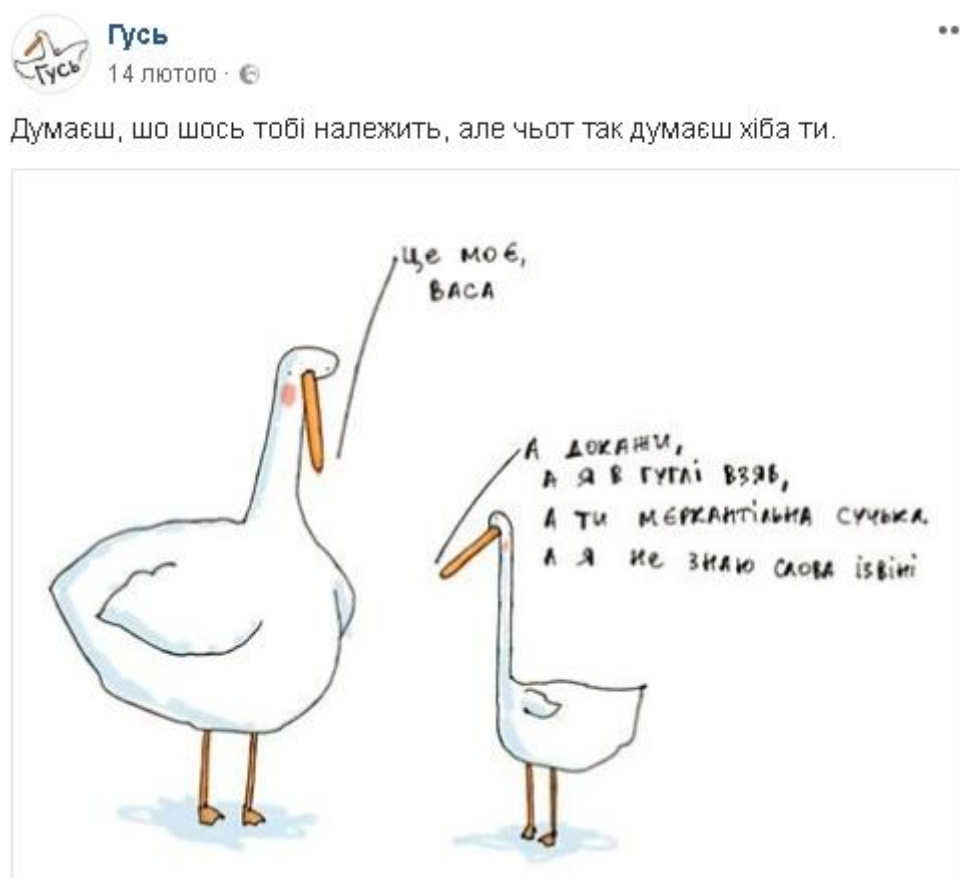


Рис.7

Інший приклад — «комікси про українські мас-медіа та інші веселі картинки» (рис. 8) художниці Оксани Васьків-Кукул, які послідовно поширює Mediacomics [32]. «Я не фотожабер, я художник мемів», — жартівливо уточнює авторка в одному з творів. А ось пояснення на сторінці Богдана Процишина (рис. 9) чітко: «фотошопер — задушевік у всієї прогресивної частини людства, міністр жаб...» [33]. Обидва дописувачі менш популярні за Надію Кушнір, але кількість підписувачів на сторінках — десятки тисяч.



Рис. 8



Рис. 9

До низки ресурсів, які можуть використовуватись школярі для додаткової підготовки з програмних предметів, варто додати «Файні мему про українську літературу» [34]. Хоча там трапляється чимало прикладів нетолерантності і нетерпимості, але переважно всі вони — з класичної української літератури (рис. 10, 11). Отже, дають змогу проаналізувати, що транслюють молоді тексти з програми, а також тлумачення змісту творів юними читачами.



Рис. 10

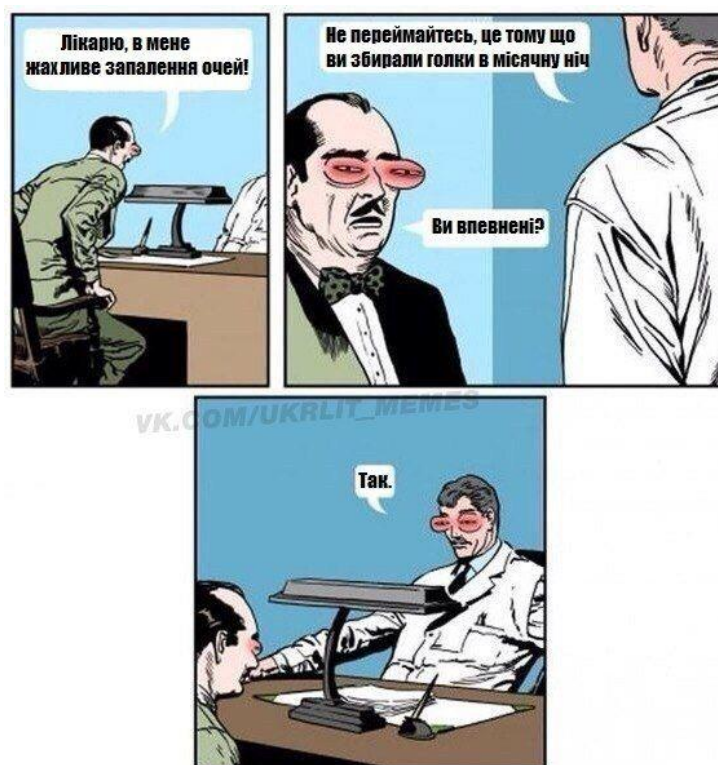


Рис. 11

Таким чином, у інтернет-просторі можна знайти інформацію про тематичні та дискурсивні пріоритети користувачів — його «мешканців» і споживачів. Знаряддя потурання користувацьким інтересам, за бажання, не важко отримати, бо усю статистику ретельно збирають пошуковики, соціальні мережі тощо [35]. Водночас, принципний плюралізм мережевого «збірника» приваблює дослідників тим, що дає інструменти для виявлення найстійкіших і найтипізованіших традицій інформаційного споживання та комунікативного впливу на аудиторію. Хороші приклади того й іншого можна знайти у мемах. Завдяки притаманній мемам специфіці вони поширюються «природнім шляхом» (чим викликають незадоволення авторів) і мають обумовлений суспільними причинами цикл існування. Їх вивченню допомагають «профільні» сайти та сторінки у соціальних мережах, які продукують чи агрегують меми.

Використовуючи меми як ілюстрації або/та предмет аналізу під час медіаосвітніх занять, не слід відкидати гумористичне трактування. Водночас, завжди варто зважати, що емоція, яка проявляється сміхом, так само допомагає маніпулюванню свідомістю. Меми завжди є емоційно зарядженими. Не помічаючи у них порушення серйозних суспільних проблем, ми обмежуємо власні дослідження. Проте, на наш погляд, додаючи у поле медіаграмотності фольклор, можна розробити інструмент протидії маніпуляціям та інформаційним війнам, дієвіший за усі існуючі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Жарт // Словник української мови: в 11 т. Т. 2, — К.: Наукова думка, 1971. — С. 511.
2. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. — М.: Эксмо, 2015. — 640 с.
3. Аверинцев С. С. Бахтин, смех, христианская культура / С. С. Аверинцев // М. М. Бахтин как философ. — М.: Наука, 1992, — с. 7-19.
4. Гумор // Словник української мови: в 11 т. Т. 2, — К.: Наукова думка, 1971. — С. 194.
5. Навчальна програма «Медіаосвіта (медіаграмотність)» (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників) [Електронний ресурс]. — К., 2013. — 63 с. — Режим доступу: <http://www.medialiteracy.org.ua/index.php/34-prohramy-lektsii-dlia-vykladachiv-vnz/57-program-for-students.html>.
6. Іванова Н. Теорія фольклору: джерела, питання поетичної аналітики, проблеми викладання [Електронний ресурс] / Н. Іванова, О. Киченко // Літературознавство. Фольклористика. Культурологія. — 2015. — Вип. 18-20. — С. 7-15. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Lfk_2015_18-20_3.
7. Кімакович І. Український фольклорний анекдот як гуманітарна цінність та гуманістичний ідеал: перспективи вивчення [Електронний ресурс] / І. Кімакович // Народознавчі зошити. — 2010. — № 1-2. — С. 273-279. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaZo_2010_1-2_35.
8. Оленина Е. О. Реклама и народное творчество: фольклор и китч в рекламе [Електронний ресурс] / Е. О. Оленина // Гуманітарний часопис. — 2013. — № 1. — С. 82-89. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gumc_2013_1_13.
9. Бріцина О.Ю. Фольклор [Електронний ресурс] // Енциклопедія історії України: Т. 10: Т-Я / Редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. НАН України. Інститут історії України. — К.: Наукова думка, 2013. — 688 с. — Режим доступу: <http://www.history.org.ua/?termin=Folklor>.
10. Неклюдов С. FAQ: Постфольклор [Електронний ресурс] / Сергей Неклюдов. — Режим доступу: <https://postnauka.ru/faq/11073>.
11. Бережний В. А. Анекдот у сучасному гуманітарному дискурсі [Електронний ресурс] / В. А. Бережний // Наукові записки Бердянського державного педагогічного

- університету. Сер. : Філологічні науки. — 2016. — Вип. 9. — С. 183-193. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nzbdpufn_2016_9_26.
12. Бережной В. А. Интернет-мем и анекдот: к постановке проблемы / В. А. Бережной // Вісник Запорізького національного університету. Філологічні науки. — 2014. — № 1. — С. 135-144. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vznu_fi_2014_1_20.
 13. Докінз Р. Егоїстичний ген / Річард Докінз. — Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2017. — 544 с.
 14. Меме [Електронний ресурс] // Oxford Dictionaries. — Режим доступу: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/meme>.
 15. МАФ [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://web.archive.org/web/20170806135425/http://www.shagi.ranepa.ru:80/maf/ab_out/.
 16. Архипова А. Год в анекдотах [Електронний ресурс] / Александра Архипова // Полит.ру. — Режим доступу: <http://polit.ru/article/2015/04/01/jokes>.
 17. Know Your Meme [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://knowyourmeme.com>.
 18. Мемотека [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://memepedia.ru/memoteka>.
 19. Категория: Мемы [Електронний ресурс] // Луркоморье. — Режим доступу: <http://lurkmore.to/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F:%D0%9C%D0%B5%D0%BC%D1%8B>.
 20. Давай по новой, Миша [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://memepedia.ru/davaj-po-novoj-misha-vsyo-xujnya>.
 21. Год в поиске [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://trends.google.ru/trends/yis/2017/GLOBAL>.
 22. Сайт новостного издания Куля News // Студия Вольтер [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.volter.org/sajt-novostnogo-izdaniya-kulya-news.html>.
 23. Карикатура дня [Електронний ресурс] // Радио Свобода. — Режим доступу: <https://www.svoboda.org/z/16979>.
 24. Мізантроп // Словник української мови: в 11 т. Т. 4, — К.: Наукова думка, 1973. — С. 730.
 25. Кто буде останній виїжджати по безвізу, виключіть в Чопі світло [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.facebook.com/onpmrestored/posts/621765328015365>.
 26. Сидоренко С. Без віз, та не без правил: як працюватиме на практиці безвізовий режим з Євросоюзом / Сергій Сидоренко // Європейська правда [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.eurointegration.com.ua/articles/2017/04/6/7064150>.
 27. Кто буде останній виїжджати по безвізу, виключіть в Чопі світло [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1145053415571983&id=842621772481817.
 28. Кто буде останній виїжджати по безвізу — вимкніть світло в Чопі [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://twitter.com/ua_frame/status/799281084513058816.
 29. Между нами тает лед. Десять отличных пародий и каверов на хит «Грибов» [Електронний ресурс] // Meduza. — Режим доступу: <https://meduza.io/slides/mezhdu-nami-taet-led>.
 30. Архипова А. Фольклор «на лабутенах». Как «лабутены» из песни Шнура «Экспонат» зашагали по сети и по жизни [Електронний ресурс] / Александра Архипова, Мария Волкова, Данила Рыговский // COLTA.RU. — Режим доступу: <http://www.colta.ru/articles/society/10975>.
 31. Гусь [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.facebook.com/thegooseishere>.
 32. Mediacomics [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.facebook.com/mediacomics>.

33. Процишин Богдан [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.facebook.com/terytoria>.
34. Файні меми про українську літературу [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://t.me/fmupl>.
35. Як під мікроскопом. Facebook та Google знають про нас набагато більше, ніж ми можемо уявити [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://texty.org.ua/pg/article/editorial/read/84792/Jak_pid_mikroskopom_facebook_ta_google_znajut.

Цель медиаобразования — научить критическому восприятию любых медиатекстов. Для этого разработаны многочисленные инструменты анализа. Бесспорно, медиаграмотные люди должны серьезно относиться к информации, которую потребляют, производят и распространяют. Народное творчество называют фольклором. Коллективно создаваемые тексты (в широком смысле слова) играли значительную роль в любой культуре с древнейших времен, ошибкой будет принижать значение подобных феноменов сегодня. Статья посвящена определению современного фольклора, прояснению состояния изученности и поискам места в поле медиаграмотности.

Ключевые слова: медиаобразование, медиаграмотность, фольклор, Постфольклор, интернетлор, смеховая культура, критическое мышление, мэм, пропаганда

The goal of Media Education is to teach the critical perception of any media texts, which is achieved by providing explanations and numerous analysis tools. Specifically, media literate people should take seriously the information which they consume, produce, and share.

Common folk art is called folklore. Collectively created texts (in the broadest sense) played a major role in any culture since ancient times. It is a mistake to underestimate the value of such phenomena in the present day.

The article is devoted to the definition of the modern folklore, the state of its study and finding its place in the field of media literacy.

Key words: media education, media literacy, folklore, post-folklore, internetlore, laughter culture, critical thinking, meme, propaganda

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В КРАЇНАХ ЕС: ВИЗНАЧЕННЯ, ПРОБЛЕМИ, РІШЕННЯ

У статті висвітлюється відмінність у розумінні медіа грамотності європейських країн: України та країн ЕС. Також наводяться приклади та порівняння відношення громадян європейських країн до проросійських меседжів.

Ключові слова: *медіаграмотність, критичне мислення, перевірка інформації, країни ЕС, Європа, інформаційна війна, пропаганда, фейки, пост правда, компетенції, демократія, свобода слова.*

Останні роки, особливо в Україні, суспільство опинилося під масовим інформаційним тиском. Гостро постала необхідність покращення навичок критичного мислення, вміння не потрапляти під маніпуляцію, пропаганду, виявляти фейки та пост правду. Вміти знаходити потрібну інформацію, відкидаючи інформаційне сміття. Медіаграмотність прирівнялася до базових компетенцій людини. До таких компетенцій як вміння читати і писати.

Саме в 2014 році **Україна** й українці стикнулися з тим, що виявилися неготовими протистояти інформаційній війні, розв'язаній північно - східним сусідом, внаслідок чого Україна понесла великі фізичні втрати, відбулася анексія Криму, частка території України захоплена проросійськими бойовиками.

Водночас, агресивна російська риторика та намагання вплинути на громадян через ЗМІ, релігійні організації [15] остаточно підштовхнуло українське суспільство у бік Європи. Проте, плани європейського розвитку країни ще в 2010 році були передбачені законом. У статті 11 Закону України «Про засади внутрішньої і зовнішньої політики» (№ 2411-VI від 1 липня 2010 року) йдеться про забезпечення інтеграції України в Європейський політичний, економічний, правовий простір з метою набуття членства в ЕС [12].

Чітке розуміння інформаційних небезпек важливе не тільки для України, а й для країн ЕС. За короткий термін ми опинилися свідками багатьох впливів, навіть, на геополітичні процеси. Зокрема, BREXIT, виборча кампанія Дональда Трампа, постійні скандали в Європі, пов'язані з виборами, тощо.

Крім проросійської пропаганди зростає кількість і кібератак на Європейські урядові організації.

Водночас, варто пам'ятати, що кожна країна має свої традиції, менталітет. Так само, кожна країна по своєму розуміє визначення медіаграмотності. Це також впливає на міжкультурний діалог і взаємний досвід.

Сьогодні в Україні велика увага приділяється просвітним заходам, ціллю яких є поширення у суспільстві навичок з медіа грамотності. Значна увага приділяється вмінням перевірки, верифікації інформації, контенту, медіамеседжів. Провідними медійними організаціями проводяться тренінги, семінари, круглі столи тощо, як для

фахівців так і для громадськості. Також важливий акцент приділяється навичкам критичного мислення і вмінню створювати медіа повідомлення.

Термін «Медіаграмотність» в Україні визначається [13], як «сукупність знань, навичок та умінь, які дозволяють людям аналізувати, критично оцінювати і створювати повідомлення різних жанрів і форм для різних типів медіа, розуміти й аналізувати процеси функціонування медіа в суспільстві, та їхній вплив».

У 2018-2019 роках, згідно з початком масового впровадження освітньої реформи Нової Української Школи (НУШ), одна із ключових компетенцій учня є інформаційна і медіа грамотність [10]. До цього часу предмет «Медіаграмотність» був лише як факультатив чи додаткові заняття у шкільній, позашкільній чи вищій школі.

Порівнюючи розуміння медіа грамотності серед країн ЄС, бачимо деяку різницю у відношеннях громадян, зокрема через залежність від традицій країни чи історичних дружніх стосунків.

Така країна як **Німеччина** є високорозвиненою демократичною країною до поняття медіаграмотності підходить трохи інакше.

В розумінні німців, Медіаграмотність (медіакомпетентність) - це вміння використовувати медіа та його вміст у спосіб, який відповідає власним цілям та потребам [11].

Бернд Шорб та Улріке Вагнер визначають три складових Медіа грамотності: знання, оцінка та дії [1].

«З одного боку знання структур, функцій та інструментальних навичок, а з іншого - здатність аналізувати та оцінювати структури, пропозиції та власні дії на основі естетичних та етично-соціальних критеріїв.

Третя складова - це участь у соціальному, культурному та політичному житті» [1].

Тобто: вміння знаходити потрібну інформацію та користуватися нею (знайти конкретну книгу в бібліотеці, знайти новини або розважальні шоу серед різних телевізійних пропозицій); бути активним громадянином та винахідником (написати листа в редакцію, вести блог, інформаційну сторінку, писати книгу, організувати заходи, флешмоби); мати критичну відстань від себе до джерела інформації (розуміння об'єктивності чи суб'єктивності інформації та ЗМІ).

Традиції і менталітет Німеччини більше спрямований на освіту, самоосвіту, начитаність нації. Результат того, є те, що громадянин через книги, громадську активність, творчість підвищує рівень свого критичного мислення. Створення дистанції і недовіра до «бульварних» ЗМІ дає свій результат: відсіювання частини фейків та пропаганди (наприклад, розповсюдження безкоштовної преси в країні сприймається німецькими громадянами критично, є розуміння спрямованості конкретного ЗМІ на конкретний прошарок суспільства Яскравим прикладом є газета «Більд», як у Німеччині зветься «бульварною», «жовтою». Її тираж 3,4 мільйони примірників, майже третина накладу розповсюджується безкоштовно [18].

В той же час розповсюдження неперевіреної інформації у «білій пресі» [17] може мати пагубні наслідки - зниження рейтингів, відвернення аудиторії навіть до закриття видання.

У таких країнах, як Франція та Німеччина, держава, як правило, не впливає на поширення медіа просвіти [9] і, зазвичай, обмежуються декількома експертами в аналітичних центрах, університетах та окремих ЗМІ.

Існує простір між ступенем російського впливу з одного боку, і станом медіа грамотності та свободи друку з іншого. Існуючі стандарти ЗМІ, вільного розповсюдження інформації не допускають навіть думки цензурування преси. Кожен сам обирає у що вірити і що читати, якщо це не загрожує іншим або безпеці держави [9].

Франція дає нам визначення медіаграмотності як процесу, що спрямований на навчання громадян «бути активним глядачем, автономним дослідником і актором Медіа» [3].

Головний штаб ЮНЕСКО знаходиться у Франції, надає іншим країнам досить потужну підтримку з медіапросвіти, але у Франції подібні навчання не відчуються. Люди не схильні ставити під сумнів пропаганду проросійських ЗМІ і не дуже з цього переймаються[2].

ЮНЕСКО вказує, що Медіаосвіта є частиною основних прав кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження і права на інформацію, і є інструментом підтримки демократії. Медіаосвіта рекомендується до впровадження в національні навчальні плани всіх держав, в систему додаткового навчання, неформальної освіти протягом усього життя [2].

«Прибалтійські держави (Латвія, Литва та Естонія) виступають на передньому краї боротьби проти ворожого російського впливу, значною мірою через географічну близькість до Росії, історичний досвід і значні російські меншини. Ці країни прийняли сильні контрзаходи проти російських впливів, часто обмежуючи російські псевдо-медіа. Вони також активно залучають свою російськомовну аудиторію до більшого чи меншого успіху» [9].

Одна з інтернет-газет (газета «DELFI»), яка виходить у Литві і доволі популярна серед російськомовного населення, має декілька версій. Газета виходить в литовському, російському й інших варіантах. При порівнянні новин у різних мовних версіях видання, виявилися помітні акценти. В литовській версії є акцент на литовському націоналізмі, в російській версії улюблені теми Росії «під соусом російської пропаганди»

<https://ru.delfi.lt/news/politics/den-pobedy-v-den-evropy-my-pomnim-kto-pobedil-v-etoj-vojne.d?id=77949285>. «День Перемоги» висвітлюється важливішим ніж День Європи, та акцентується увага на радянських традиціях. Водночас, литовська версія видання подібних акцентів не містить.

https://www.delfi.lt/news/daily/medijos-karas-propaganda/pergales-diena-vilniuje-ir-maskvoje-i-akis-krenta-keli-svarbus-skirtumai.d?id=77940821#cxrecs_s

Так само, в російській версії видання, ми не побачимо статтю з фотографією щасливої одностатевої пари. <https://www.delfi.lt/news/daily/world/graikijoje-leista-homoseksualams-globoti-vaikus.d?id=77951341>

Великобританія та Австралія.

У Великобританії визначення медіаграмотності подається як здатність використовувати, розуміти і створювати засоби масової інформації та комунікації в

різних ситуаціях"[8]. Британці є одні з перших, хто впровадив медіаграмотність в шкільну та вищу освіту.

Оксфордська енциклопедія дає наступне визначення: «Медіаграмотність» (media literacy) - процес підготовки громадсько-відповідальної медіаграмотної людини, яка буде володіти розвиненою здатністю до сприйняття, створення, аналізу, оцінці медіатекстів, до розуміння соціокультурного та політичного контексту функціонування медіа в сучасному світі, кодових і репрезентаційних систем у використовуваних медіа [7].

Австралійська організація The Australian Communications and Media Authority (АСМА) дотримується поширеного в Європі визначення терміна «медіаграмотність», маючи на увазі під нею «здатність використовувати, розуміти і створювати медіатексти» [14].

Країни з сильною традицією незалежної журналістики, з якістю і відповідальністю стандартам можуть похвалитися більшою стійкістю до російського злочинного впливу та дезінформаційних кампаній (скандинавські країни та Великобританія).

Скандинавські країни ЄС (Данія, Швеція, Фінляндія) реалізували стратегії, що підвищують загальну стійкість своїх суспільств до будь-яких непередбачених ситуацій, дезінформаційних кампаній чи інших дестабілізуючих операцій. Їх програми зосереджені на профілактиці і управлінні кризовими ситуаціями, цим займаються і уряд, і розвідка та неурядові організації.

Бельгія визнає загрозу російської дезінформації за кордоном, але не вважає це проблемою для її внутрішньої безпеки, і тому не вважає це національним пріоритетом.

В такій країні як **Словаччина**, громадянське суспільство, незалежно від держави, окремими групами веде боротьбу проти російського впливу. Проте, винесення на загальнонаціональний рівень важливості цього завдання, немає.

У Західній Європі помітно, що традиційно потужні європейські держави тільки в 2017 році почали проявляти інтерес до протидії дезінформації Росії, лише тоді, коли вони самі зазнали або передбачали втручання. Зокрема –

Франція широко ігнорувала цю загрозу до недавніх президентських виборів. Новообраний президент Еммануель Макрон зазнав втручання Росії під час своєї кампанії та його посадовця.

Уряд Нідерландів ледве відреагував, коли російська дезінформація розповсюджувала під час референдуму фейкову інформацію щодо Угоди про асоціацію з Україною.[9]

Комунікація, обмін досвідом, самоосвіта в різних сферах наразі є необхідним кроком у саморозвитку громадян. Не знаючі специфіки країни, області, сусіднього міста, їх культури або менталітету, можна легко потрапити під негативний маніпуляційний вплив. Таке неодноразово відбувалося у дезінформаційній кампанії на Сході та Заході,

Півдні України. І навіть через 4 роки війни в країні, досі є значна кількість людей, які продовжують жити стереотипами, маніпулятивними меседжами, чутками від лідерів думок, від ненадійних ЗМІ тощо.

Для зменшення руйнівних впливів на суспільство з боку Росії, вкрай необхідно покращувати навчання критичному мисленню серед громадян.

Медіаосвіта продовжує бути необхідним заходом для всіх вікових груп.

Компетенція критичного мислення друга за значимістю компетенція найзатребуваніших навичок 2020 року. Ця компетенція також входить в число ключових і в прогнозах на 10-15 років. Через велику кількість й легкодоступність інформації зростає необхідність навичок її відбору, правильного переосмислення[19].

Поширення і обмін напрацьованого досвіду не тільки в Україні а й в інших країнах, дасть більшу стійкість протидії дестабілізуючим впливам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Broschüre - Medienkompetenz förderung für Kinder und Jugendliche 10.07.2013 <https://www.bmfsfj.de>
2. Education for the Media and the Digital Age. Vienna: UNESCO, 1999, p.273-274. Reprint in: Outlooks on Children and Media. Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001, p. 152].
3. <http://fracademic.com/dic.nsf/frwiki/565898>
4. <https://ru.delfi.lt/news/politics/den-pobedy-v-den-evropy-my-pomnim-kto-pobedil-v-etoj-vojne.d?id=77949285>
5. https://www.delfi.lt/news/daily/medijos-karas-propaganda/pergales-diena-vilniuje-ir-maskvoje-i-akis-krenta-keli-svarbus-skirtumai.d?id=77940821#cxrecs_s
6. <https://www.delfi.lt/news/daily/world/graikijoje-leista-homoseksualams-globoti-vaikus.d?id=77951341>
7. [International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Vol. 14 / Eds.N.J.Smelser & P.B.Baltes. Oxford, 2001., p.9494]
8. International Journal of Cultural Policy Media literacy: the UK's undead cultural policy Richard Wallis & David Buckingham (2016)
9. Kremlin Watch Report 16.05.2017 Overview of countermeasures by the EU28 <http://www.europeanvalues.net/>
10. Концепція Нової української школи <http://mon.gov.ua/activity/education/zagalna-serednya/ua-sch-2016/konczepczyia.html>
11. Schorb, Bernd (2005): Medienkompetenz. In: Hüther, Jürgen; Schorb, Bernd (Hg.): Grundbegriffe Medienpädagogik. 4., vollst. neu konzipierte Aufl. München: kopaed, S. 262. <https://www.tandfonline.com/>
12. <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/ua/ukraine-eu/relations>
13. Медіаосвіта і медіаграмотність: підручник — ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за наук. ред. В. В. Різуна. — К.: Центр вільної преси, 2012. — 352 с.
14. <http://www.imlrf.org/australia>
15. Палінчак, М. М. Мережа релігійних організацій в Україні: стан і перспективи розвитку / М. М. Палінчак // Науковий вісник Ужгородського Національного університету : Серія: Право / гол. ред. Ю.М. Бисага. – Ужгород : Видавничий дім "Гельветика", 2015. – Вип. 35. Ч. 1. Т. 1
16. <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2411-17>
17. <https://day.kyiv.ua/uk/article/media/yakisna-presya-poshtovh-do-modernizaciyi-krayiny>
18. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Bild>

19. <http://www.criticalthinking.expert/statti/kritichne-mislennya-na-drugomu-mistsi-najzatrebuvanishih-kompetentsij-u-2020/>

В статье подается различие в понимании медиа грамотности различных стран - Украины и стран ЕС. А также сравнение отношения стран к пророссийской пропаганде, работу в культуре медиа грамотности.

Ключевые слова: медиаграмотность, критическое мышление, проверка информации, Украина, страны ЕС, Европа, информационная война, пропаганда, фейки, пост правда, компетенции, демократия, свобода слова.

The article gives a difference in the understanding of media literacy of different countries - Ukraine and EU countries. And also a comparison of the attitude of countries to the Russian propaganda, work in the culture media literacy.

Key words: Media literacy, critical thinking, verification, Ukraine, EU countries, Europe, information war, propaganda, fakes, post truth, competence, democracy, freedom of speech.

МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ДОШКІЛЬНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ ТА ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ

Дегтярьова Галина,
Комунальний вищий навчальний заклад
«Харківська академія неперервної освіти»,
завідувач кафедри методики навчання мов і
літератури, доктор педагогічних наук

Голощاپова Валерія,
Комунальний заклад «Харківський санаторний
навчально-виховний комплекс № 13 Харківської
обласної ради», учитель початкових класів

ФОТОГРАФІЯ НА УРОКАХ У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ

У статті розглянуто особливості роботи в початковій школі з фотографією як одним із видів мистецтва і медіакультури, наведено послідовність знайомства молодших школярів на різних уроках із фотографією, наведено приклади ігрових завдань та медіаосвітніх ігор, які доречно використовувати при роботі зі світлинами, а також приклади роботи з фотографією на уроках.

Ключові слова: молодші школярі, фотографія (світлина), медіатекст, інтерпретація, декодування, аналіз, оцінювання, твір медіакультури.

Процес отримання й аналізу інформації є невід'ємною складовою нашого життя в медіапросторі. Уже на ранніх етапах свого життя дитина постійно змушена сприймати інформацію – образи відображеного світу. Стає зрозумілим, що якість інформації, яка надходить ззовні, має дуже важливе значення, бо саме вона й формує майбутню особистість. Сьогодні всім зрозуміло, що величезну роль у формуванні та становленні особистості молодших школярів відіграють кіно, телебачення, комп'ютерно-опосередковане спілкування, Інтернет, мобільна телефонія, комп'ютерні ігри. І щоб дитина не розгубилася в лавині інформації, яка обрушується на неї з усіх боків від різноманітних ЗМІ, необхідно педагогам своєчасно через формування стійкої ціннісної системи підготувати її до вмілого, вдумливого спілкування із засобами мас-медіа, а головне захистити від зомбування, порожнього проведення часу та навчити безпечного користування медіаповідомленнями.

«Медіаграмотність потрібно запровадити в практику кожного вчителя», – нещодавно зазначила міністр освіти і науки України Лілія Гриневич [2], проте, на жаль, учителям початкових класів не вистачає знань у галузі медіаосвіти. Зміни, викликані впровадженням Концепції нової української школи, знайшли відображення в новому Державному стандарті початкової загальної освіти: наразі в нього включено навички

медіаграмотності. Це є підтвердженням того, що на сучасному етапі в Україні розпочався процес впровадження медіаосвіти на державному рівні.

Молодший шкільний вік – це початок усвідомленого сприйняття світу і закладення підвалин формування медіакультури та медіаграмотності. Цьому сприятиме розвиток критичного мислення, що є однією із ключових складових урядової реформи «Нова українська школа». Крім того, «формування медіакультури передбачає розвиток смаків, інтересів і потреб дітей у галузі кіно, телебачення, відео, фотографії та інших медіатекстів» [1, 2]. Завдяки результатам проекту «Цифрове майбутнє», що був започаткований у 2011 році Фондом «Fundacja Nowoczesna Polska» («Сучасна Польща») і який спрямований на створення всеохоплюючої системи навчання медіа- та інформаційної грамотності, у «Каталозі навичок медіа- та інформаційної грамотності» [4] був ретельно прописаний мінімальний рівень навичок учнів початкової школи, необхідних для ефективного використання медіа та взаємодії з ними.

Так, учні після завершення навчання в початковій школі повинні *мати уявлення* про історію розвитку фотомистецтва, про жанри (предметна, сюжетна) та види (пейзаж, портрет, жанровий знімок) фотографії, про предметне фото, про фоторепортаж; *розуміти* поняття плану, сюжету, освітлення, ракурсу, структуру кадру, різницю між фотозвітом та фоторепортажем; *визначати* види фотографії (чорно-біла, кольорова), різницю між реальністю та її відображенням на фотографії; *уміти* порівнювати світлини в межах їх жанрової приналежності; визначати професії, пов'язані з фотомистецтвом, застосовувати набуті знання; *знайомитися* з творами відомих фотомитців; *уміти* декодувати медіаповідомлення, створені за допомогою фотографії, відрізнити сімейні фотографії від фотографій, розміщених у газетах, журналах, книгах; *характеризувати* статичні візуальні образи; *пояснювати* вплив медіаповідомлень, створених за допомогою фотографії; *створювати* фотовиставку за певною тематикою, фоторепортаж про людину, *дотримуватися правил* етичності та естетичності при її створенні, а також *правил* поведінки на виставці.

Ми переконані, що молодших школярів потрібно починати знайомити зі світом медіа, починаючи з простих медіа, наприклад, фотографії.

Питанням методики і технології інтеграції медіаосвіти в навчальний процес закладів загальної середньої освіти присвятили свої праці Л. Баженова, О. Волошенко, Л. Зазнобіна, В. Іванов, І. Сібгатулліна, О. Федоров, Л. Хамрілова, І. Челишева та інші науковці.

Мета статті – розглянути, як відбувається знайомство учнів початкової школи на різних уроках із фотографією як одним із видів мистецтва і медіакультури.

Існує думка, що порівняно з кіно фото є більш простим художнім твором, оскільки є лише одним кадром застиглої миті дійсності, у той час як фільм – великий просторово-часовий твір, що складається з тисячі таких кадрів. Проте це не так, оскільки фотографія відображає світ у безлічі знімків, із якими дитина зустрічається в книгах, газетах, журналах. У неї виникають питання, які бувають фотографії, чим різняться фотографія і картина та як дізнатися, де документальні знімки, а де художні, постановочні або фейкові фото, про що нам може розповісти фото?..

Фотографія, як і будь-який медіатекст, може належати до різних видів текстів: бути художньою або документальною. Залежно від цього змінюються критерії її аналізу та оцінки. Разом із тим художню фотографію можна аналізувати за законами художнього тексту: можна говорити про простір, композицію, образи, жанри (портрет, пейзаж, натюрморт, жанровий знімок, «фрагмент»), ритм, колір, стиль і т. ін., оскільки тут виявляється близькість фотографії до образотворчого мистецтва і до екранних мистецтв.

Молодші школярі найчастіше ставляться до фотографії як до картинки. Найменше в них розвинене розуміння того, що це особливе мистецтво. Для них фотографія є такою же простою, як і картинка, але менш цікавою, ніж фільм, де є рух, розвиток дії. Тому треба розширити уявлення учнів в цій царині, навчити сприймати

фотографію як витвір мистецтва, дати їм можливість познайомитися зі справді художніми знімками, показати їх відмінність від звичайних знімків, а також показати, чим відрізняється відображення навколишнього світу на фото та картинах, дати учням необхідні знання для аналізу світлин і вдосконалення сприйняття фотозображення, бо, найчастіше учні початкових класів, побачивши світлинку, висловлюють такі судження стосовно неї: «красиво – некрасиво», а щодо фотографій самого учня або його друзів і рідних кажуть: «схожий – не схожий».

На першому етапі знайомства дітей із мистецтвом фотографії, треба навчити їх просто розглядати фото. Як зазначає Л. Баженова, «буває важко утримати увагу дитини: після першого ж погляду на фотографію, діти перестають нею цікавитися, і на питання: «Розкажи про ту фотографію, яку тобі дали. Що на ній зображено?» односкладно відповідають: «будинок», «ліс», «дівчина», «квіти» і т. ін.» [1, 22]. Уважне ставлення до конкретної фотографії дасть можливість зрозуміти значення кожного з її фрагментів, бачити всю композицію в цілому і т. ін. Розвиток уміння передавати своє враження від побаченого, висловлювати свою думку дуже важливо для вдосконалення навичок сприйняття. У молодших класах школи не випадково існує такий вид роботи, як твір за картиною. Ми погоджуємося з думкою Л. Баженової стосовно того, що аналіз фотографії по своїй суті дуже близький до цієї роботи, адже школярам треба розповісти про зміст знімка, пофантазувати, що було до цього моменту, що буде потім, домислити долю героїв, якщо це так званий жанровий знімок або портрет.

Слід пояснити дітям, що фотографія є застиглою миттю. Знімальна камера з великою точністю фіксує об'єкти зовнішнього світу, ускладнюючи тим самим їх перетворення на носіїв емоційного змісту, однак, фотографи відшукали рішення цієї проблеми, а підтвердженням цього є те, що художня фотографія існує багато десятиліть, недарма фотографів раніше називали фотохудожниками.

Медіапедагоги вважають, що роботу з фотографією краще почати з розглядування сімейних фотографій, бо все особисто значуще спочатку сприймається дітьми більш уважно. Принісши сімейні фотографії до класу, учень буде розповідати про неї своїм однокласникам, учителю, що викличе в його однокласників інтерес до фотографії, який буде обумовлений їх знайомством з оповідачем. Учень має докладно описати все, що зображено на фотографії, пояснити, де і з якого приводу вона була зроблена, хто знімав, яке почуття вона викликає [1, 27-28].

Л. Баженова після роботи з фотографіями з сімейного альбому пропонує перейти до інших, надрукованих у журналах, газетах. Вона радить у роботі з першокласниками використовувати «жанрові» або репортажні фотографії, адже за ними стоять якісь історії, там є про що розповідати, в них є дія [1, 28].

Розгляд фотографій, фантазування з приводу їхнього змісту (хто і за яких умов був знятий, що це за людина, який її характер, чим вона займається тощо) – усе це допомагає викликати інтерес до мистецтва фотографії, показати, як багато інформації вона несе. Крім того, робота з фотографією, є підготовкою до роботи над сприйняттям кіно, яке у своїй основі також має кадр [1, 28].

Дітям доречно через гру, через практичні завдання треба поступово повідомляти спеціальні знання з галузі фотографії, зокрема познайомити з історією виникнення фотографії, її роллю в масовій комунікації, дати перші уявлення про види і жанри фотографії (пейзаж, портрет, жанровий знімок). Запропонувати тексти для різних видів читання, аудіювання, у яких розповідатиметься про відомих фотомитців України і світу. Розглядаючи і порівнюючи світлинки та картини одних і тих же тварин, птахів, ми можемо показати різницю у відображенні навколишнього світу, визначити, які засоби виразності використовують фотографи та художники (спільне і відмінне), увести поняття план, сюжет, освітлення, ракурс. Для цього існує ціла низка завдань медіаосвітньої спрямованості.

І. Челишева пропонує використовувати такі медіаосвітні ігри при роботі з фотографією: «Фотографія за вікном», «Папарацці», ігрове завдання «Кращий сюжет для

фотографії», «Портрет», «Що ми побачили в кадрі?», «Угадай жанр фотографії» та інші [4].

Так, медіаосвітня гра «Фотографія за вікном» спрямована на розвиток у молодших школярів спостережливості й уваги, а також повноцінного сприйняття аудиторії. За командою вчителя дітям пропонується подивитися у вікно кілька секунд, після чого вони повинні розповісти, що побачили. При цьому побачену за вікном картину потрібно прагнути описати словами якомога точніше, як би фотографуючи. Потім завдання ускладнюється, і дітям пропонується уявити, що все побачене за вікном – один кадр із фільму, до якого необхідно придумати початок і кінець [4, 140]. Таке завдання доречно використовувати на уроках розвитку мовлення у 3-4 класах.

Ігрове завдання «Кращий сюжет для фотографії» дозволяє в цікавій формі познайомити школярів із такими поняттями зі світу медіа, як сюжет, композиція, план, а також допомагає їм краще оволодіти своїм тілом, попрацювати над виразністю міміки і жестів, створювати цікаві образи, передаючи характерні особливості зображуваних фото героїв, сприяє розвиткові образного та критичного мислення. Учням початкової школи пропонується така ситуація: «Уявіть собі, що фотографи, які протягом тривалого часу шукають хороший сюжет, побачили дуже цікавий матеріал для своїх знімків. Пам'ятайте, що в фотографії немає руху і звуку, а характер і настрої можна передати лише за допомогою виразу міміки, жестів, пози тіла. Допоможіть фотографам побачити найцікавіші сюжети!». Таким чином, учні повинні, проявляючи вигадку і фантазію, зобразити «сюжетні фотографії». У якості основних персонажів можна вибирати не тільки людей різних професій і вікових груп (продавця, пожежного, бабусю або солідного чоловіка), звірів, птахів (кішку, зайця, півня тощо), але і неживі предмети (каструлю, мобільний телефон, планшет, комп'ютер книгу та ін.). При бажанні кілька учнів можуть створити цікаві групові композиції.

Ще один варіант цієї гри називається «Портрет». Тут перед дітьми ставиться складніше завдання – передати за допомогою міміки і жестів різний настрої, характерні особливості людини. Усі інші учасники повинні вгадати, що саме хотів передати той чи інший гравець, створюючи свій «портрет» [4, 143-144].

«Папараці» – гра, яка сприяє розвитку зорово-художньої образності, фантазії і творчої уяви, комунікативної компетенції. Як відомо, жоден репортаж або інтерв'ю в газеті та журналі не обходиться без цікавих фотографій. Якщо телебачення і кіно має справу з рухомими об'єктами, то в мистецтві фотографії всі персонажі нерухомі, тому перед фотокореспондентом стоїть важке завдання – зобразити людину таким чином, щоб фотографія відображала її характер, внутрішній світ, захоплення або пристрасті. Фотографія в газетах і журналах має величезне значення, так як із її допомогою читач може не тільки отримати будь-яку інформацію, але і переконатися в її достовірності за допомогою фотознімків. Фотоапарат або можливість фотозйомки в мобільному телефоні або планшеті дають можливість самому стати творцем, сконцентрувати увагу на будь-яких предметах і значущих для себе людей.

Учням необхідно, використовуючи фотографії з сімейного або класного фотоальбому, придумати невеликі репортажі або сюжети таким чином, щоб фотознімки і підготовлені сюжети якнайкраще відповідали один одному. Потім можна дещо ускладнити завдання, запропонувавши дітям ілюстрації з газет і журналів для написання коротких статей, що підходять до цих ілюстрацій за змістом [4, 144].

«Що ми побачили в кадрі?» – це завдання, яке розвиває спостережливість, увагу, фантазію і медіасприйняття, вимагає нескладної попередньої підготовки. Для його виконання потрібно взяти кілька невеликих аркушів цупкого паперу і вирізати в кожному з них «віконечка» таким чином, щоб вийшла рамка. Коли рамки для кожного учасника вправи будуть готові, можна запропонувати подивитися на свою кімнату через «чарівні віконця»: «Уявіть, що разом з вами у «віконечко» дивляться глядачі. Покажіть їм те, що вам найбільше подобається навколо вас, і розкажіть про це». Таку вправу доречно використовувати коли ми вчимо учнів описувати інтер'єр. При виконанні цього

завдання виявляється, що діти знаходять багато цікавого у своїй звичайній обстановці. Деякі з них визнають, що звернули увагу на багато предметів тільки тоді, коли пильно вдивилися в них через «чарівні віконця».

Ще один варіант цього завдання – дитині пропонується викласти побачене у формі кадрів для майбутнього фільму, придумати для нього цікаве продовження і т. ін. [4, 148].

Завдання «Угадай жанр фотографії» знайомить із жанровою специфікою фотографічного мистецтва. Для його виконання знадобляться декілька фотознімків наукового (наприклад, фотознімок із зображенням пристрою складного технічного приладу), хронікально-документального (скажімо, проведення спортивних змагань) і художнього жанрів (любительські знімки). Шляхом порівняння фотографій школярі доходять висновку, що залежно від жанру знімки можуть істотно відрізнятися один від одного [4, 149].

Важливо навчити молодших школярів здійснювати оцінку творів медіакультури. Цей процес, як вважають Г. Бакулев, Б. Бейер, О. Бондаренко, Ю. Лотман, Л. Мастерман, О. Федоров, І. Челишева, Є. Черкашин, О. Шариков, складається з послідовних етапів, які передбачають інтерпретацію, декодування, аналіз і оцінювання медіатексту в цілому і його окремих складових в соціокультурному, духовно-моральному та інших контекстах, трансформує процес вивчення твору медіакультури на процес спілкування з ним як із живим співрозмовником.

Починати треба з інтерпретації твору медіакультури, під час якої відбувається процес перекладу повідомлення, вираженого в мові медіа (у нашому випадку – фото) на мову індивіда, який його сприймає. Для цього ми маємо зробити спробу інтерпретації авторської точки зору з позиції згоди або незгоди з нею; оцінки соціальної значущості твору; трактування назви медіатексту як образного узагальнення. Далі ми переходимо до наступного етапу дослідження медіатексту – його декодування, яке починається з постановки питань про сам медіатекст, його творців, його мету тощо. Саме «розумінню» медіатексту з акцентом на розвиток критичного мислення щодо нього необхідно надати основне значення. Після цього відбувається процес аналізу медіатексту, який будується шляхом співтворчості – глядач «добудовує» твір. Усі ці дії відкривають перед тим, хто намагається зрозуміти медіатекст, неповторний світ, у якому зашифровані задуми та ідеї його авторів.

При цьому важливо, щоб під час аналізу зберігалася цілісність сприйняття й оцінки медіатворів. Ю. Усов відзначає, що це можливо в разі розв'язання педагогом і учнями низки завдань, зокрема:

1. Детальний аналіз кожної частини твору медіакультури і розгляд художньої закономірності твору як єдиного цілого.
2. Виявлення логіки розвитку авторської думки (центральної ідеї).
3. Розбір авторської концепції [3, 104-105].

Розв'язання цих завдань дозволяє дітям висловити власне оцінне ставлення до медіатекстів, що розглядалися, краще зрозуміти задум авторів, співвіднести їхню позицію з власними світоглядними установками і т. ін.

Наведемо приклад роботи з фотографією на уроці з основ здоров'я у 4 класі за темою «Здоров'я в русі».

Спочатку вчитель ставить запитання учням, у які ігри вони люблять гратися? Після цього він пропонує дітям уважно роздивитися фотографії скульптур із металу, поданих на слайдах (рис. 1). Якщо така можливість відсутня, світлини треба роздрукувати на А4 форматі та розмістити на дошці.

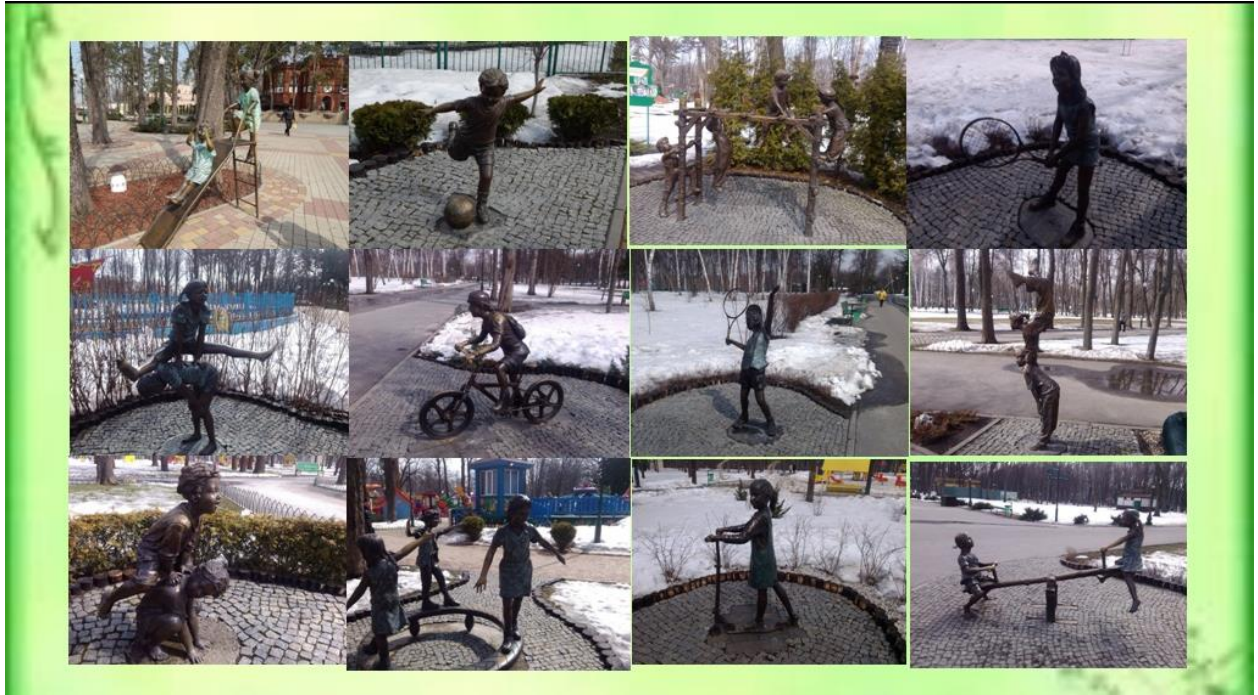


Рис. 1. Фотографії скульптур із металу

Після того, як учні уважно роздивляться світлини, їм ставляться такі запитання:
 - Що об'єднує ці зображення? (Матеріал. На фото – скульптури, зроблені з металу. Місце. Усі вони знаходяться в Харкові в парку культури та відпочинку імені М. Горького. Діти – головні герої усіх скульптур.)

- Чи бували ви у цьому парку?
- А хто бачив ці скульптури?
- Чи подобаються вони вам?
- Чим вони приваблюють вас?

Далі вчитель пропонує дітям здійснити віртуальну мандрівку до найулюбленішого місця відпочинку харків'ян – парку культури та відпочинку імені М. Горького. Для цього педагог використовує GoogleMaps, за допомогою яких показує карту цього парку, а також місця розташування сфотографованих скульптур, після чого зазначає, що у своїх відповідях школярі сказали, що всі ці скульптури об'єднує те, що головними героями усіх скульптурних композицій є діти. Далі продовжується бесіда й учні намагаються дати відповіді на наступні запитання:

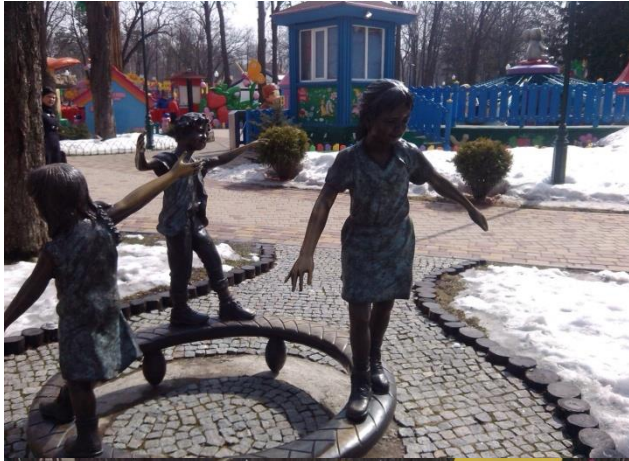
- Чому головними героями всіх скульптурних композицій є діти? (Бо парк створений для дітей.)
- Що роблять діти? (Граються, займаються спортом.)
- Про що ми можемо дізнатися з цих фотографій? (У які ігри грають діти.)
- Назвіть, які рухливі ігри відображено в скульптурних композиціях, зображених на фото? Поясніть правила цих ігор.
- Чи любите ви гратися? Яка із зображених ігор є вашою улюбленою і чому?
- Чи займаєтесь спортом?
- У які спортивні ігри грають діти на цих світлинах?
- Завдання. Об'єднайтеся у 2 групи та розподіліть фотографії таким чином: 1 група обирає фотографії, де зображено рухливі ігри, 2 група – спортивні. Та група, яка перша правильно вибере світлини переможе.

Саме так має виглядати правильна відповідь:

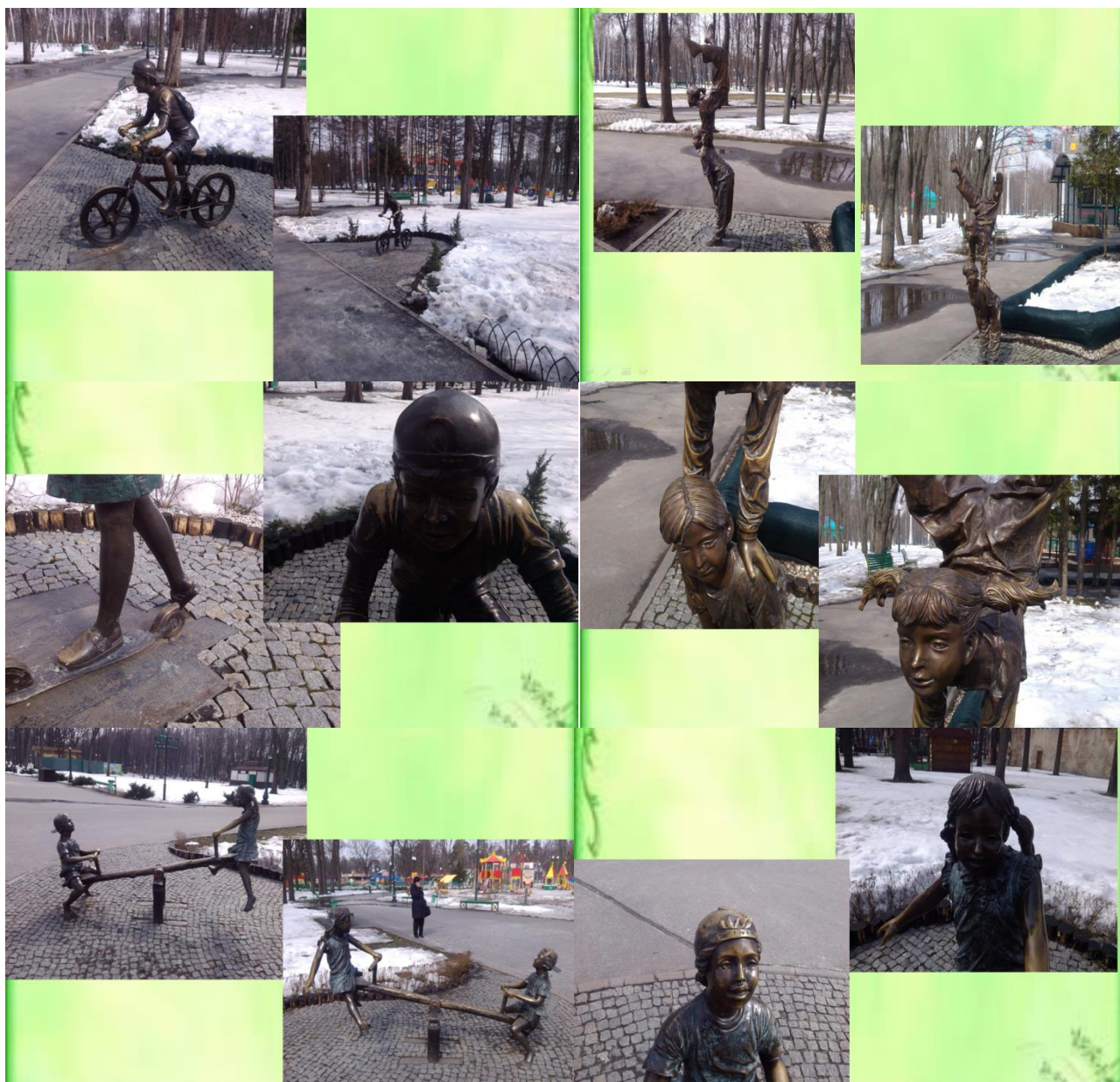
Рухливі ігри

Спортивні ігри





- Спробуйте визначити план і ракурс, із якого зроблені фото (гра «Де стояв фотограф?»).
- Для чого фотограф вибрав крупний план? (Щоб краще передати емоції героїв, фактуру матеріалу, із якого зроблена скульптура.)
- Чого досяг фотограф за допомогою ракурсу?



- На яких світлинах фотограф вибрав невдалий ракурс і чому? (На 2-й фотографії дівчинка виглядає голомозою.)












- Оберіть із усіх фотографій ту, яка вам найбільше сподобалася. Поясніть чому?
- Придумайте назву до цієї фотографії.
- Виберіть найкращу назву.
- Поясніть, чому так важливо сьогодні дотримуватися рухової активності, займатися спортом?

Виконуючи такі завдання, учні дізнаються, про що може розповісти фотографія, вчаться сприймати фотографії, визначати план, сюжет, освітлення, ракурс, структуру кадру, аналізувати світліну, характеризувати статичні візуальні образи.

Розвиткові креативного мислення та формуванню компетентності дослідника, виробленню в учнів умінь фотографувати, виставляти кадр, фіксувати за допомогою фото зміни, які відбуваються з об'єктом спостереження, аналізувати отримані результати, робити умовиводи сприяє раннє залучення учнів початкової школи до STEAM і медіаосвіти.

Щоб організувати спостереження на уроках природознавства за допомогою фото, необхідно здійснити ретельний відбір об'єктів і явищ природи та спонукати учнів до систематичного відслідковування змін, які відбуваються. Важливо, щоб дослідження предмета або явища відбувалося в цілому. Наведемо приклад, як це може відбуватися у 3-му класі, коли вивчається розділ «Живі організми та середовище існування». Учитель акцентує увагу учнів на тому, що рослини – живі організми, які потребують певних умов розвитку та вміють пристосовуватися до різних умов існування (світло, тепло, вода, родючість ґрунту). Для того щоб встановити умови, необхідні для розвитку рослин, третьокласникам пропонується виконати практичне завдання – виростити з насінини рослину. Для зацікавлення школярів, можна їм підказати, як краще спостерігати за тим, як буде проростати, наприклад, квасолина. Так, щоб краще спостерігати за процесом пророщування, треба взяти прозору коробочку від CD, насипати в неї ґрунт, покласти в нього насінину та полити, після чого коробочку закрити і поставити вертикально на підвіконня, аби на неї потрапляло пряме сонячне проміння. Ще одну таку коробочку поставити подалі від сонця. Для того щоб дослідження було достовірним, запропонувати учням двічі на добу (вранці і ввечері) фотографувати об'єкти дослідження і фіксувати в таблиці зміни, що відбуваються з ними, розміщуючи зроблені фото, а також дати (табл. 1).

Спостереження за вирощуванням квасолі

Дата	Об'єкт № 1 (на сонці)	Об'єкт № 2 (затемнене приміщення)
10 березня	Посадка 	Посадка 
11 березня		
...	Набухання квасоліни 	
		Набухання квасоліни 
	Прокльовування квасоліни 	
		Прокльовування квасоліни 
	Поява корінців 	
		Поява корінців 
	Поява першого листочка 	
	тощо	

Важливо, щоб діти розуміли, що рослина як жива істота потребує турботи. Від цього залежить, як швидко вона проросте. Проте цього недостатньо: на розвиток

рослини впливають і умови, у яких вона розвивається. Після того, як квасолина виросте, учень аналізує отримані дані, інтерпретує їх, розкриває абстрактні властивості об'єкта спостереження (у нашому випадку квасолини) і встановлює взаємозв'язок причино-наслідкових зв'язків і відношень: вирощування рослини з умовами, у яких це відбувається. Після завершення спостереження учні підбивають підсумки, презентують його результати словесно, демонструючи заповнену таблицю, або створюють слайд-шоу, використавши зроблені ними фотографії. Це дозволяє школярам закріпити отримані уявлення і знання про об'єкт дослідження. Крім того, діти отримують можливість попрактикуватися у фотографуванні об'єктів за допомогою фотоапарата або мобільного телефона, обираючи потрібний ракурс, план, освітлення тощо. Як показує досвід, так вирощувати рослини цікавіше, аніж просто закинути насінину в землю, поставити на підвіконня, поливати її та чекати на зміни.

Отже, знайомство з фотографією та її вивчення відбувається на основі чотирьох видів діяльності, які покладені в основу медіаосвіти: сприйняття твору, його аналіз, усвідомлення знань, які можуть допомогти в удосконаленні сприйняття, власна творча і дослідницька діяльність дітей, що сприяють розширенню уявлення учнів про світ медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баженова Л.М. Медиаобразование школьника (1-4 классы) / Л.М. Баженова. – Пособие для учителя. – М. : Изд-во Российской академии образования, 2004. – 55 с.
2. Медіаграмотність потрібно запровадити в практику кожного вчителя. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/mediagramotnist_potribno_zaprovaditi_v_praktiku_kozhnogo_vchitelya_liliya_grinevich/. – 17.04.2018.
3. Усов Ю.Н. Методика использования киноискусства в идейно-эстетическом воспитании учащихся 8-10 классов / Ю.Н. Усов. – Таллин, 1980. – 125 с.
4. Цифровое будущее. Каталог навыков медиа- и информационной грамотности. – Москва, Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества (МЦБС), 2013. – 68 с.
5. Чельшева И.В. Методика и технология медиаобразования в школе и вузе / И.В. Чельшева / под ред. А.В. Федорова. – Таганрог : Изд. центр Таганрог. гос. пед. ин-та, 2009. – 320 с.

В статье Дегтяревой Г., Голощановой В. «Фотография на уроках в начальной школе» рассмотрены особенности работы в начальной школе с фотографией как одним из видов искусства и медиакультуры, приведена последовательность знакомства младших школьников на различных уроках с фотографией и примеры игровых заданий и медиаобразовательных игр, которые уместно использовать при работе с ней, а также примеры работы с фотографией на уроках.

Ключевые слова: начальная школа, младшие школьники, фотография (фото), медиатекст, интерпретация, декодирование, анализ, оценка, произведение медиакультуры.

In the article Degtyaryova G., Goloshchapova V. «Photograph at the lessons in primary school» were considered the peculiarities of work in primary school with a photo as one of kinds of art and media culture, the resulted sequence of acquaintance of primary schoolchildren on various lessons with a photo, examples of game tasks and media educational games were resulted, which are appropriate to use when working with photography, given examples of working with photography at the lessons.

Key words: primary school, primary school children, photography (photo), media text, interpretation, decoding, analysis, evaluation, product of media culture.

Іванова Інна
Заступниця директора з навчально-виховної роботи
Першотравенської загальноосвітньої школи I-III ступенів №2,
співавторка програми «Я у медіапросторі»,
викладачка курсів «Я у медіапросторі», «Сходинки до медіаграмотності»

МЕДІАПРОСТІР МОЛОДШОГО ШКОЛЯРА або ЧОМУ ЛАЙК В СОЦМЕРЕЖІ ДОРОЖЧИЙ ЗА МАМИН ПОЦІЛУНОК

Якщо ви в поважній компанії хочете завести розумну розмову, то поговоріть про «неправильних» сучасних дітей. Розкажіть про їх залежність від гаджетів, небажання читати книжки, зацикленість на комп'ютерних іграх, занурення у віртуальне життя, невміння організувати активне дозвілля. Обов'язково акцентуйте увагу на фразі «Ось я в їх роки...». Закінчіть розмову звинуваченням інтернетпростору (брудний смітник!), соціальних мереж (насилено затягують дитину!), груп типу «Синій кит» (через них діти страждають!), жорстоких або розбещувальних фільмів (це ж діти таке не повинні дивитися!) і – головне!!! – скажіть декілька докірливих слів про вчителів, які не вберегли дітей від всього вище перерахованого жахіття. Це буде гарним фіналом розмови, бо треба ж знайти винуватця у тому, що молодь зростає «якась не така».

А поки відбуваються подібні розмови, я погортаю сторінки уявного, віртуального дитячого записничка. Такого собі блокнотика, до якого наші вихованці могли б занести свої думки, сподівання, переживання у відповідь на оті, що вище, дорослі страждання.

Читаймо разом?

«Я поки що у мами в животику. Але зовсім скоро вона візьме мене на ручки і притисне до серця. Чекаю цього знайомства, бо поки не можу зрозуміти, яка моя матуся. Вона все більше з друзями спілкується – по телефону, у інтернеті – а я чекаю казочку або пісеньку. Мамо, поговори зі мною!»

«У мене найкращі у світі батьки! Вони так чекали на мене! І ось нарешті ми разом. Їм для мене нічого не шкода. Якщо я плачу, татко дає свій телефон з музикою. Якщо я не хочу їсти, мама включає ноутбук з мультиками. Якщо на прогулянці я вередую, мені обов'язково дадуть планшет. Цей світ такий цікавий, бо в ньому скільки гаджетів!»

«Вдень я ходжу до садочка, а потім поспішаю додому. Бо мені вже купили власного планшета. Я можу сам вмикати улюблені мультики або шукати їх в інтернеті. Читати я ще не вмю, але впізнаю їх за малюнками. Маю вже крутих друзів. Вони мене всьому навчають!»

«Я – дорослий! Бо вже навчаюсь в школі. Ми з однокласниками приносимо свої телефони і на перервах граємо в класні ігри. А на уроці не можна – вчителька не дозволяє. Тому я з нетерпінням чекаю перерви. Дома батьки вимагають, щоб я читав, вчив таблички, вирішував задачі. Але ж це нецікаво! Вони мене сварять, а коли хочуть покарати – забирають телефон».

«Світ прикольний! Стільки всього крутого! Можна в інеті подивитися, як руфери підкорюють найвищі дахи та вежі Києва. Оце романтика! Можна переглянути неймовірні селфі – на високих стовпах (позначка «Небезпечно»? Ну то й що!), на опорах найвищого мосту, в автомобілі на швидкості, з дикою твариною. А це мій улюблений блог – зачепери застрибують на дахи швидкісних потягів. А чого це я тільки переглядаю?»

Можна ж і самому спробувати! Я викладу потім на своїй сторінці фото та відео, назбираю купу лайків і всі нарешті дізнаються, який я крутий!!!»

«З'явилася проблемка. Як вчинити? Окей, гугл! Допоможи мені!»

«З предками непорозуміння. Весь час щось від мене хочуть. Не дають жити своїм життям. Мама плаче, каже, що скільки років віддала моєму вихованню. Стоп! Всі ці роки в радісні та важкі хвилини мого життя поряд зі мною завжди був ВІН – телефон з інтернетом. Вибач, мамо. Я з НИМ, я ЙОГО не кину, не зраджу. ВІН – мій друг, мій порадник, моя родина».

У цьому записничку ще багато заміток. Зупинимось. Мабуть зараз час всім батькам згуртуватися і накинутися на мене: «Брехня! Зрада! Ми не такі! Ми з народження спілкуємося з дитиною. Багато розмовляємо, разом пізнаємо світ, досліджуємо невідоме. Разом читаємо книжки, переглядаємо мультики та фільми, знайомимося з газетами та журналами. Разом аналізуємо рекламу, щоб малеча не потрапила до її пастки, вчимо орієнтуватися в нескінченному потоці інформації. Ми контролюємо власний медіапростір, щоб сформувати якісний медіапростір дітей. Так, в житті нашої дитини є гаджети, але ніколи, ви чуєте – НІКОЛИ!, вони не замінюють живого спілкування!!!»

Я радію, що батьки саме такі. А оті, з дитячого записничка – вигадка, їх не існує. І це дуже добре.

Залишилось тільки з'ясувати: звідки ж скільки гаджето- та інтернетозалежних дітей? Коли вони переселилися з реального до віртуального світу? Чому лайк в соцмережі для них важливіший ніж мамин поцілунок?

Пошукаємо разом відповіді на ці запитання?

P.S. Дитина до 10 років (орієнтовно) не вмє планувати власні дії, вчинки. Вона вмє тільки копіювати те, що бачить навколо себе. Дорослі формують модель дитячої поведінки. І не «правильними» розмовами, а власними вчинками.

P.S.S. Насправді, дитячий записничок – моя вигадка. Це провокація, щоб змусити дорослих ще раз замислитися про свою відповідальність за ДИТИНУ – сенс нашого життя. Можливо у свій дорослий записничок (звичайно ж, електронний!) ви зробите такі записи:

1. Говорити з дитиною (навіть ще ненародженою), щоб вона чула мій голос, інтонацію, щоб навчилась бути відкритою для спілкування, для вирішення проблем через комунікацію.

2. Обнімати і цілувати дитину, щоб зі мною їй було надійніше та затишніше, ніж зі смартфоном.

3. Разом з дитиною шукати відповіді на будь-які запитання, разом дивитися телевізор, грати в ігри (і комп'ютерні, і рухливі), читати книжки.

4. В будь-який момент ВІДКЛАСТИ СВІЙ ГАДЖЕТ, якщо хтось потребує спілкування зі мною. І тоді моя дитина зробить так само, коли почує мій (і не тільки мій) голос.

5. Жити разом з дитиною реальним повноцінним життям, щоб їй не хотілось сховатися у віртуальному, щоб мамині поцілунки були дорожчі за лайки у соцмережі.

Комінарець Тетяна,
кандидат філологічних наук, доцент,
завідувач кафедри теорії і методики дошкільної,
початкової освіти та мовних комунікацій
Комунального вищого навчального закладу
«Херсонська академія неперервної освіти»
Херсонської обласної ради

МУЛЬТИПЛІКАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТОСТІ ДОШКІЛЬНИКА

У статті проаналізовано сутність та значення анімаційного кіно у формуванні особистості дошкільника, виділено та схарактеризовано позитивний вплив і ризики застосування мультиплікації в роботі з дітьми дошкільного віку.

Ключові слова: мультиплікація, анімаційне кіно, виховання, діти дошкільного віку.

Вивчення особливостей сучасного дитинства, перспективи його розвитку нерозривно пов'язано з мінливим світом, а, відповідно, із соціокультурним простором, в якому відбувається формування особистості дитини.

Дитинство – це вкрай важлива доба в житті кожної людини. Саме в цей короткий період у свідомості дитини закладаються основні закони поведінки, і формується розуміння добра і зла. Мультфільми, головними споживачами яких в медіапросторі є діти, можуть стати або ворогами, або вірними партнерами у становленні особистості дошкільника.

Мультиплікація (з лат. *multiplicatio* – розмноження, збільшення, зростання) або анімація (з лат. *anima* – душа і похідного фр. *animation* – оживлення) – вид кіномистецтва, твори якого створюються шляхом зйомки послідовних фаз руху намальованих (графічна мультиплікація) або об'ємних (об'ємна мультиплікація) об'єктів. Ці твори називають анімаційними або мультиплікаційними фільмами (мультфільмами). Перші мальовані фільми були випущені в 1908 у Франції, об'ємні – в 1911 у Росії [9, с. 826].

Анімацією називається штучне уявлення руху в кіно, на телебаченні або в комп'ютерній графіці шляхом відображення послідовності малюнків або кадрів з частотою, при якій забезпечується цілісне зорове сприйняття образів. Анімація, на відміну від відео, що використовує безперервний рух, використовує безліч незалежних малюнків.

Ця ілюзія засновується на здатності сітківки ока утримувати зображення протягом деякого часу, поки на нього не накладається наступне. Персонаж починає рухатися, він оживає, і глядачі йому співчувають. Тому фільми називають анімаційними.

Мультиплікація є одним з елементів системи соціалізації, розвитку комунікативної компетентності дитини поряд з такими визначними складовими, як особистий приклад батьків, гра з однолітками, виховна бесіда, творчість, казкотерапія тощо. Всі ці елементи, як і мультиплікація, забезпечують формування соціокультурної ідентичності дитини, розвиток ціннісної орієнтації, однак проблема полягає в тому, що перегляд мультиплікації, яка не визначає тієї чи іншої мистецької і національної системи, може порушити формування дитини як представника певної культури.

Сутність мультиплікації та деякі психологічні особливості мультфільмів досліджувалися у працях таких вітчизняних та зарубіжних дослідників, як К. М. Капельгородська, Б. М. Крижанівський, О. Б. Шупик, М. Башова, М. Аромашталі, Х. Бі та інші. Психологічні особливості сприйняття дітьми кіно і телевізійної продукції аналізуються у працях Л. Баженової, Є. Захарової, Б. Степанцева та інших.

Мета статті – визначити значущість анімаційного кіно у формуванні особистості дошкільника, окреслити його позитивний вплив і ризики.

Час появи мультфільмів точно невідомо. З давніх часів люди намагалися «оживити» малюнки. Перші згадки про анімацію (пожвавленні) датовані I століттям до н.е. На початку другого тисячоліття н.е. в Китаї з'явилися тіньові вистави. Вони дуже були схожі на майбутні мультфільми.

В середині XV століття стали з'являтися артисти, які розважали народ рухливими зображеннями, застосовуючи для цього спеціальні механізми.

В кінці XVII століття А. Кишером був придуманий «ліхтар», який показував рухоме зображення на склі [3].

Першим справжнім мультиплікатором вважають француза Еміля Рейно. Він створив апарат праксиноскоп, який складався з барабану, який крутився, системи дзеркал і ліхтаря. У 1892 році Рейно запустив своєрідний атракціон - оптичний театр. Там він демонстрував глядачам комічні сюжети тривалістю 15-20 хвилин. Це сталося за кілька років до відомої прем'єри братів Люм'єр, тобто мультиплікація стала відома французам навіть раніше, ніж кіно.

Далі розвиток мультиплікації, так само як і кінематографа, проходив у Франції. Еміль Коль – ще один яскравий режисер і художник, починав свою діяльність з акторських вистав. У 1908 році він створив перші мультиплікаційні фільми. Вони нагадували мальовані комікси, які рухалися. Еміль Коль прагнув досягти реалістичності, копіюючи справжні предмети і навіть використовував фотографію. Його спадщина для сучасних мультиплікаторів є дуже цінною.

Якщо в Європі зйомка мультфільмів проходила примітивними засобами, то в Америці з технічно було набагато краще. З'являється Уолт Дісней, який в 1929 році зняв свій перший мальований мультфільм з музичним супроводом «Танок кістяків». Дісней вважають батьком мультиплікації, його творчість була визначена 30 преміями «Оскар».

Українській анімації вже 85 років. У 1927 році були зняті перші українські мультики – «Українізація» (Київ) і «Казка про солом'яного бичка» (Одеська кіностудія). Події 30-х років, які пішли слідом за хвилиною – Друга світова війна, а потім і голод - практично знищили цю галузь мистецтва. До 1959 року на Київській кіностудії було випущено всього кілька десятків мультфільмів, серед яких «Заборонений папуга», «Тук-Тук і його товариш Жук», «Тук-Тук на городі».

У 1959 році українська анімація почала своє відродження під керівництвом художника і режисера Іполита Лазарчука на «Київнаукфільмі». Під своїм крилом він об'єднав ряд студентів, які абсолютно не мали практики та навичок в цьому вкрай специфічному ремеслі, що стали згодом відомими у всьому СРСР. Першою такою «пробою пера» стала стрічка «Пригоди Перця» (1960 рік) – про захисника природи від браконьєрів. Однією з головних робіт початківців аніматорів можна вважати мультфільм «Микита Кожум'яка» (1965 рік) режисера Ніни Василенко. Але всеоюзну популярність колектив отримав після роботи над мультфільмом «Ведмедик і той, хто в річці живе» (1966 р.). Їх нагородою стала «Золота тувелька» – перший приз на фестивалі дитячих та юнацьких фільмів у м. Готвальдов, Чехословацька РСР (нині Злін, Чехія). А ще роком пізніше з'явився перший мультфільм з серії «Як козаки ...» Володимира Дахно.

У 1977 році з'явилася одна з головних мультиплікаційних стрічок Радянського Союзу – мультсеріал «Пригоди капітана Врунгеля». Остання 13 серія мультфільму була знята в 1979 році. Пригоди відважного капітана, його помічника Лома і попутника Фукса стали першою серйозною роботою геніального режисера Давида Черкаського.

Слідом за меткою трійцею вітчизняний глядач побачив міні-мультсеріал «Лікар Айболить» (1985 р., 7 серій), а ще через три роки – вільно інтерпретовану екранізацію роману шотландського письменника Роберта Стівенсона «Острів скарбів». Пригодницький роман, повний насильства і зрад, перетворився на яскраву комедію.

Кращим визнанням цих трьох робіт Давида Черкаського можна вважати не стільки численні нагороди, скільки те, що кожен з мультфільмів був розібраний на

цитати. «Острів скарбів» входить до золотого фонду найбільш цитованих робіт радянського кінематографа – практично кожна фраза героїв і практична кожна пісня відомі вже не одному поколінню українців.

Ще одним українським генієм анімації є режисер і мультиплікатор Олександр Татарський. У 1981 році він створив впізнану двома поколіннями радянських громадян заставку програми «На добраніч, малята», і в цьому ж році – «Пластилінову ворону» [4].

У 2015 році вийшов на екрани серіал із 26 анімаційних фільмів, створений студією «Новаторфільм». Персонажі – Сашко Лірник і Кіт-воркіт – мандруючи Україною, дізнаються про певну історію, казку або легенду, пов'язану з тією чи іншою місциною. Художнім керівником проекту є Степан Коваль, автор мультфільму «Йшов трамвай дев'ятий номер».

У 2016 році з'явився перший в історії української анімації мультиплікаційний фільм в 3D «Микита Кожум'яка» режисера Манука Депояна.

Вітчизняні мультфільми завжди визначала висока художня якість та гуманізм. На українських національних традиціях ґрунтується сучасна вітчизняна анімація, що визначає її високий патріотичний рівень.

В житті кожної дитини присутні мультфільми. У буденній свідомості вони сприймаються як невід'ємний складник дитинства, засіб розважання та розвитку підростаючої особистості. З психолого-педагогічної точки зору така точка зору досить прийнятна, адже мультиплікація є особливим жанром екранних мистецтв, де аудіовізуальний ряд підлаштований саме для дитячого сприйняття: дитячі мультфільми яскраві, образні, емоційно збагачені. Саме з причини, що діти не володіють необхідним рівнем знань, і відповідно не мають життєвого досвіду, – оточуючу дійсність вони сприймають з допомогою аудіовізуальних образів та відчуттів [7, с. 10].

З-поміж усіх медіатехнологій найпопулярнішими в дошкільників, безумовно, залишається анімація... Фахівці називають декілька принципів дії механізму формування у дітей соціальних настанов і цінностей під впливом мультиплікаційних фільмів, а саме: інформування – розширення обізнаності дітей про довкілля, формування первинних уявлень про добро і зло, еталони гарної і поганої поведінки; ідентифікація – засвоєння соціальних настанов і цінностей шляхом зіставлення себе з персонажами мультфільмів; імітація – копіювання поведінки, наслідування героїв мультиплікаційних фільмів. Сюжети мультфільмів – це стандартні ситуації, з якими стикаються діти у повсякденному житті, у процесі спілкування з іншими членами суспільства. Вони демонструють соціальні норми, правила, гендерні ролі, цінності і моделі поведінки тощо. Потім сюжети відтворюються дітьми, закріплюючи образ дії в тих чи інших ситуаціях [5, с. 87].

Дуже часто щоб мати можливість перепочити, батьки саджають своїх дітей перед телевізором, комп'ютером, планшетом і включають їм мультфільми. При цьому мами і тата зовсім не замислюються, який вплив на дитяче розвиток може мати перегляд того чи іншого мультфільму. С того часу, коли батьки були дітьми багато чого змінилося в інформаційному просторі і в сюжетах мультиплікацій також. Діти декількох поколінь росли і розвивалися під впливом мультиплікаційних картин. Для одних улюбленими були: «Вінні пух», «Ну-постривай!», для інших – «Як козаки у футбол грали». Нинішні діти дивляться мультфільми, які інколи схожі на бойовики.

Особливість мультфільмів, перш за все, за рахунок ігрової складової, рухливих фантастичних персонажів, специфічної лексики, яскравих кольорів тісно співвідносяться з властивостями дитячого світосприйняття, що, у свою чергу, дозволяє розглядати мультиплікацію як потужний засіб впливу на маленького глядача.

Звідси зрозуміло, що інформаційна наповненість мультфільму пов'язана з характерологічним, особистісним та соціальним становленням дитини [8].

Деякі сучасні мультики, які демонструються по телевізору, можуть погано вплинути на розвиток дитини, створити у неї схильність до агресії, і навіть спостерігалися випадки, коли мультфільми призводять до психічних розладів, можуть

викликати залежність від образу або поведінки героя, який найбільше вразив малечу. Тому дуже важливо не допускати безконтрольного перегляду дітьми мультиплікаційних фільмів.

У сучасних мультфільмах можна визначити низку вад, які можуть негативно впливати на розвиток психіки дитини, зокрема:

- неправильне формування інстинкту самозбереження, неусвідомлене підштовхування дитини до суїциду – герої можуть по кілька разів вмирати і воскресати;
- надмір агресії та насильства на екрані. Головний герой є агресивним і може завдавати шкоди оточуючим, у результаті дошкільник може наслідувати дії героя;
- наділення жінки чоловічими рисами характеру (і навпаки), що може позначитися на поведінці, одязі і ролі персонажа;
- повна безкарність: поганий вчинок персонажа не карається, а іноді навіть вітається – у дитини може сформуватися стереотип уседозволеності;
- немає чіткої межі між добром і злом – навіть позитивний персонаж може теж вчиняти погано заради поставленої мети [1, с. 4].

Н. І. Гендіна вважає, що «інформаційна культура особистості – одна зі складових загальної культури людини; сукупність інформаційного світогляду і системи знань, умінь, що забезпечують цілеспрямовану самостійну діяльність по оптимальному задоволенню індивідуальних інформаційних потреб з використанням як традиційних, так і нових інформаційних технологій. Ця складова є найважливішим чинником успішної діяльності, а також соціальної захищеності особистості в інформаційному суспільстві» [2, с. 21].

Можемо виділити основні характеристики мультиплікації, які дають можливість застосовувати її в якості засобу розвитку дитини в інформаційному суспільстві:

- казковий сюжет, доступний для розуміння;
- насиченість яскравими образами, кольорова виразність;
- лаконічність подачі та динамічність розгортання сюжету;
- простота та легкість сприйняття дитиною тощо [8].

Учені вважають, що телебачення негативно впливає на соціалізацію та розвиток мовлення дитини в першу чергу тому, що перегляд мультиплікаційних передач позбавляє батьків можливості поспілкуватися з їхніми дітьми. Чим довше дитина проводить часу за переглядом мультфільмів, тим менше уваги мама з татом приділяють їй. В результаті чого діти позбавленні спілкування в ранньому віці, коли воно вкрай необхідно для розвитку психічних процесів, в тому числі й мови. У дітей, які позбавленні батьківської уваги, не розвивається критичне мислення, навички з якого дозволяють їм визначити якість і необхідність запропонованого медіа продукту.

Вибираючи мультфільм для показу малечі, потрібно бути набагато обережніше, ніж у виборі книги, тому що візуальні образи впливають на дитину набагато сильніше ніж ті, що він сприймає на слух.

Яким чином можна змінити значення і вплив мультиплікації на розвиток особистості сучасного дошкільника? Як змінити негативний вплив на формування позитивних навичок? Педагоги визначали, шлях один – навчити дітей створювати анімаційні фільми самостійно.

Мультиплікація надає різноманітні можливості для розвитку творчих здібностей, поєднує теоретичні та практичні заняття, результатом яких є реальний продукт самостійної творчої праці дітей. У процесі створення мультиплікаційного фільму у дітей розвиваються сенсомоторні якості, пов'язані з активними діями рук дитини, які забезпечують швидке та точне засвоєння технічних прийомів в різних видах діяльності, сприйняття пропорцій, особливостей об'ємної і площинної форми, характеру ліній, просторових відносин, кольору, ритму, руху. Творчі здібності, спрямовані на створення нового, формуються тільки на нестандартному матеріалі, коли неможливою є робота за існуючим шаблоном. Анімація – мистецтво, що порушує усі існуючі стереотипи зображення, руху, створення образів, межі яких співпадають тільки з межами уяви.

Інтеграція різних видів образотворчого мистецтва полягає в тому, що малюнок, живопис, ліплення, дизайн та декоративно-прикладна творчість співіснують як рівні в мультиплікації. А сам процес створення містить різноманітні заняття, такі, як літературні, музичні, акторські, режисерські, операторські, які допомагають створювати образотворчі образи та вносять в них новий сенс [6].

Таким чином, мультиплікація є потужним засобом формування особистості дитини. Під її впливом спостерігаються як соціалізація, так і культивування зразків поведінки, пізнавальних схем, цінностей. З самого народження людина вступає в різноманітні відносини з оточуючими. Спілкування є необхідною умовою її існування і, разом з тим, одним з основних факторів, і найважливішим джерелом її психічного розвитку. Для дитини важливо формування колективістських якостей, а також гуманного ставлення до інших людей. Якщо ці риси не будуть закладені в дитинстві, то особистість не зможе достатньо розвинути, і згодом заповнити цю прогалину буде надзвичайно важко. Тому батькам і педагогам необхідно використовувати і контролювати всі можливі впливи медіа на процес соціалізації, виховання і освіти дитини.

Перспективи подальших досліджень полягають у висвітленні методичних аспектів використання мультиплікації та заняття в умовах закладу дошкільної освіти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Араптанова О. Анализ современного детского мультфильма как аудиовизуального медиатекста с воспитательным потенциалом / О. Араптанова // Медиаобразование. – 2012. – № 3. – С. 8–26.
2. Гендина Н. Информационная грамотность или информационная культура: альтернатива или единство / Н. И. Гендина // Школьная библиотека. – 2005. – № 3. – С. 18–24.
3. Історія мультиплікації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://moderncartoonsmc.blogspot.com/p/blog-page_10.html. – Загол. з екрану.
4. Історія української анімації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine-in.ua/ua/teatr-kino/istoriya-ukrainskoy-animatsyi>. – Загол. з екрану.
5. Медіадидактичні особливості використання мультфільмів як засобу навчання мови і розвитку зв'язного мовлення дошкільників / К. Л. Крутій // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Педагогіка. – 2013. – № 3. – С. 85–90. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/NZTNPUPed2013319>
6. Мультфільмотерапія як засіб корекції та розвитку емоційної сфери молодших школярів / К. А. Дишель // Наука і освіта = Science and education = Наука и образование : наук.-практ. журн. Південноукр. нац. пед. ун-ту ім. К. Д. Ушинського. – 2014. – № 12. – С. 108–113.
7. Немирич О. Дошкільники и сучасне мультиплікаційне кино: проблеми і шляхи їх вирішення / О. Немирич // Дошкільна педагогіка. – 2012. – № 2. – С. 9–11.
8. Сітцева М.В. Роль мультиплікації у розвитку дитини в умовах інформаційного суспільства [Електронний ресурс] // М.В. Сітцева / Матеріали. Міжнар. науково-практичної інтернет-конф. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.inforum.in.ua/conferences/12/2/12>.
9. Словник української мови: в 11 т. / [ред. колег. І. К. Білодід (голова) та ін.]. – К.: Наукова думка, 1970 – 1980. – Т. 4: І – М / [ред. А. А. Бурячок, Г. М. Гнатюк, П. П. Доценко]. – К.: Наукова думка, 1973. – 840 с.

В статье проанализированы сущность и значение анимационного кино в формировании личности дошкольника, выделено и охарактеризовано положительное влияние и риски применения мультипликации в работе с детьми дошкольного возраста.

Ключевые слова: мультипликация, анимационное кино, воспитание, дети дошкольного возраста.

The article analyzes the essence and importance of animation films in shaping the personality of the preschoolers, highlights and characterizes the positive impact and risks of using cartoons in working with the preschool children.

Keywords: cartoon, animation film, education, children of the preschool age.

Шкребець Олена,
вчитель початкових класів
Харківської гімназії № 46 ім. М. В. Ломоносова

Ампілогова Лідія,
методист
Харківської гімназії № 46 ім. М. В. Ломоносова

ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ ДО КОМУНІКАЦІЇ З МЕДІАПРОДУКЦІЄЮ

Майстер-клас

У статті розкриваються умови проведення майстер-класу, які забезпечують передачу продуктивних способів організації навчально-пізнавальної діяльності молодших школярів з медіапродукцією, яка займає левову частку в їхньому сучасному житті. Надаються проблемні завдання, вирішення яких розглядається через різні ситуації. Учасникам майстер-класу пропонуються форми, методи співпраці, під час яких здійснюється комунікація з медіапродукцією й розкривається творчий потенціал вчителя.

***Ключові слова:** комунікація з медіа продукцією, активна діяльність, відома й невідома реклама, приваблива акційна пропозиція, маніпулятивний вплив, кошик емоцій.*

Актуальність проблеми. Наші діти зростають у суспільстві, яке постійно ускладнюється, у якому фактор невідомості, видимий і невидимий потенціали загроз збільшуються, а не зменшуються. І як підростаюче покоління буде сприймати цей світ, залежить і від комунікації з медіа.[2, 57]. На цьому ж наголошує й Н.Больц: «Важливіше за інформацію є залученість до комунікації» [1, 137]. В інформаційному суспільстві, в якому ми живемо, комунікація через медіа переважає над комунікацією безпосередньо з людиною, при тому, що комунікація мало чого спільного має з інформацією.

Дитина зростає в інформаційному середовищі, і відсторонювати її від медіа неможливо та й непотрібно. І тому ще в молодшому віці школярі повинні отримувати уявлення про ціннісні настанови користування медіазасобами.

Вступ. У педагогічній літературі існує кілька десятків визначень поняття «майстер-клас». Ключовими його властивостями в першу чергу є відкритість педагогічної діяльності, що дозволяє демонструвати нові можливості педагогіки й показувати способи подолання консерватизму та традиційності.

При підготовці майстер-класу були дібрані технології, що дозволяють передати продуктивні способи організації навчально-пізнавальної діяльності учнів з медіапродукцією, які займають левову частку в їхньому сучасному житті. Найважливішими особливостями майстер-класу є:

- інтерактивний підхід до організації навчально-семінарської діяльності;
- умови включення всіх в активну діяльність;
- проблемні завдання та їх вирішення через розгляд різних ситуацій;
- прийоми, що дозволяють розкривати творчий потенціал учасників;
- форми, методи роботи пропонуються учасникам, а не нав'язуються;
- форма взаємодії – співробітництво, співтворчість, спільний пошук.

Для цього слухачам пропонується:

- основна педагогічна ідея педагогічного досвіду;
- практична робота з інформаційними повідомленнями, рекламними сюжетами, акційними пропозиціями, відеофрагментами, які дозволяють розкрити

педагогічну систему роботи з молодшими школярами із використанням медіа в освітньому процесі;

- оцінити роботу майстер-класу.

Наміром майстер-класу є створення атмосфери відкритості, доброзичливості, співтворчості в спілкуванні.

Мета майстер-класу:

- оволодіння прийомами організації комунікації молодших школярів з медіапродукцією для формування в них умінь критично сприймати інформаційні повідомлення.

Основне завдання майстер-класу:

- сприяти розвитку педагогічної творчості, передати досвід інтегрування медіапродукції в освітній процес.

Форма організації:

- групова, індивідуальна.

Обладнання:

- презентація, роздавальний матеріал для організації роботи в групах, рекламні сюжети, відеофрагменти

Очікувані результати:

- слухачі набувають умінь організовувати комунікацію молодших школярів з медіапродукцією.

Етапи майстер-класу:

- **інформаційний етап** – представлення основної ідеї педагогічного досвіду.
- **мотиваційний етап** – складання «чоловічка».
- **практичний етап** – прийоми використання медіа: «Готові висловлювання», «Я в медіасередовищі», «Його величність мультфільм», «Відома й невідома реклама», «Приваблива акційна пропозиція», «Підготовка коментаря до новин»;
- **рефлексивний етап** – «Дерево комунікації»

I. Інформаційний етап (3 хв.)

Представлення основної ідеї. Медіа, які наповнені інформаційними потоками, не мають на меті встановлювати комунікації зі своїми споживачами, їхні наміри залишаються на інформативному аспекті. Медійне поле постійно змінюється й відображає спонтанний світ, не упорядкований. Популярною стає інформація, яка частіше за все з'являється в медіа, незважаючи на її зміст, ідею, мораль. Діти самостійно визначитися в «корисності», «не корисності» інформаційних посилок не можуть, до медіапродукції вони долучаються за принципом «цікаве», «привабливе», «незнайоме». Саме в цьому прихована проблема: дитина виховується на запропонованих ззовні низькопробних стереотипах, які відбиваються в її свідомості як соціальне оточення, у якому відсутнє власне «Я» і власна думка.

Проблема полягає ще й у тому, що, знаходячись в оточенні стереотипів, діти бояться своєї думки, щоб не відрізнятись від інших, не бути «білою вороною». А оскільки більшість виховується на таких же стереотипах, то всі вони стають його «заручниками» й не готові до іншої думки. Носії іншої думки викликають у «заручників» нетерпимість і навіть раптову агресію до себе. І причину такої поведінки ні діти, ні дорослі не можуть навіть відразу пояснити. Одним не зрозуміла інша думка, а інші зі своєю думкою не вписуються в стереотип – ось і вся проблема. І поки педагоги не озброять дітей прийомами комунікації з медіа, вони будуть перебувати в полоні «медіакапкана» і все потужніше захоплюватися ним, без свого ставлення до оточення. У багатоваріантному динамічному світі ніхто не дасть відповідь, крім самого себе, на питання, що важливо. Тому ще змалечку треба навчитися комунікації з медіа продукцією.

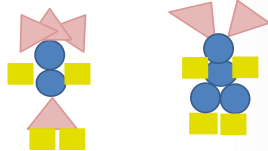
II. Мотивацій етап

Учасникам пропонується скласти «чоловічка» з геометричних фігурок: квадрат, трикутник, кружечок. Наклеїти фігурки на аркуш так, щоб за їх уявленням вийшов «чоловічок», і прикріпити його на дошку.

У біології прийнято рожевими трикутниками позначати білки, жовтими квадратами – жири, блакитними кружечками вуглеводи. Від того, у якому співвідношенні вони знаходяться, залежить наше здоров'я. Для його збереження ми намагаємось підтримувати оптимальний баланс жирів, білків, вуглеводів в організмі здоровим харчуванням й навчаємо цьому дітей.

А щоб підтримувати й зберігати психічне здоров'я, ми повинні вміти захищатися від агресивної, маніпулятивної, «шумової» медіапродукції теж навчати цьому дітей. Ми всі різні, але об'єднує нас одне: бажання дітей і дорослих бути здоровими (слайд 1).

**Ми всі різні,
але об'єднує нас одне –
бажання дітей і дорослих
бути здоровими.**



Слайд 1. Мотивація збереження психічного здоров'я

Як показало опитування 64 учнів 4-х класів, що 100% користуються Інтернет-ресурсами, 63%— телебаченням; 10%— читають дитячі журнали і лише 3% — дитячі газети. І що вони споживають? (слайди 2, 3).



Слайд 2. Статистика користування медіазасобами

**Програми телебачення,
які дивляться діти**

- 21% – гумористичні передачі для дорослих;
- 9% – дитячі фільми, в основному Гаррі Потера,
- 6% – новини,
- 6% – реаліті-шоу,
- 6% – мультфільми (Смешарики, Фіксіки).



Слайд 3. Статистика споживання медіапродукції

Школярі споживають сумнівну, низькопробну, незрозумілу й навіть агресивну медіапродукцію, яка не сприяє вихованню морально-етичних норм поведінки, негативно впливає на психічне здоров'я, й імовірніше за все, може лише бути причиною несподіваних асоціальних учинків.

Групам пропонується уявити себе в центрі й позначити, якими медіаресурси вони користуються (у відсотках), наскільки їм довіряють. Результати прикріплюються на дошку, обговорюються й порівнюються з дитячими (слайд 4, 5).



Слайд 4. Робочий аркуш



Слайд 5. Статистика недовіри школярів джерелам інформації

У той чи іншій мірі школярі не довіряють усім джерелам інформації, і в той же час медіа займають в їхньому житті значне місце. Чому? Мабуть, їх щось приваблює в медіа. Статистика змушує насамперед замислитися батькам, чому діти, не довіряючи Інтернету, однокласникам, усе ж таки віддають їм перевагу в спілкуванні.

Звернення до слухачів. Що вас приваблює в медіа? Які потреби ви задовольняєте завдяки медіа? Групам пропонується написати три фактори (чинники), які найбільше задовольняють потреби, очікування. Напрацьовані матеріали прикріплюють на дошці, обговорюються та співставляються з дитячими очікуваннями (слайд 6).

Чинники, які приваблюють школярів

- 18% – все, що викликає позитивні емоції;
- 15% – життя однолітків;
- 6% – магія;
- 3% – що надає можливість мріяти, фантазувати.



Слайд 6. Чинники, які приваблюють школярів у медіаресурсах

Ми теж не довіряємо медіа, але вони приваблюють нас і дітей. Чинники, які цікавлять наших дітей в медіаресурсах, віддалені від реального життя. Насторожує те, що свої природні потреби в позитивних емоціях, мріях, фантазіях діти задовольняють через віртуальність, яка не підконтрольна дорослим, а моральні, естетичні, духовні виміри не є домінуючими. Психологи застерігають, що медіа потужно впливають на думки, почуття та свідомість людини.

На дошці прикріплюються два аркуші, на яких написано «Позитив», «Негатив». Учасникам пропонується із різнокольорових аркушів обрати ті, які викликають відчуття спокою, задоволення, й прикріпити їх до таблички «Позитив», а потім ті, які можуть дратувати, збуджувати, і прикріпити до таблички «Негатив». Так формується уявлення про те, які кольори викликають дратівливість, а які заспокоюють.

Питання: «Якими засобами авторам медіаресурсів вдається нас приваблювати? Щоб відповісти на це питання, пропонується групам 1, 2 до малюнків слайду 7, групам 3, 4 – до малюнків слайду 8 заповнити табличку «Стоп-кадр», слайд 9).



Слайд 7. Пошук засобів впливу на психічний стан людини



Слайд 8. Пошук засобів впливу на психічний стан людини

Учасники майстер-класу заповнюють табличку «Стоп-кадр» до слайдів 7, 8. Презентують засоби, якими автори медіа їх вразили, «захопили». Обговорюються та співставляються таблички з кольорами «Позитив», «Негатив». Потім порівнюються, наскільки вони схожі з обраними раніше, і з'ясовується, від яких малюнків учасники отримали відчуття спокою.

Колір	Ракурс	Освітлення	Композиція	Завдяки чому досягається вражаюче сприйняття

Слайд 9. Робочий аркуш «Стоп-кадр» для заповнення

Саме таким чином медіа позитивно або негативно впливають на психічне здоров'я. Далі групам пропонується згадати, які мультфільми в кожного із учасників викликали відчуття спокою й задоволення, і назвати їх усім учасникам майстер-класу. Якщо ви хочете зберегти своє психічне здоров'я, добирайте медіа за ознаками позитиву, і відтоді буде панувати доброзичливість у душі й стосунках.

Потім учасникам майстер-класу пропонується подивитися фрагменти із фільму «Гаррі Поттер», який дивляться 9% учнів(слайди 10,11).

Установка дається на спостереження за персонажами, емоціями, які виникають під час перегляду. Групам пропонується скласти колаж про Гаррі Поттера (слайд 12).

Представники груп прикріплюють на дошку свої напрацювання й обговорюють їх. Повідомляється, що молодші школярі, передивляючись кадр із фільму «Гаррі Поттер», із переліку емоцій (радість, симпатія, довіра, спокій, лють, страх, заздрість, незадоволення) складають кошики: «Кошик позитивних емоцій»і «Кошик негативних емоцій» (слайди 13, 14).

Фрагмент із фільму «Гаррі Поттер»



Слайд 10. Фрагмент із фільму «Гаррі Поттер»

Фрагмент із фільму «Гаррі Поттер»



Слайд 11. Фрагмент із фільму «Гаррі Поттер»

Завдання для колажу про Гаррі Поттера

Група 1

Напишіть, які почуття виникли у Вас під час перегляду цього кадру.

Група 2.

Складіть рецензію на цей кадр.

Група 3

Зробіть рекламу цьому кадру.

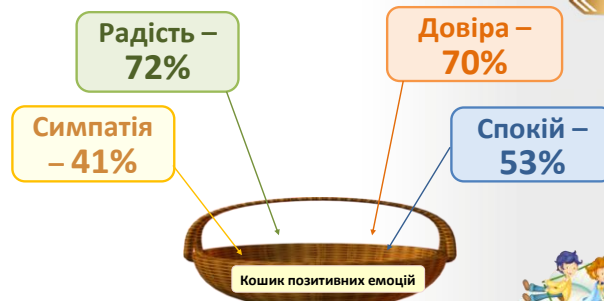
Група 4

Складіть влучне висловлення про цей кадр



Слайд 12. Завдання групам для створення колажу про Гаррі Поттера

"Кошик позитивних емоцій"



Слайд 13. Кошик позитивних емоцій



Слайд 14. Кошик негативних емоцій

Саме через емоції ми можемо оцінити, у якому психічному стані перебувають діти під час перегляду подібних фільмів.

Персонажі фільму «Гаррі Поттер», якими захоплюються діти, демонструють модель поведінки, якій притаманно насильство, жорстокість, агресія, байдужість та зневага до слабшого, їхня мова строката жаргонними словечками. Ніхто не карає за вбивство, не висміює погані манери, не засуджує зневагу до інших. Що цікаво, на питання «Кого ви вважаєте добряком?» – 88% відповіли Гаррі Поттера, 12 вагались. Отож у більшості дітей спаплюжене уявлення про доброту, вона в них асоціюється з приниженням, покірливістю за відсутність доброзичливості, щирості й моральних цінностей.

Реклама. Ми її слухаємо, бачимо, вона нас захоплює, приваблює. «Купіть зубну пасту». Будете мати ще й подарунок». Уважно подивіться на цю рекламу (слайд 15).

На дошці прикріплено аркуші, на яких написано: «Привабливі ознаки», «Пріоритети споживачів». Групам 1, 2 пропонується записати ознаки пасти, які приваблюють, групам 3, 4 – ознаки, яким надають перевагу споживачі (слайд 16).



Слайд 15. Реклама зубної пасти



Слайд 16. Виявлення прихованих ознак в рекламі пасти

Формування усвідомленого сприйняття поняття «маніпуляція» можна здійснювати вже в другому класі. Пропонується із наведених висловлювань відібрати ті, які, за власним поглядом, найбільше відбивають ставлення до повідомлень:

1. Із повідомлення виділяю корисну для себе інформацію.
2. Щиро сприймаю будь-яке інформаційне повідомлення.
3. Подана інформація викликає непорозуміння.
4. Подана інформація не відповідає реальним умовам життя.

Вибір 1,4 вказує на те, що вони інтуїтивно, лише в деякій мірі оцінюють медіа повідомлення, 2-3 – є схильність до маніпулятивного впливу.

Сучасні медіа забезпечують нас готовою продукцією і «...проблеми випливають не з браку знань, а з браку орієнтації» [1, 44]. ЗМІ поширюють аргументи, чутки, відомості, правдиву і неправдиву інформацію з метою пропаганди й маніпулятивного впливу на свідомість людей. Ефективність маніпуляції залежить від форми подачі повідомлень – це листівки, реклама, зображувальні повідомлення про події.

Уяву про способи маніпуляції в учнів можна формувати за допомогою кадрів із повідомлень 1, 2 [5, 28].

Учасникам майстер-класу пропонуються відповісти на питання: «Яке із зображень є інформаційним і не має наміру будь у чому переконати?», «Яке зображення є інформаційним, а яке привабливим?», «Що приховано в першому кадрі й для чого?». Очікувана відповідь: «У першому кадрі приховано, що відбувається, де й коли. Приховано тому, що насправді подія звичайна, не вражаюча».

Таким чином, молодші школярі усвідомлюють найпростіший спосіб маніпуляції й набувають першого досвіду критично оцінювати повідомлення й переконуються, що інформація може бути недостовірною.

У повсякденному житті ми стикаємось з оголошеннями, рекламою, інформаційними повідомленнями, які впливають на формування уявлення про соціальні відносини. І, як зазначає О. Пометун, «Провідне місце в рекламі і пропаганді посідають засоби масової інформації. За їхніми шаблонами чимало людей виховують дітей, одягаються, лікуються, худнуть, вибирають покупки й взірці для наслідування...» [7, 46].



Кадр 1



Кадр 2

Формувати навички критичного осмислення медіаповідомлень можливо на основі складання коментарів до новин. Для цього пропонується групам 1, 2 записати цікаву новину, яку вони почули або прочитали вчора, а групам 3, 4 – вражаючу. Після обговорення, представники груп на дошку прикріплюють свої новини. Далі групи складають коментарі до новин (вражаюча, цікава) за робочим аркушем (слайд 17). Обговоривши напрацьовані матеріали, слухачі відповідають «Що є факт, а що – ставлення?». Осмислюючи інформаційні повідомлення, групи визначаються в ціннісних аспектах – цінність факту чи ставлення.

Новина (вражаюча, цікава)	Коментар. Чому вибрали саме цю новину? Про що вона змушує замислитися?

Слайд 17. Робочий аркуш «Осмислення тексту»

Після обговорення коментарів, з'ясується, що є факт, а що – ставлення?, що цінніше для людини: факт чи її особисте ставлення (думка). Таким чином створюються умови не тільки для осмислення інформаційних повідомлень, а й для усвідомленого сприйняття різниці між фактом і думкою, яка може бути різною.

Групи отримують журнал, і пропонується виконати таке завдання. Скласти перелік професій, які потрібні для того, щоб споживач отримав цей журнал. Потім кожний обирає одну із перелічених професій, розподіляючи їх так в групах, щоб охопити всі. Кожний створює свою частку до сторінки журналу відповідно до обраної професії. Кінцевим продуктом є міні-журнал, а також оголошення в Інтернет про випуск нового журналу.

Демонструється зображення ведмедя із казок. Добирається той опис образу, який, за уявленням групи, найбільш відповідає одному із зображень. Під час презентації кожна група наводить аргументи (докази) на свою користь.



Описи ведмедя для вибору.

1. Ведмеді мають дуже хорошу реакцію і можуть дуже швидко бігати. На коротких дистанціях «клишоногі» можуть розвивати швидкість в 55 км/год, це на 20 км/год більше, ніж показник фізично підготовленого чоловіка.

2. Бурий ведмідь полює на [лосів](#), [кабанів](#). Але в основному бурий ведмідь харчується переважно [ягодами](#), [плодами](#), [горіхами](#), зеленими рослинами, [комахами](#), їхніми [личинками](#), [рибою](#) (особливо під час масового нересту).

Великий, грізний житель лісів. Герой багатьох казок та легенд. Все це про нього. Один його вигляд змушує тремтіти навіть найхоробріших, а його грізне ревіння призводить до повного оціпеніння. Тих, хто все ж не пустився навітки при його вигляді.

3. Ведмідь завжди уособлює силу та мудрість, з якою ця сила застосовується. До того ж, у багатьох казках він постає справедливим суддею в суперечках між іншими персонажами. Мабуть, це саме завдяки його могутній зовнішності.

4. Коли уявляєш собі ведмедя, то перше, що спадає на думку – це його великий зріст, коричневе хутро та люте ревіння, якого всі жахаються. Можна скільки завгодно вважати його доброю твариною, але все ж не слід забувати, що він є хижаком.



Усі групи отримують однакове зображення.

Пропонується зробити підпис до малюнку, який відбиває смислову основу зображеного. Під час презентації виконаного завдання коментується, що слугувало «підказкою» для підпису.

Формується уява про те, що ми по-різному сприймаємо будь-яке повідомлення, зображення. Далі групи отримують різні малюнки. Пропонується зробити підпис до отриманого малюнку, який відбиває смислову основу зображеного. Під час презентації виконаного завдання коментується, що слугувало «підказкою» для підпису.



Групи отримують рекламу й питання, на які слід відповісти: «Для чого створили цю рекламу?», «Чому рекламується?», «Кому вона корисна?», «Кому вона зашкодить?», «Що ви додали б до реклами і з якою метою?» і створити антирекламу.



Представники груп повідомляють відповіді на питання й презентують рекламний сюжет, створений групою.

Рефлексія. Групи на окремому аркуші записують 2-3 прийоми комунікації з медіапродукцією, які для них виявилися найбільш цікавими або продуктивними, створюють «дерево комунікації».

Резюме: У традиційній системі навчання інформація передається від учителя до учня, на основі якої відбувається спільне емоційне переживання, формування уяви про добро і зло.

Нині процес формування й розвитку особистості відбувається не тільки на уроках, а й під впливом медіа (кіно, телебачення, Інтернет). Дитина має змогу отримувати інформацію про світ дорослих, зразки спілкування, норми соціальної поведінки, які частіше віддалені від морально-етичних норм поведінки. Нове явище інформаційного суспільства руйнує традиційні способи входження дитини у світ. Медіа своїм віртуальним світом впливають на емоційний, інтелектуальний розвиток дитини, її психіку.

Наша задача – навчати дітей критично ставитися до інформаційних повідомлень, розрізняти подію й ставлення, виховувати здатність розуміти реальність, аби не стати жертвами маніпуляції, яка є «...не насильство, а спокуса». (С. Кара-Мурза) [3].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Больц Норберт. Абетка медіа / За загал. ред. В. Ф Іванов; Переклад з німецької В Климченка. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. – 177 с.
2. Гергарт Баум. Врятуйте фундаментальні права! Громадянська свобода проти божевілля безпеки / Полемічні нотатки. Київ: Центр вільної преси, 2016. – 190с.
3. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: Аксмо; Алгоритм, 2007. – 857 с.
4. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні, схвалена постановою Президії Національної академії педагогічних наук України від 20 травня 2010 року (протокол № 1-7/6-150).
5. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: Посібник для вчителя / За ред. В Іванова, О Волошенюк, О.Мокрогуза – К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. – 201 с. Рекомендовано Міністерством освіти і науки (лист 1/11-1972 від 29.12.2015)
6. Поль Р.У. Критическое мышление: Что необходимо каждому для выживания в быстромеменяющемся мире. 1990. В формате Word (zip).
7. Пометун О.Кроки до порозуміння : навчальний посібник для учнів 10 (11) класів/ О.Пометун, І Сушко, І Баранова ; за ред. О.Пометун – К. : Педагогічна думка, 2016. – 168с., іл.
8. Різун В. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник/ Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр Вільної Преси, 2013. – 352 с.
9. Тягло О.В. Критичне мислення: [навч. посібник] / Тягло О. В. — Х. : Основа, 2008. — 187 с.

Інтернет-ресурси:

10. Як розпізнати маніпуляцію та захиститись від неї". <https://www.youtube.com/watch?v=zgQwkaxgXvs>
11. Як стереотипи впливають на наше життя <https://goo.gl/cfmPsE>
12. Чому варто бути поінформованою людиною <https://goo.gl/IRxPEc>
13. Як перевірити достовірність інформації, відрізняючи факти від думок <https://goo.gl/EPF1z3>
14. Як спілкуватись ефективно <http://goo.gl/Km404H>

В статье раскрываются условия проведения мастер-класса, которые обеспечивают передачу продуктивных способов организации учебно-познавательной деятельности младших школьников с медиапродукцией, которая занимает львиную долю в их современной жизни. Предоставлены проблемные задачи, решение которых рассматривается через разные ситуации. Участникам мастер-класса предлагаются формы, методы сотрудничества, во время которых осуществляется коммуникация с медиапродукцией и раскрывается творческий потенциал учителя.

Ключевые слова: коммуникация с медиа продукцией, активная деятельность, известная и неизвестная реклама, привлекательное акционное предложение, манипулятивное воздействие, корзина эмоций.

The article describes the conditions for conducting a Master class that provides the transfer of productive ways of organizing the educational and cognitive activity of junior schoolchildren with incorporating media resource, which occupies a lion's share of their life. Purposeful tasks are provided, the solution of which is done in various situations. Participants of the master class are offered forms, methods of cooperation, during which the communication with media production is carried out and the creative potential of the teacher is revealed.

Key words: communication with media production, active activity, known and unknown advertising, attractive promotional offer, manipulative influence, basket of emotions.

МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У СЕРЕДНІХ ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Білогура Василь,
начальник управління
освіти Чернігівської міської ради;
Казимір Віра,
заступник начальника
управління освіти Чернігівської міської ради, к.і.н.

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ КЛЮЧОВИХ ЗАСАД МЕДІАГРАМОТНОСТІ У НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ ЧЕРНІГОВА

Стаття присвячена досвіду Чернігівського міського управління освіти у впровадженні ключових засад медіаграмотності у середніх навчальних закладах міста. Проаналізовано основні досягнення та перспективи імплементації медіаосвіти у Чернігові.

Ключові слова: Чернігів, медіаграмотність, підпрограма «Медіаграмотність».

У зв'язку зі зростанням агресивності інформаційного простору, продовженням гібридної війни та недостатнім забезпеченням захисту дитини від шкідливих інформаційних впливів з боку виробників медіапродукції особливої актуальності набуває популяризація медіаосвіти. Ще одним фактором імплементації медіаграмотності є прорив когнітивних і конструктивістських підходів до навчання, що змістив фокус освітніх реформ із викладання на навчання, а це передбачає самостійне залучення учнів до інформаційного простору [4, 158; 6, 32].

Медіаосвіта, як окремий напрям педагогічної діяльності, має забезпечити дитину необхідними уміннями безпечно взаємодіяти з телебаченням, інтернетом та іншими медіа, не зловживати і не шкодити власному розвитку і психологічному благополуччю. Вона сприятиме підвищенню стійкості школярів до інформаційних маніпуляцій і пропаганди, профілактики зловживань і деструктивних медіавпливів на дитячу психіку [5, 80].

Однією із складових міської цільової Програми розвитку освіти міста Чернігова «Освіта в житті нашого міста» на 2017-2021 роки є підпрограма «Медіаосвіта» [1; 2; 3], головними завданнями якої є:

- сприяння розбудові ефективної системи медіаграмотності з метою забезпечення всебічної підготовки дітей і молоді до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формування в них медіаобізнаності, медіаграмотності і медіакомпетентності відповідно до вікових та індивідуальних особливостей;

- підвищення рівня професійної підготовки педагогів шкіл, професійних училищ та вихователів дитячих садочків шляхом ознайомлення із сучасними медіаосвітніми інноваціями

- підтримка активної участі учнів загальноосвітніх шкіл та студентів у спільному пошуку форм і засобів медіаосвіти, які відповідають потребам молодого покоління.

- організація і проведення тематичних семінарів для педагогів, оновлення навчальних програм із різних предметів із включенням медіаосвітніх елементів

- підготовка інформаційно-методичних матеріалів, програмного інформаційно-комунікативного забезпечення для супроводу освітнього процесу навчання медіаграмотності учнів.

Відповідно до листа Міністерства освіти і науки України №1/9-110 від 23.02.2018 року «Щодо реалізації проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» Міністерство освіти і науки України спільно у партнерстві з IREX (Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів), МБФ «Академія української преси» і StopFake за підтримки Державного департаменту США та Міністерства закордонних справ та справ співдружності націй Великої Британії реалізує проект «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». У цьому проекті беруть участь 50 пілотних шкіл чотирьох міст: Дніпра, Тернополя, Чернігова та Маріуполя.

Проект «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», до якого долучився Чернігів, направлений на здобуття учнями навичок критичного сприйняття інформації, а також інтеграцію медійної грамотності у програму загальної середньої освіти та розрахований на календарний рік (грудень 2017 року – грудень 2018 року.)

На першому етапі проекту (грудень 2017-січень 2018) відбувався вибір шкіл, у яких реалізовуватиметься даний проект. У м. Чернігові визначено список навчальних закладів – учасників проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» – ЗЗСО № 1, №3, №7, №11, №15, №19, №21, №22, №29, №30, №32, №33.

На другому етапі проекту (січень 2018) було здійснено вибір предметів, на яких відбуватиметься інтеграція навчального матеріалу з елементами медіаграмотності та критичного мислення. Обраними предметами стали: українська мова та література (8 клас), історія (8 клас), мистецтво (9 клас).

На третьому етапі проекту (01-02 лютого 2018 року) у м. Києві відбувся урочистий захід з нагоди відкриття та презентації проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» на якому були присутні Казимір В.А. (заступник начальника управління освіти Чернігівської міської ради), Тимошенко Я.Г. (директор методичного центру управління освіти Чернігівської міської ради) та директори (заступники директорів) пілотних шкіл: Шелест О.О. (ЗЗСО №1), Яковчук О.М. (ЗЗСО №3), Колотило Н.Р. (ЗЗСО №7), Рубан С.В. (колегіум №11), Харченко А.Г. (ліцей №15), Шелупець Л.Г. (ЗЗСО №19), Шестопалова Н.М. (ЗЗСО №21), Пекур В.О. (ліцей №22), Советова Г.В. (ЗЗСО №29), Скорко О.А. (ЗЗСО №30), Лесун Л.В. (ЗЗСО №33).

На четвертому етапі (лютий 2018) здійснювався відбір учителів-предметників української мови та літератури, історії та мистецтва для подальшої участі у проекті.

Список учителів м. Чернігова, що беруть участь у проекті.

№ п/п	ЗЗСО	ПІБ учителя	Предмет
1	1	Кисла Людмила Анатоліївна	історія
2	1	Хитрик Світлана Миколаївна	історія
3	1	Одуло Олена Михайлівна	українська мова та література
4	1	Шкіря Яніна Станіславівна	мистецтво
5	3	Рубан Ілона Олегівна	історія
6	3	Бас Тетяна Анатоліївна	українська мова та література
7	3	Роціна Оксана Петрівна	мистецтво
8	7	Сидоренко Марина Анатоліївна	історія
9	7	Ленько Наталія Валеріївна	українська мова та література
10	7	Апанасенко Анна Миколаївна	мистецтво
11	11	Шташевська Вікторія Олександрівна	історія
12	11	Тищенко Тетяна Петрівна	українська мова та література

13	11	Борова Людмила Миколаївна	мистецтво
14	15	Кулакова Наталя Михайлівна	історія
15	15	Бирик Алла Євгеніївна	українська мова та література
16	15	Кирилюк-Прядко Юлія Анатоліївна	мистецтво
17	19	Клопот Вікторія Миколаївна	Мистецтво, історія
18	19	Компанієць Надія Геннадіївна	українська мова та література
19	22	Білоус Олександр Анатолійович	історія
20	22	Клюй Оксана Іванівна	українська мова та література
21	22	Личманенко Тетяна Євгеніївна	мистецтво
22	29	Єременко Людмила Анатоліївна	історія
23	29	Пашко Юлія Миколаївна	українська мова та література
24	29	Литовченко Алла Борисівна	мистецтво
25	30	Розумієнко Олександра Євгеніївна	історія
26	30	Желдак Світлана Михайлівна	українська мова та література
27	30	Зазимко Наталія Григорівна	мистецтво
28	32	Повх Сергій Володимирович	історія
29	32	Мостова Надія Миронівна	українська мова та література
30	32	Булко Ольга Володимирівна	мистецтво
31	33	Дриг Андрій Анатолійович	історія
32	33	Данько Галина Миколаївна	українська мова та література
33	33	Зав'ялова Світлана Павлівна	мистецтво

На п'ятому етапі проекту (26-27 березня 2018 р., 28-29 березня 2018 р.) відбувся тренінг з медіаграмотності вищезазначених педагогічних працівників, представників закладів загальної середньої освіти учасниць проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність».

Впродовж березня-грудня 2018 року планується реалізація ще трьох етапів проекту:

- розробка навчальних матеріалів (березень-травень 2018 року), в процесі якого експертні робочі групи організаторів проекту розробляють навчальні матеріали для вчителів: плани уроків, детальні вправи та завдання, приклади та роздатковий матеріал для учнів;
- навчання вчителів (червень та серпень 2018), під час якого відбуватиметься спеціалізоване навчання для вчителів по використанню методики та розроблених навчальних матеріалів на своїх предметах;
- **впровадження навчання у пілотних школах (вересень-грудень 2018 року)**, в ході якого учителі будуть використовувати матеріали проекту для проведення своїх уроків, здійснюватимуть моніторинг та оцінку результатів навчання.

На разі пілотні школи м. Чернігова запроваджують лише елементи медіаграмотності в освітньому процесі, оскільки згідно з планом проекту триває розробка навчальних матеріалів для вчителів (плани уроків, детальні вправи та завдання, приклади та роздатковий матеріал для учнів), а впровадження навчання уроків історії, української мови та літератури, мистецтва з інтегрованими елементами медіаграмотності та критичного мислення розпочнеться з вересня 2018 року. Однак учителі, що відвідали тренінг 26-29 березня 2018 року вже розпочали використовувати на своїх уроках самостійно підібрані вправи та завдання, що сприяють формуванню в учнів медійної грамотності та критичного осмислення інформації (**ЗЗСО №1, ЗЗСО №3, ЗЗСО №19, ЗЗСО №33**)

Таким чином, у результаті успішного впровадження проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» в пілотних школах міста Чернігова будуть реалізовані ключові засади міської цільової Програми розвитку освіти м.Чернігова «Освіта в житті нашого міста» на 2017-2021 роки підпрограми «Медіаосвіта».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дошкільна, загальна середня, позашкільна, професійно-технічна та вища освіта Чернігівщини в цифрах і фактах (2016-2017 н.р.): збірник інформаційно-аналітичних матеріалів. – Чернігів (управління освіти і науки Чернігівської державної адміністрації), 2017. – 105 с.
2. Про підсумки розвитку дошкільної, загальної середньої та позашкільної освіти м. Чернігова у 2015-2016 навчальному році. – Чернігів (управління освіти Чернігівської міської ради), 2016. – 60 с.
3. Про підсумки розвитку шкільної, загальної середньої та позашкільної освіти м.Чернігова у 2016-2017 навчальному році. – Чернігів (управління освіти Чернігівської міської ради), 2017. – 61 с.
4. Салсберг П. Фінські уроки 2.0: Чого може навчитися світ з освітніх змін у Фінляндії / П. Салсберг (переклад з англійської А.Шиян). – Харків, 2017. – 240с.
5. Сеїтосманов А. Нова школа у нових громадах: посібник з ефективного управління освітою в об'єднаних територіальних громадах / А. Сеїтосманов, О.Фасоля. – К., 2017. – 128 с.
6. Янг Д. Місцеве самоврядування в країнах Скандинавії та Балтії: огляд/ Д.Янг . – Стокгольм., 2016. – 56 с.

Стаття посвящена опыту Черниговского городского управления образования во внедрении ключевых принципов медиаграмотности в средних учебных заведениях города. Проанализированы основные достижения и перспективы имплементации медиаобразования в Чернигове.

Ключевые слова: Чернигов, медиаграмотность, подпрограмма «Медиаграмотность».

The article deals with the experience of the Chernihiv City Department of Education in implementation the key principles of media literacy in secondary schools of the city. The main achievements and prospects of media education implementation in Chernigov are analyzed.

Key words: Chernihiv, media literacy, media literacy subprogram.

НАПРЯМИ МЕДІАОСВІТИ В УМОВАХ ФІЛОЛОГІЧНОГО ПРОФІЛЮ СТАРШОЇ ШКОЛИ

Розкрито напрями медіаосвіти в умовах філологічного профілю на етапі профільної підготовки. Навчальний електронний, мультимедійний та інтерактивний навчальний контент з урахуванням інтегративних тенденцій в освітній галузі сприяють організації навчальної діяльності учнів профільної підготовки учнів у межах моделі навчання «1 учень – 1 комп'ютер», яка автоматизує пошук у базах даних (філіації й семантизації), обчисленнях у межах лінгвістичного експерименту

Ключові слова: *медіаосвіта, профільна підготовка, філологічний напрям, мовно-літературна освіта.*

Психолого-педагогічна думка розглядає питання конструювання навчального процесу в напрямі продуктивного дослідження педагогічної діяльності вчителя (В. Загвязинський, П. Кан-Калик, В. Краєвський, В.Сластьонін) [1; 2].

Феномен інноваційної діяльності уможливорює перегляд освітнього процесу як із позиції оновлення традиційної, тобто усталеної відповідно до стандартів, державної освітньої системи, так і переорієнтування педагогічної діяльності вчителя відповідно до зміни функцій сучасного вчителя – спрямовувати учнів до самостійного пізнання, залучати до роботи над власними проектами. Учитель, використовуючи новітні технології інформаційного характеру, інтенсифікує подання навчального матеріалу шляхом ущільнення інформації предметного змісту. У такий спосіб можемо говорити про актуалізацію ролі фасилітатора-вчителя поряд із функцією відтворення предметних знань, які відтворюють сучасні досягнення гуманітарних / природничих наук. Педагогічний контекст інформаційних інновацій полягає насамперед в посиленні самостійної роботи учнів, а також досягнення динамічності й системності в поданні навчального матеріалу.

У розглядуваному ракурсі поняття «учитель інноваційної діяльності» розуміється як особистість, яка у змісті інноваційної педагогічної діяльності розробляє дидактичний супровід, який стосується як дидактично обробленого контенту з виучуваної галузі, так і найсучасніших здобутків у досліджуваній галузі, практично орієнтовані й доцільні у вивченні в загальноосвітньому навчальному закладі. Розгляд зміни функціональності вчителя-новатора передбачає рефлексію презентованих здобутків, а також своєї педагогічної діяльності, ідеться насамперед про самоаналіз вияву емпатійних, співробітницьких умінь й реалізації фасилітаторської ролі.

Визначено навчальний контент моделі навчання «1 учень – 1 комп'ютер» [2] з урахуванням інтегративних тенденцій в освітній галузі (ідеться про електронний ресурс із мультимедійним й інтерактивним супроводом).

Мультимедійний дидактичний супровід запропонованої моделі передбачає навчальну навігацію, яка значною мірою сприяє індивідуалізації навчання. Робота з корпусом термінологічної системи, закладеної у змісті стандартного освітнього компонента, а також процедура пошуку засобом електронного пошуку предметної інформації активізують пізнавальний інтерес учнів; сприяють підвищенню рівня навчальних досягнень; спрямовують учнів на самостійний пошук необхідної інформації, спонукають до її осмислення й рефлексії оброблюваної навчальної інформації.

Педагогічні інновації, що конституційовані на основі використання інформаційно-комунікаційних технологій становлять прерогативу сучасного розвитку вітчизняної освіти, єдиного освітнього простору, реалізують призначення – прогнозувати розвиток

освіти, конкретне проектування і планування, передбачати результати, визначати стандарти, які відповідають освітнім цілям. Прикладами цих технологій можна назвати концепції освіти, закони про освіту, освітні системи.

Одним із таких проектів є проект «1 учень – 1 комп'ютер» [2], який репрезентує альтернативне навчальне електронне середовище, сутність якого полягає в екстраполяції предметних знань шляхом поєднання візуального й аудіального супроводу.

Інформаційно-комунікаційні технології покликані насамперед сприяти систематизації програмово-методичного матеріалу:

1) за нової моделі програмово-методичного інформаційного забезпечення не стільки учень адаптується до змісту навчання, скільки дидактично організований соціально-культурний досвід пристосований до особистості учня певного віку, його розумового потенціалу й індивідуальних особливостей;

2) складники інноваційного інформаційно-методичного комплексу реалізують специфічну мету, яка визначає кінцевий результат їх використання: проблемно-модульні програми, засоби вчителя й учня відповідно відображають різні завдання культурного розвитку особистості.

Навчально-методичне забезпечення у змісті медіаосвіти на профільному етапі філологічного спрямування передбачає розроблення й використання [2]:

1. E-content-підручників в електронному вигляді, які передбачають інтерактивність спілкування, розроблення тематичних презентацій.

2. Мультимедійний контент (передбачено використання анімацію).

3. Digital content – інтерактивних цифрових матеріалів в електронному вигляді (SKOOL, тренажери).

4. Learning Management System (LMS) – програм для організації навчального процесу (e-learning, конструктор уроків, тести).

5. Комп'ютерних прикладних програм (Word, Excel, Paint, Power Point; SKYPE).

Характеристика рівнів медіаосвіченості учнів у змісті мовно-літературної підготовки співвідноситься з рівнями компетентності і здійснюється за типами вирішуваних проблем та способами їх розв'язання.

Рівні медіаосвіченості на етапі філологічного профілю:

1) елементарна грамотність (навчально-пізнавальні типи вирішуваних проблем, розв'язуваних програмовими засобами; основою розв'язання проблеми є критерії, запропоновані вчителем, електронним підручником; пізнавальна база та методи розв'язання проблем: універсальні методи навчально-пізнавальної діяльності (читання, письмо, аудіювання); освітній простір: особистий життєвий досвід; адаптовані джерела інформації);

2) функціональна грамотність (конкретні, реальні, соціально-адаптивні типи вирішуваних проблем; основою розв'язання проблеми є розроблені правила, норми, алгоритми; пізнавальна база та методи розв'язання проблем: відомості, наукові поняття, інструкції, правила, норми; освітній простір: адаптовані джерела інформації, міжособистісне спілкування, особистий досвід);

3) компетентність (загальні, перетворювальні типи вирішуваних проблем; основою розв'язання є проблеми; теорії, наукові ідеї, тенденції; пізнавальна база та методи розв'язання проблем: відомості, наукові поняття, правила, норми, концепції, теорії, наукові ідеї; освітній простір: оригінальні джерела наукової інформації, позашкільні джерела інформації, самостійне продукування інформації).

З урахуванням специфіки філологічного профілю розроблено медіоспецкурси, спрямовані на вироблення культури мовлення, ознайомлення зі специфікою написання учнівської наукової роботи філологічного профілю / інформаційного оброблення інформації на рівні філіації й семантизації (робота з корпусною лінгвістикою), що сприяє в подальшому виконанню учнем проектної роботи на відповідному рівні якості.

У змісті розроблення освітніх проектів провідна роль відводиться учителіві-предметнику відповідно до предметної підготовки учнів, який виконує такі функції: учителя-натураліста, який повинен володіти знаннями, які допоможуть зрозуміти природу учня, її поведінку, інтереси, потреби, бажання; виявляє сформовані вміння спостереження за дітьми, аналізувати їхні вчинки й систематизувати отримані дані; учителя-творця, який сприяє перетворенню процесу навчання, навчальної діяльності учнів у рамках роботи з навчальними проектами на творчо-пошуковий процес; учителя-дослідника, який має зосереджувати увагу на практичній реалізації педагогічної освіти й фахової філологічної (уміти розпізнати, розвивати і підтримувати індивідуальні якості кожної учня).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Енциклопедія освіти : [голов. ред. В. Г. Кремень]. – К. : Юрінком Інтер, 2008. – 1040 с.
2. Європейський освітній простір: стан та основні напрями співробітництва / [упоряд. Т. О. Пушкарьова, В. Б. Рогова та ін.]. – К. : Шкільний світ, 2013. – 144 с.

Раскрыто направление медиаобразования в условиях филологического профиля на этапе профильной подготовки. Учебный электронный, мультимедийный и интерактивный учебный контент с учетом интегративных тенденций в сфере образования способствуют организации учебной деятельности учащихся профильной подготовки учащихся в рамках модели обучения «1 ученик - 1 компьютер», которая автоматизирует поиск в базах данных (филиации и семантизации), вычисления в рамках лингвистического эксперимента

Ключевые слова: медиаобразование, профильная подготовка, филологическое направление, культурно-литературное образование.

Media education dimensions on the stage of specialized philological training are revealed. E-Learning, multimedia and interactive components, considering the integrating tendencies in the field of education, promote good organization of children's learning activity, who undergo specialized training in accordance with the model "1 student - 1 computer". This makes the search in databases (filiation and semantization) as well as calculations for a linguistic experiment more automatic.

Key words: media education, specialized training, philology education, language and literature education

Ігнатенко Олена,
заступник директора з НВР
учитель хімії СЗШ №2,
спеціаліст вищої категорії, методист
м. Новомосковська Дніпропетровської області

МЕДІАОСВІТА ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ НА УРОКАХ ХІМІЇ

У статті висвітлюються особливості розвитку критичного мислення на уроках хімії засобами медіа. Аналізуються педагогічні прийоми, які активно застосовуються на етапах уроку з розвитку критичного мислення, можливості у навчанні сервісів Google, які вже використано у практичній діяльності.

Ключові слова: критичне мислення, медіаосвітні технології, педагогічні прийоми уроку розвитку критичного мислення.

Хімія як природнича наука є частиною духовної і матеріальної культури людства, а хімічна освіта – невідокремним складником загальної культури особистості, яка живе, навчається, працює, творить в умовах використання високих технологій і новітніх матеріалів, змушена протистояти екологічним ризикам, зазнає різнобічних впливів інформації [6].

Актуальним є розгляд трьох фактів.

Факт №1. *Нова українська школа* – це ключова реформа Міністерства освіти і науки. Головна мета – створити школу, у якій буде приємно навчатись, і яка даватиме учням не тільки знання, а й вміння застосовувати їх у житті [4].

Факт №2. В навчальній програмі з хімії окреслено основне завдання хімічної освіти, яке полягає у формуванні засобами навчального предмета ключових і предметних компетентностей школярів, зазначених у Концепції Нової української школи [6].

І, нарешті, факт №3. З 2016 року в Україні реалізується нова Концепція впровадження медіаосвіти, в якій зазначено, що організація роботи з потоком інформації, формування критичного і творчого мислення повинно стати одним з пріоритетних педагогічних завдань сучасної школи [2].

Оскільки середня загальноосвітня школа №2 - експериментальний навчальний заклад обласного та всеукраїнського експериментів з питань медіаосвіти, то пропонуємо розглянути досвід використання прийомів технології розвитку критичного мислення у процесі вивчення хімії засобами медіа.

Ми сьогодні розуміємо, що впровадження компетентнісного підходу до навчання у школах України набуло статусу нормативної вимоги [4].

Під час презентації проекту «Вивчай та розрізняй» у лютому 2018 р. міністр освіти і науки Лілія Гриневич зазначила, що «критичному мисленню та медіаграмотності необхідно навчати наскрізно на усіх предметах в школі».

Чому? А тому, що критичне мислення - це складний процес, який починається з ознайомлення з інформацією, а закінчується прийняттям рішення [1,3]. Тобто інформація є не результатом діяльності учня, а відправною точкою для його мислення.

Теоретичні засади технології критичного мислення представлено на сайті «Нова українська школа», освітній платформі «Критичне мислення», платформі Prometheus, eTwinning та інших.

В основі технології розвитку критичного мислення лежить базова модель заняття, що складається з трьох послідовних стадій: «Виклик – осмислення – рефлексія» [7].

Перша стадія орієнтована на актуалізацію наявних знань, формування особистісного інтересу до отримання нових знань та ціннісного ставлення до предмета.

Друга стадія – активне осмислення нової інформації, встановлення зв'язків з уже наявними знаннями.

Третя стадія – рефлексія. Відбувається осмислення всієї інформації, одержаної під час заняття. У кожного учня виробляється своє власне ставлення до вивченого питання або явища.

Необхідно пам'ятати, що сьогодні учитель не є єдиним першоджерелом знань, тому одне із завдань уроку хімії - організація роботи з різними джерелами інформації (підручниками, довідниками, посібниками, освітніми сервісами Google).

А створення атмосфери співробітництва та партнерства сприяє розвитку компетентностей, задовольняє інтелектуальні, емоційні й соціальні потреби школярів.

Звичайно, що кожен етап уроку потребує пошуку педагогічних прийомів та стратегій, які дозволяють залучити кожную дитину до активного пізнавального процесу.

Розглянемо деякі з них.

Приєм «Фишбоун» дозволяє формувати навички структурного аналізу, знаходження причинно-наслідкових зв'язків між об'єктом аналізу та факторами, що на нього впливають. Робота по заповненню схеми може бути як індивідуальною, так і груповою і використовуватися на всіх етапах уроку [7].

Оскільки матеріал з будь-якого навчального предмета, який представлений у вигляді суцільного потоку інформації, притуплює увагу та сприйняття, то прийом «Квітка лотоса» цікавий можливістю образного структурування матеріалу.

Правила роботи з квіткою лотоса полягають у наступному:

- записуємо головну тему, яка розглядається, у чорний квадрат у центрі аркуша;
- навколо неї у квадратах від А до Н – розміщуємо мікротеми;
- далі мікротеми стають центральними у відповідних зонах робочого аркуша;
- так створюється нова основа для пошуку нових ідей.

Приєм «квітка лотоса» було використано при розкритті питання «Роль хімії у розв'язуванні екологічних проблем людства». Необхідно зазначити, що така форма роботи потребує варіативності, креативності, критичності мислення не тільки учнів, а й самого учителя.

У кубик Блума любляють грати учні різних вікових категорій. Запитання, які формулюються на уроці, складаються у відповідності до рівня розумових процесів таксонометрії Блума. Можна з упевненістю сказати, що робота з формулювання так званих «товстих» запитань є засобом формування та розвитку критичного мислення - мислення високого рівня.

Одним із цікавих і продуктивних видів роботи є створення колажів. Колаж – це вільна творчість. Така робота розвиває в учнів різні види компетентностей: соціальну, інформаційно-цифрову, уміння учитися упродовж життя [5].

Не менш цікавим є прийом «Розкадровка». В ньому виділяється декілька етапів роботи.

Наводимо приклад розкадровки під час вивчення теми «Нуклеїнові кислоти».

Поділяємо тему на мікротеми (наприклад, місце знаходження НК, їх відкриття, будова нуклеотидів, властивості ДНК, значення ДНК, види РНК, порівняння НК тощо).

Далі учні опрацьовують мікротеми за різними джерелами інформації.

На наступному етапі учням пропонується відсортувати наявну візуальну інформацію за мікротемами, що опрацьовувалися.

Індивідуально або у групах створюються окремі «кадри» теми.

Наприкінці відбувається презентація створених кадрів.

Спільним продуктом роботи стає візуальна модель всієї теми, що вивчається.

Повертаючись знову до компетентнісного потенціалу навчального предмета хімія, який визначено у державній програмі, хочеться зупинитися на інформаційно-цифровій компетентності. Уміння, ставлення та навчальні ресурси підтверджують

думку про те, що медіаосвіта та цифрова грамотність перетинаються та взаємопов'язані між собою.

Усім нам відомо, що учні користуються мобільними телефонами, планшетами та іншими гаджетами, не усвідомлюючи, що можливості використання даних сучасних засобів варіативніші.

І на допомогу педагогу приходять сучасна концепція розвитку павутини Веб 2.0. Серед значної кількості хмарних сервісів (Microsoft Office 365, MoodleCloud, Sugarsync, Onedrive тощо) особливу увагу привертають сервіси Google. Вони містять дуже багато інструментів, які є корисними як для індивідуальної, так і для колективної (групової) діяльності.

Зупинимось на можливостях у навчанні деяких сервісів Google, які вже використано у практичній діяльності.

По-перше, Інтернет-сервіс мультимедійних дидактичних вправ LearningApps, який призначений для розробки та зберігання інтерактивних завдань з різних предметних дисциплін для різних вікових категорій. А ще цей сервіс автоматично надає можливість отримання коду для того, щоб інтерактивні завдання були розміщені на сторінках сайтів або блогів викладачів і учнів.

Сьогодні QR-коди активно входять в освітнє середовище. Чому ця форма роботи актуальна? Задача учителя - спрямувати дії учнів на пошук та роботу з інформацією з різних джерел. А саме код може слугувати орієнтиром на отримання конкретної інформації.

Використовуючи QR-код на уроках або при підготовці домашніх завдань можна вирішити відразу кілька задач:

- дати учням можливість самостійно знайомитися з матеріалом, вибираючи для цього зручний час і місце;
- розширити можливості вчителя, який зможе в ході уроку ілюструвати свою розповідь додатковими матеріалами;
- проводити з дітьми ігри та інтелектуальні змагання.

Для прикладу: QR-коди використовуються як вихід на платформу LearningApps для виконання вправ на повторення навчального матеріалу.

Інтелектуальні карти допомагають записати, запам'ятати, з'єднати і вивести інформацію візуально. Створюються вони на папері (оригінальний спосіб) або ж за допомогою програмного забезпечення. Ментальні карти використовуються під час проектної роботи, при виконанні домашніх завдань, як елемент самостійної роботи школярів, як творче домашнє завдання учням 11 класу, які готуються складати ЗНО з хімії.

Наступним цікавим засобом візуалізації інформації є інфографіка. Вона допомагає яскраво представити статистичні дані, хімічні процеси та явища, ієрархічні відносини хімічних понять. Учням подобається створювати інфографіку у рамках тижня хімії у школі: наприклад, «Прихований цукор», «Хімія шоколаду», «Небезпечна батарейка».

Мотиватор – зображення позитивного змісту, спрямоване на створення мотивації з визначеної теми. Найбільш цікавими виявилися мотиватори з теми «Проблема сортування сміття», «Харчові добавки», «Встигни посадити своє дерево».

«Doodle» - заставка для Google визначеної тематики. Дуже цікаво було розкрито теми:

- дудл, присвячений видатному хіміку Миколі Зелінському;
- дудли до Дня хіміка.

Актуальності набуває той факт, що сучасні цифрові пристрої дають дитині можливість реалізувати себе не тільки у якості глядача та користувача, але й безпосередньо увійти до творчої лабораторії фотографа, режисера, аніматора. Тому шкільна скарбничка дитячої медіаторчості поповнюється буктрейлерами, фотоколажами, анімаційними фільмами, відеороликами. З ними ви можете

ознайомитися на блозі «Шкільний медіакомпас», який посів I місце на обласному конкурсі блогів медіаосвітнього спрямування, за посиланням <https://mediaschool2.blogspot.com/>

Виклики сучасного світу потребують докорінних змін у підходах до організації освітнього процесу. По-перше, у переосмисленні завдань уроку; по-друге, у постійному пошуку ефективних форм організації навчання учнів з кліповим мисленням; по-третє, у підходах до контролю та корегуванню результатів діяльності, орієнтованих на ситуацію успіху [4].

А найголовніше, переосмислити роль самого учителя в сучасному освітньому середовищі: професіонала, інноватора, дослідника, партнера, консультанта, тьютора, фасілітатора [4].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Енциклопедія педагогічних технологій та інновацій / автор-укладач Н. П. Наволокова. – Харків: Основа, 2009. – 176 с.
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_a_mediaosviti_v_ukraini/
3. Критичне мислення [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://pedsovet.su/publ/42>
4. Нова українська школа [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://nus.org.ua/>
5. Олена Ісаєва, Креолізований текст на уроках світової літератури як фактор активізації читацької діяльності [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://media.ippp.kubg.edu.ua/wpcontent/uploads/2014/08/isaeva_kreolizovanyj_tekst.doc
6. Хімія. 7-9 класи. Навчальна програма для ЗНЗ [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/osvita/zagalna-serednya-osvita/navchalni-programi/navchalni-programi-5-9-klas>
7. Що таке критичне мислення? [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.criticalthinking.expert/shho-take-krytychne-myshlennya/shho-take-krytychne-myshlennya/>

В статье освещаются особенности развития критического мышления на уроках химии средствами медиа. Анализируются педагогические приемы, которые активно применяются на этапах урока по развитию критического мышления, возможности в обучении сервисов Google, которые уже использованы в практической деятельности.

Ключевые слова: критическое мышление, медиаобразовательные технологии, педагогические приемы урока развития критического мышления.

The article highlights the peculiarities of the development of critical thinking in the chemistry classes by means of media. The pedagogical techniques, which are actively used at the stages of the lesson on the development of critical thinking, and the possibilities to learn the services of Google, which are already used in practice, are analyzed.

Key words: critical thinking, media education technologies, pedagogical methods of critical thinking development.

Коваленко Валерій
заступник директора з навчально-виховної роботи
Криворізької загальноосвітньої школи I – III ступенів № 52
Криворізької міської ради
Дніпропетровської області

СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ШКІЛЬНОЇ МЕДІАОСВІТИ НА ОСНОВІ ПРИНЦИПІВ НАСКРІЗНОГО НАВЧАННЯ В КОНТЕКСТІ МОДЕРНІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНО-ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Важливим аспектом функціонування експериментального закладу загальної середньої освіти є відпрацювання ефективної моделі його роботи на основі принципів наскрізного навчання в інноваційному освітньому середовищі. В умовах агресивного інформаційного простору перед адміністрацією ЗЗСО постає практичне завдання з реалізації комфортного освітнього середовища для учнівського контингенту.

Ключові слова: *дослідно-експериментальна робота, медіаосвіта, наскрізне навчання, медіаімунітет, медіакомпетентності, соціальний оптимізм, освітній аутсорсинг, освітній консалтинг, психолого-педагогічний супровід.*

**Школа - це майстерня, де формується
думка підростаючого покоління, треба
міцно тримати її в руках, якщо не
хочеш випустити з рук майбутнє.**

АНРІ БАРБЮС

Ми живемо в агресивному інформаційно-насиченому середовищі, тому ключовим завданням системи освіти в цілому, і закладу загальної середньої освіти є формування ключових предметних компетентностей особистості. Важливим аспектом залишається розвиток навичок критичного мислення, інформаційно-цифрової компетентності, благополуччя підростаючого покоління (соціальний оптимізм), вироблення медіаімунітету, медіагігієни, протистояння інформаційній агресії.

В умовах декларацій щодо автономії закладів загальної середньої освіти в якості головного і ключового вектора діяльності ЗЗСО визначено – здійснення дослідно-експериментальної роботи за темою: «Створення системи шкільної медіаосвіти на основі принципів наскрізного навчання».

Ефективним механізмом забезпечення формування ключових предметних компетентностей є вдале поєднання інваріантної, варіативної, гурткової та позакласної роботи під час побудови навчального плану закладу загальної середньої освіти. З цією метою з годин варіативної складової введені курси за вибором медійного спрямування: «Я у медіапросторі» (2 клас, школа I ступеня), «Сходінки до медіаграмотності» (4 клас, школа I ступеня), «Основи медіаграмотності (пропедевтичний курс)» (8, 9 класи, школа II ступеня), «Основи медіаграмотності» (10, 11 класи, школа III ступеня), а також гурткова робота за програмою «Основи тележурналістики» (цільова категорія – учні 7 – 9 класів).

З метою ефективною та цілеспрямованою діяльністю з боку адміністрації закладу загальної середньої освіти в контексті здійснення дослідно-експериментальної роботи один з головних пріоритетів спрямований на відпрацювання дієвої функціональної моделі роботи ЗЗСО.

Функціональна модель діяльності КЗО «КЗШ № 52 КМР ДО» включає в себе декілька змістових блоків: перший і головний - інноваційна діяльність (передбачає

роботу проектних робочих творчих груп, співпрацю з освітніми партнерами, науково-експериментальну діяльність учнівського контингенту, роботу з представниками батьківської громадськості), другий вектор діяльності – робота з педагогічними кадрами – функціональна підсистема «Сходинки до успіху».

Графічно модель роботи ЗЗСО можна представити у вигляді наступної схеми:



З метою здійснення відпрацювання практичних аспектів в діяльності закладу загальної середньої освіти в контексті здійснення дослідно-експериментальної роботи на базі КЗО «КЗШ № 52 КМР ДО» організовано роботу чотирьох проектних робочих творчих груп: 1) проектна робоча творча група інноваційної діяльності (апробує функціональні моделі запровадження медіаосвітніх технологій з метою підтримки освітнього процесу); 2) проектна робоча творча група психолого-педагогічного забезпечення викладання курсу (забезпечує психолого-педагогічний супровід дослідно-експериментальної роботи шляхом розробки та стандартизації методик відстеження ключових медіакомпетеностей особистості учнівського контингенту); 3) проектна робоча творча група науково-методичного забезпечення (займається вивченням теоретико-концептуальних положень вітчизняної моделі медіаосвіти, розробкою заходів щодо запровадження медіаосвітніх інновацій на базі ЗЗСО, відпрацюванням дієвих рекомендацій щодо викладання суміжних з медіаосвітою навчальних дисциплін); 4) проектна робоча творча група моніторингу розвитку ключових медіакомпетенностей (реалізує моніторинг розвитку ключових медіакомпетенностей в учнів різних вікових груп у ході проведення анкетувань) [5, 239]. На засіданні методичної ради ЗЗСО щороку затверджується детальний план роботи кожної з груп у відповідності до яких здійснюється діяльність кожної.

Функціональна підсистема «Сходинки до успіху» реалізується шляхом втілення в життя п'яти практичних кроків.



Крок 1. Залучення учителів ЗЗСО, які мають певні ІКТ – компетентності до постійно діючих майстер - класів «Сходінками до олімпу: оптимізація роботи педагога». (Результат роботи - створення цифрових освітніх ресурсів для підтримки освітнього процесу). *Крок 2.* Для підвищення фахової компетентності педагогічних працівників в галузі сучасних освітніх технологій у ЗЗСО організуються різні форми методичної роботи (з метою відпрацювання дієвих механізмів взаємодії в інформаційно-освітньому середовищі). *Крок 3.* Практична діяльність «Застосування Інтернет-, медіаосвітніх, інформаційно-комунікаційних технологій в освітньому процесі» (проведення уроків, позакласних заходів, батьківських зборів, із застосуванням сучасних освітніх ІК – технологій). Робота на даному етапі відбувається в творчій лабораторії, яка створена на базі методичного кабінету ЗЗСО. *Крок 4.* Формування проектної культури вчителя та колективу в цілому. Проектування стимулює педагогічних працівників ЗЗСО до здобуття фахової компетентності. *Крок 5.* Участь педагогів в семінарах, конкурсах, науково-практичних конференціях, публікації і розповсюдження досвіду роботи. Робота на даному етапі вибудовується на акмеологічній концепції: в основі саморозвитку і самоорганізації лежить людська потреба в певних нових досягненнях, прагненні досягти успіху, до досконалості, активна життєва позиція, позитивне мислення, віра у свої можливості [4, 22].

Ефективна діяльність закладу загальної середньої освіти в контексті здійснення дослідно-експериментальної роботи не можлива без співпраці з освітніми партнерами. Серед таких, адміністрація ЗЗСО вбачає: Академію Української преси, КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти», ДВНЗ «Криворізький державний педагогічний університет», управління освіти і науки виконкому Криворізької міської ради, КЗ «Інноваційно-методичний центр», відділ освіти виконкому Покровської районної в місті ради, ЗЗСО м. Кривого Рогу, які працюють в експериментальному режимі, громадські організації (що здійснюють зовнішній моніторинг результативності впровадження медіаосвітніх інновацій в практику роботи ЗЗСО, ГО «Ера», м. Київ).

Важливим вектором діяльності ЗЗСО



в контексті здійснення дослідно-експериментальної роботи є здійснення соціально-психологічного супроводу учнівського контингенту. Соціально-психологічна служба використовує широкий арсенал методик для відстеження ключових компетентностей особистості підростаючого покоління серед яких: 1) Таблиці Шульте; 2) Психометричний тест; 3) 10 слів Лурія; 4) Тест КОС (українською КОЗ); 5) Діагностика потреби у спілкуванні (за Ю.Л. Орловим); 6) Чи піддається ви навіюванню? 7) Визначення Інтернет - залежності; 8) Діагностика творчих здібностей (Є. Тунік); 9) Геометричний тест П'єро та Рузера; 10) Тест на знання правил поведінки в Інтернеті та ряд інших [5, 241].

У поточному навчальному році було проведено декілька психологічних зрізів. Результати дослідження по виявленню рівня залежності від телевізора та Інтернету.

Таблиця 1. Розподіл результатів «На залежність від телевізора» в 2-х - 11х класах

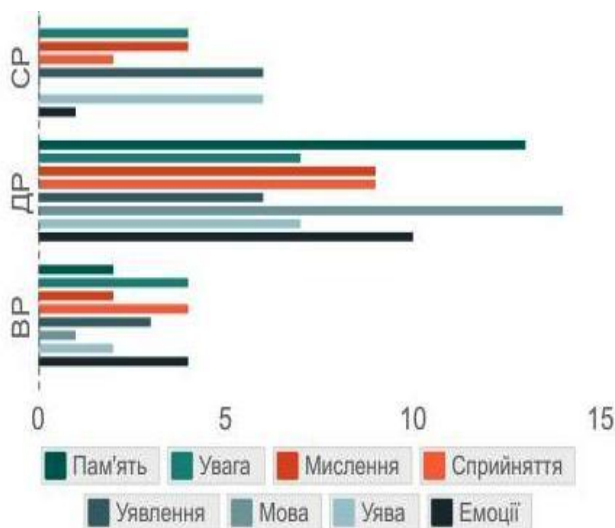
Критерії	2-А клас		2-Б клас		4-А клас		8-Б клас		9-Б клас		10 клас		11 клас	
	кількість	%	кількість	%	кількість	%	кількість	%	кількість	%	кількість	%	кількість	%
Сильно залежні	1	5 %	1	4 %	2	10 %	4	16%	1	4%	1	5%	3	19%
Слабо залежні	10	50 %	9	36 %	11	55 %	13	52%	9	36%	10	50%	6	37%
Незалежні	9	45 %	15	60 %	7	35 %	8	32%	15	60%	9	45%	7	44%

Таблиця № 2. Результати за другою методикою на залежність від Інтернету

Критерії	2-А клас		2-Б клас		4-А клас		8-Б клас		9-Б клас		10 клас		11 клас	
	кількість	%	кількість	%	кількість	%	кількість	%	кількість	%	кількість	%	кількість	%
Сильно залежні	3	15 %	5	20 %	3	15%	4	16%	7	28%	7	35%	6	37%
Слабо залежні	7	35 %	10	40 %	10	50%	13	52%	9	36%	8	40%	6	37%
Незалежні	10	50 %	10	40 %	7	35%	8	32%	9	36%	5	25%	4	26%

Таблиця № 3. Задоволення функціональних потреб Інтернет-користувачів (у%)

Мета користування Інтернетом	Батьки	Вчителі	Учні
Шукаю інформацію для роботи	15%	65%	33%
Беру участь у форумах (конференціях)	15%	10%	7%
Веду свій сайт	4%	15%	5%
Підробляю в Інтернеті	24%	5%	0%
Даю в Інтернеті свої коментарі, новини	42%	5%	55%



Щороку по кожному експериментальному класу практичним психологом проводяться вхідні та вихідні психологічні зрізи з відстеження ключових процесів. Приклад результатів такої діагностики приведений на діаграмі:

З метою відпрацювання ефективної системи методичної роботи на практиці доцільно впроваджувати сучасні освітніх технології такі, як «освітній аутсорсинг», «освітній консалтинг».

Освітній консалтинг – набір соціально-технологічних прийомів і методів, що застосовуються для

проектування процесу інноваційного розвитку закладу загальної середньої освіти.

Освітній аутсорсинг – залучення зовнішніх ресурсів для надання методичних послуг. Сенс аутсорсингу зводиться до найпростішої формули: ЗЗСО отримує можливість зосередити всі можливі ресурси на основних видах діяльності, передавши решту функцій надійному і професійному партнеру [3, 50].

Ефективність діяльності закладу загальної середньої освіти відстежується також у висвітлені і популяризації позивних напрацювань в контексті здійснення дослідно-експериментальної роботи у науково-методичних журналах [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7] та мережі Інтернет <http://krschool52.wixsite.com/school/eksperimentalna-robota>.

Проте, в контексті впровадження медіаосвітніх інновацій в умовах здійснення дослідно-експериментальної роботи перед адміністрацією закладу загальної середньої освіти виникає ряд проблемних завдань, які потребують вирішення: 1) модернізація матеріально-технічної бази (комп'ютерний клас, предметні кабінети); 2) стандартизація методик відстеження ключових медіакомпетентностей особистості учнівського контингенту; 3) забезпечення підростаючого покоління сучасним поколінням підручників і посібників з питань медіаосвіти в достатній кількості; 4) створення якісного інформаційно-освітнього середовища для впровадження недейних інновацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Деркач В. В., Коваленко В. С. Інтеграція медіаосвіти в систему базової шкільної та позашкільної освіти як фактор формування медіаграмотності та медіакомпетентності учнів // Медіаосвіта Дніпропетровщини: Каталог експериментальних навчальних закладів. Збірка / ред.. – упоряд. М. Г. Ватковська, П. В. Пасічник, В. М. Піщанська. - 2015. – С. 52.
2. Деркач В. В., Коваленко В. С. Інтеграція медіаосвіти в систему базової шкільної та позашкільної освіти як фактор формування медіаграмотності та

- медіакомпетентності учнів // Інноваційні моделі та технології медіаосвіти в навчальних закладах Дніпропетровщини. Матеріали обласного конкурсу на кращу розробку моделі медіаосвіти в сучасному навчальному закладі. Збірка / ред. – упоряд. О. В. Бутурліна, М. Г., Ватковська, Т. В. Лисоколенко, Л. В. пасічник, В. М. Піщанська. - 2015. – С. 25.
3. Коваленко В. С. Інтернет і медіаосвітні технології // Науково-методичний журнал «Відкритий урок: Розробки. Технології. Досвід». - 2014. - №№ 07 – 08. – С. 49 – 50.
 4. Коваленко В. С. «ІКТ у науково-методичній роботі» // Науково-методичному журналі «Відкритий урок: Технології. Досвід. Розробки». – 2014. - № 5. – С. 18 – 24.
 5. Коваленко В. С. «Експериментальний загальноосвітній навчальний заклад в інноваційному освітньому просторі» // Збірник статей П'ятої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ.: Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2017. – С. 237 - 243.
 6. Коваленко В. С. Застосування Інтернет та медіаосвітніх технологій у навчально-виховному процесі в умовах збагачення інформаційної компетентності інноваційної особистості учня через здійснення дослідно-експериментальної роботи на базі загальноосвітнього навчального закладу // Матеріали обласної науково-практичної конференції «Впровадження медіаосвіти в практику роботи навчальних закладів області» (21 травня 2014 року). – Дніпропетровськ, 2014. – С. 28 – 34.
 7. Коваленко В. С. «Створення адаптивної системи шкільної медіаосвіти на основі принципів наскрізного навчання в контексті діяльності закладу загальної середньої освіти» // Педагогічне Криворіжжя: педагогічний альманах: зб. Науково-методичних праць. – Кривий Ріг: ВЦ КДПУ; Айс Принт. - 2018. Вип. 4. – С. 78 - 82.

Важным аспектом функционирования экспериментального заведения общего среднего образования является отработка эффективной модели его работы на основе принципов сквозной учебы в инновационной образовательной среде. В условиях агрессивного информационного пространства перед администрацией ЗОСО появляется практическое задание из реализации комфортной образовательной среды для ученического контингента.

Ключевые слова: *опытно-экспериментальная работа, медиаобразование, сквозная учеба, медиаиммунитет, медиакомпетентности, социальный оптимизм, образовательный аутсорсинг, образовательный консалтинг, психолого-педагогический сопровождение.*

An important aspect of the functioning of an experimental institution of general secondary education is the development of an effective model of its work based on the principles of through studies in an innovative educational environment. In the conditions of aggressive informative space the administration of ZZSO faces a practical task of realization a comfortable educational environment for student's contingent.

Keywords: *doslidno-eksperimental'na work, mediaeducation, through studies, mediaimmunity, to the mediacompetence, social optimism, educational outsorsing, educational consulting, psikhologo-pedagogical accompaniment.*

ЗМІНА АКЦЕНТІВ У ПОДАННІ МАТЕРІАЛІВ НА УРОКАХ МЕДІАКУЛЬТУРИ

У матеріалі подаються нові погляди на програму по медіакультури для середньої школи беручи до уваги події останніх років та особливості роботи з учнями.

Ключові слова: *медіакультура, медіаосвіта, маніпуляція, фейк, приклади, відеоблог, меседжер, кіно, сучасність, аналіз.*

Не думаю, що важливо в чергове говорити про необхідність введення предмету «Медіакультура» у шкільну програму, тому що аудиторія сама розуміє усю важливість цього питання. Але, як практик і вчитель лише медіакультури, я б хотів розповісти про досвід останніх 6 років роботи у цій галузі.

За цей час я зрозумів кілька головних аспектів:

1. Теми і класи. Треба ділити тематичне наповнення предмету відповідно до класів. Можливо, якщо мова йде про зовсім маленьких дітей, то тут краще використовувати предмет як засіб інтеграції – мультимедійні аспекти, залучення техніки, причому можливо навіть дитячої (смартфони і т.д.), перегляд мультфільмів із коментарями тощо.

Якщо ж ми говоримо про старших (8-11 клас), то і тут необхідне ділення. Тому що 8 клас – це такий період, що навіть «насильницьким» шляхом не змусиш подивитися новини, а тим паче робити із них якісь висновки. У програмі зібрані дійсно необхідні матеріали і робляться акценти на правильні знання – тобто не наповнення, а більше як воно працює – що таке фото, які жанри у нього, які жанри кіно, ТБ і т.д. Причому, ми маємо говорити на сучасних прикладах. Якщо говориш, що «Форсаж» - це екшн, то це розуміють, якщо говориш про «Міцний горішок», то вже можеш не потрапити у необхідну аудиторію.

А 10-11 клас необхідно вже більше приділити уваги найбільш гострим нині питанням – пропаганді, рекламі, PR, лексичним та графічним можливостям впливу і т.д. Із великим успіхом проходить порівняння відео із однієї і тією ж самою новиною, але поданою різними каналами. Учні із задоволенням знаходять елементи впливу, порівнюють контент відповідно до власника телеканалу і т.д. Отримують критичне мислення, простіше кажучи, і вже не вживають медіа матеріали бездумно, а осмислено обирають свої пріоритетні джерела.

2. Приклади. Це те, що грає ключову роль у питанні «Достучатися до аудиторії». Як я вже зазначив раніше, то більший відгук мають сучасні елементи. Причому в усіх аспектах. Треба розуміти із ким працює педагог. В середньому, це дитина, яка більшість часу проводить у смартфоні, пересилаючи один одному повідомлення у менеджерах, ведучі прямі ефіри у соцмережах, дивлячись серіали чи відео з ютубу. Тому говорячи про це можна отримати більший відгук. Тим паче велика кількість питання навколо того ж «Telegram» із його заборною і свободою передачі інформації, той же «Instagram», який робить підлітків залежними, змушуючи демонструвати своє життя щохвилино, не говорячи про наслідки, ті ж відеоблогери, які є зараз значно більшим кумирами ніж музиканти чи актори. Якщо ви зможете про це говорити та свідомо відповідати на

питання, ненав'язливо переводячи теми на ризики втрати персональної інформації, тролінгу та інше, то Ви будете мати довіру аудиторії, а це значить що головний ваш меседж отримає більша частина людей.

3. Сучасне становище. Не говорити нині про війну на Донбасі – неможливо, тому що це тема є актуальною з медійної точки зору на 100% і навіть більше. Кожен підліток має доступ до мережі, а відповідно до будь-якої інформації. Фільтрувати цю інформацію неможливо, хто вірить у «батьківські фільтри» та заборону ВК – оптиміст. Існує безліч можливостей обійти все це, а тим паче для молодшого покоління, яке повністю освоїлося в сучасних гаджетах. Тому отримати фейкові новини із різних ресурсів не є проблемою. Треба навчити розрізняти фейки від правди, або, принаймні розуміти як це можна перевіряти. Майже на 100% впевнений, що ніхто не буде шукати першоджерело, проводити аналіз матеріалу і т.д. Але якщо учень засумнівається у інформації, яку отримав і не повірить в неї одразу не думаючи, то це вже перемога.

Тому тема пропаганди, маніпуляцій, фейків, мови ненависті та інші мають зайняти місце у програмі старших класів. І практика демонструє, що отримані знання передаються як мінімум ближчому оточенню – батькам, бабусям/дідусям, друзям тощо.

Як би це не звучало пафосно, але цей шлях може стати вирішенням питання захисту у інформаційній боротьбі України.

4. Внутрішній світ. Ми говорили, що молодші класи більше сприймають теми доступні їх віковій аудиторії – кіно, телебачення, музика, соціальні мережі тощо. Але нинішні програми роблять більший акцент на те, що це в цілому, на історичні моменти. А дітей значно більше цікавить «Як воно працює?» Чому в передачах коли «несподівано» з'являється знімальна група, один із операторів вже у будинку? Чому деякі проекти стають успішними, а деякі ні? З яких шоу адаптовані наші популярні програми? Навіщо в ситкомках використовується сміх і чому вони тривають по 22 хвилини? Чому деяка реклама вірусна, а деяка ні? Чи завжди коли ми бачимо бренд у кіно - це прихована реклама? Чому вартість реклами різниться? І так далі. Такі питання будуть задавати, або хотіли б задати, тому це необхідно у програмі. І таких неназваних питань дуже багато. Дітей у будь-якому віці цікавить «Чому»? Не «як», не «коли», а саме «чому». Тому наша задача про це розказати, щоб вони знову ж таки вибудовували для себе критичне мислення.

5. Ігрова складова. Не слід забувати, що ми працюємо із дітьми. І в будь-якому віці ігри заходять на відмінно. Звичайно, що завжди по різному проте працюють. Для більш старшого віку, це ігри на журналістські теми, завдання які треба реалізувати. Для молодшого віку більш рухливі, на кшталт розіграти рекламу, чи може придумати маркування для телеканалу.

Використання подібних аспектів у реальності допоможе вчителю медіакультури краще зрозуміти свою аудиторію та правильно побудувати підхід до неї.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Навчання медіаграмотності громадян. Посібник для тренерів [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.aup.com.ua/uploads/Short version CMLP manual ua.pdf](http://www.aup.com.ua/uploads/Short_version_CMLP_manual_ua.pdf)
2. Навчальна програма для учнів 8 (9) класів «Основи медіаграмотності» (пропедевтичний курс). Автори: Коваленко П.О., Мокрогуз О.П.
3. Як розуміти соціальні мережі. Курс для журналістів. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://vumonline.ua/course/how-to-understand-social-networks>.

Аннотация: в материале подаются новые взгляды на программу по медиакультуре для средней школы, принимая во внимание события последних лет и особенности работы с учениками.

Ключевые слова: *медиакультура, медиаобразование, манипуляция, фейк, примеры, видеоблог, месседжер, кино, современность, анализ.*

Annotation: The material presents new views on the mediaculture program for secondary school taking into account the events of recent years and the features of student work.

Keywords: *mediaculture, media education, manipulation, fake, example, videoblog, messenger, cinema, modernity, analysis.*

Лозицька Алла,
Державна установа освіти «Середня школа
№2 м Столина» Брестської області
(Республіка Білорусь), директор, вчитель
російської мови та літератури,
аспірант Державної установи освіти
«Академія післядипломної освіти Республіки
Білорусь»

МЕДІАОСВІТА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ЧИТАЦЬКОЇ ГРАМОТНОСТІ УЧНІВ НА УРОКАХ ЛІТЕРАТУРИ

У статті розглядаються можливості медіаосвіти як засобу формування різних груп читацьких компетенцій, проаналізовані медіаосвітні можливості навчального предмета "Література" в контексті розвитку читацьких компетенцій в середній школі, визначені основні напрямки інтеграції медіаосвіти в навчальний процес на уроках літератури, узагальнені ефективні педагогічні практики.

Ключові слова: медіаосвіта, медіа-інформаційна грамотність, читацька грамотність, групи читацьких компетенцій.

Розвиток сучасного суспільства, його стрімка інформатизація зумовили існування людини в неосяжному інформаційному просторі, що провокує зміну моделей поведінки людей і їх ціннісних орієнтацій. З одного боку, це створює нові освітні можливості, а з іншого - є потужним освітнім викликом. Серед передумов і умов трансформації систем освіти, місії вчителя - кліпове мислення, незначна тривалість фіксації уваги учнями, екранозалежність, переважання аудіовізуального сприйняття інформації. Наслідки цього - поверхове розуміння, нерозрізнення основної та другорядної інформації, невміння її зіставляти, критично оцінювати, якісно створювати, незбірливе медіапотреблення. Це перешкоджає як освоєнню предметного змісту шкільної освіти, так і формуванню соціокультурних компетенцій, необхідних для подальшого життя.

Особисті спостереження підтверджуються результатами щорічних моніторингових якості освіти Національного інституту освіти Республіки Білорусь: у більше половини п'ятикласників читацькі вміння сформовані на низькому рівні, у третій частині - на середньому рівні; у більшості восьмикласників читацькі вміння сформовані на середньому рівні, що дозволяє зробити висновок про неефективність роботи по формуванню читацької грамотності учнів [1]. Ця проблема носить міжнародний характер, про що свідчать результати порівняльних моніторингових досліджень якості і ефективності освіти PISA та PIRLS.

Крім того, медіаспоживання як дорослих, так і дітей зростає, тому одна з важливих педагогічних проблем - навчання учнів орієнтації в безмежному світі інформації, що само по собі - освітній виклик.

Читацька грамотність передбачає сформованість основних груп компетенцій: 1) знайти і витягти, 2) інтегрувати смисли і інтерпретувати їх, 3) осмислити і оцінити.

Медіаосвіта ж покликана сформувати у студента критичне ставлення до інформації, перетворити його в креативного користувача і творця медіатекстів в подальшому житті.

Місія сучасної школи - це не тільки навчання предметним знанням, але і формування та розвиток життєво необхідних компетенцій: вміння адаптуватися, приймати відповідальне рішення, працювати в групі, здатності до самоосвіти, академічної мобільності і т.д. У контексті компетентнісного підходу перед учителем стоїть ще одна не менш важлива проблема - оновлення змісту і методів навчання.

У зв'язку з цим особливо важливо навчити дітей орієнтуватися в стрімко наростаючому інформаційному просторі. Але це можливо тільки при досить високому рівні взаємообумовлених читацьких і медіа-інформаційних компетенцій: усвідомлене читання і вміння працювати з інформацією - важливі метапредметні результати освіти, а в перспективі – основний ресурс самоосвіти.

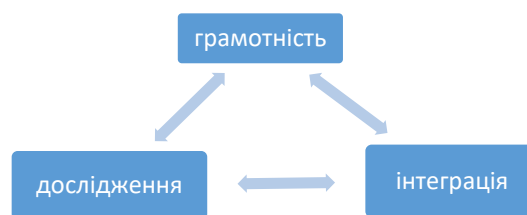
Однією з найбільш ефективних можливостей вирішення цих протиріч може служити інтеграція медіаосвіти в зміст навчальних предметів, що дозволяє якісно і результативно організувати процес навчання читання текстів різних знакових систем, що в свою чергу забезпечує ефективне освоєння освітніх програм, «вчить вчитися».

Навчальний предмет «Література» має багатий потенціал для формування читацької грамотності як базової компетенції та медіа-інформаційної грамотності як ключової компетенції XXI століття (за версією ЮНЕСКО і Ради Європи).

Медіаосвіта володіє дуже високим потенціалом для підвищення рівня читацької грамотності учнів. Системна його інтеграція в освітній процес на уроках літератури сприяє розвитку читацької та медіа-інформаційної компетентності учнів.

В основі педагогічної практики лежать ідеї конструктивістській педагогіки (теорія Ж. Піаже): знання, цінності, інтелект, мислення, автономія, самостійність та інші. Якості не можуть бути передані людині ззовні, а повинні бути сконструйовані самою дитиною в діяльності.

Система формування читацької грамотності засобами медіаосвіти заснована на трикутнику базових понять, що визначають основні принципи педагогічної практики [2, 43]:



Традиційне поняття грамотності визначають як 1) ступінь володіння людиною навичок читання і письма; 2) володіння інструментом (культурним засобом), який дозволяє отримувати і передавати інформацію у вигляді письмового тексту. Але сучасній людині для успішної життєдіяльності цього вже замало.

Більш актуальне визначення читацької грамотності дає Г.А. Цукерман: читацька грамотність – здатність людини розуміти і використовувати письмові тексти, міркувати про них і займатися читанням для того, щоб досягати своїх цілей, розширювати свої знання і можливості, брати участь у соціальному житті [3].

Разом з тим, уточнення поняття тексту розширює межі терміна «читацька грамотність». Текст – це інформація, яка представлена в різних знакових системах, що володіє наступними ознаками: тематичне єдність, смислова цілісність, послідовність, зв'язність, розгорнутість, завершеність. Таким чином, текстом можна назвати не тільки суцільний текст, а й ілюстрацію, схему, таблицю, діаграму, нотний запис, географічну карту, фільм і т.д. Для того щоб прочитати будь-який текст, потрібно володіти його знаковою системою: мовою живопису, кіно, фотографії, умовними позначеннями, нотними знаками і т.п. тим більше що на уроках літератури ми працюємо з текстами найрізноманітніших знакових систем.

Шкільна медіаосвіта – процес розвитку особистості за допомогою і на матеріалі медіа. Вона спрямована на формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу та оцінки медіатекстів, навчання різним формам самовираження за допомогою медіатехніки.

Домовимося, що медіа-інформаційний ресурс, що існує незалежно від аудиторії, який також незалежно створює, обробляє і поширює інформацію, – це не тільки традиційні ЗМІ, інтернет-ресурси, а й друкована література, різного роду реклама, кіно, графічні зображення, аудіо- і відеотексти і т.д.

Організацією економічного співробітництва та розвитку, що здійснило дослідження PISA, розроблена рамкова освітня програма до 2030 року на основі компетентнісної моделі освіти, орієнтованої на формування глобальних компетенцій [4]:



Схема ілюструє суть компетентнісного підходу і легко проектується на сутність освітнього процесу на уроці літератури, зміст якого, згідно з Концепцією навчального предмета, включає 4 компоненти: а) знання; б) вміння і навички; в) досвід творчої діяльності; г) систему норм ставлення до світу, людей, себе [5].

Проаналізувавши ефективні підходи до формування читацької та медіа-інформаційної грамотності, зміст стандарту, концепції, навчальної програми з літератури, можна зробити висновок про їх достатню співвідносність і взаємозумовленість. Цілепокладання, планування діяльності учнів і оцінка її результатів здійснюється з урахуванням необхідності і можливості формування цих компетенцій відповідно до рівнів розумової діяльності таксономії Б. Блума:



Аналіз змісту чинної навчальної програми з літератури для 5-11 класів підтверджує її значний медіаосвітній потенціал, при цьому різні тематичні розділи дозволяють реалізувати різні аспекти медіа-інформаційної грамотності. Узагальнено найбільш ефективні способи інтеграції медіаосвіти в урочну діяльність можна представити в наступному вигляді:

Напрями	Види діяльності
Використання контенту підручника як медіатексту	<ul style="list-style-type: none"> - визначення достовірності інформації; - перевірка джерел повідомлення; - пошук джерел, що містять інші точки зору на питання / проблему; - виявлення фактів викривлення інформації; - порівняння суперечливої інформації; - формулювання, презентація власної позиції, її обґрунтування, аргументація з посиланням на джерело інформації.
Аналіз інформаційного простору художнього твору	<p>Аналітичне читання тексту, спрямоване на пошук відповідей на питання:</p> <ul style="list-style-type: none"> - якими джерелами інформації користується герой / персонаж? - які медіаресурси формують його світогляд (картину світу)? - чи достовірна ця інформація? - як впливає ця інформація на поведінку героя, його уявлення про інших людей, явища, процеси, події? - в якому інформаційному просторі відбуваються події? - про що свідчать вивіски, оголошення, газети, афіші, листи, записки, книги, чутки, думки авторитетних людей, використані автором для реалізації художнього задуму?
Аналіз поведінки (вчинків) героїв / персонажів	<p>Аналітичне читання тексту, спрямоване на пошук відповідей на питання:</p> <ul style="list-style-type: none"> - як, ким і з якою метою поширюється інформація? - як, ким і з якою метою зароджуються / руйнуються стереотипи, що визначають поведінку героїв, їхні стосунки; - які наслідки стереотипного мислення? - чи є факти маніпулювання людьми в творі? З якою метою це використовується персонажами? - якщо є фейковий (свідомо помилковий, іноді провокаційний) інформація в сюжеті, які умови і механізми її існування / поширення? - хто автор фейка, яка його мета?
Використання ілюстрацій до художніх творів, портретів, репродукцій, графіки і т.д.	<ul style="list-style-type: none"> - визначення основної думки; - аналіз зображення; - співвіднесення / зіставлення зображення з художнім образом, пейзажем, особистістю автора і т.д.; - визначення основного авторського меседжу (посилу); - пошук аналітично-оціночної інформації про зображення та художньому тексті, її інтерпретація; - формування власної позиції, її обґрунтування; - створення вторинного тексту по темі (есе, рецензія, мініатюра і т.д.)
Використання навчальних, науково-популярних, просвітницьких фільмів, програм, відеороликів з досліджуваної теми	<ul style="list-style-type: none"> - декодування візуального тексту; - оцінка його достовірності; - виявлення головного авторського меседжу (посилу); - виявлення авторської інтерпретації художнього твору, образу; - аргументація власної позиції

Аналіз екранізацій художнього твору	<ul style="list-style-type: none"> - зіставлення текстів твору і екранізації; - зіставлення авторських підходів письменника і режисера до створення художнього образу; - виявлення ключових позицій письменника і режисера; - зіставлення зображально-виражальних засобів створення образу в тексті і кіно
Пошук інформації, аналіз суперечливої інформації	<ul style="list-style-type: none"> - пошук інформації з різних джерел; - оцінка її об'єктивності; - розрізнення фактів, висновків, суджень; - зіставлення суперечливих позицій, визначення їх достовірності; - визначення мети маніпуляції, її механізмів (при наявності).
Створення медіатексту, медіа як способу трансляції інформації	<ul style="list-style-type: none"> - попереднє декодування медіатексту (суцільного тексту, графічного, аудіо-, візуального тексту); - написання твору, есе, оглядів, рецензії, мініатюри; - створення реклами, газети в контексті художнього твору; - створення буктрейлера; - проведення літературного флешмобу; - віртуальне інтерв'ю з автором, літературним персонажем; - ведення блогу героя, автора; - створення колажу, постера, ілюстрації, аудіокниги; - постановка вистави; - екранізація твору - створення / редагування статті в вікіпедії.
Вивчення зображально-виражальних можливостей мовних рівнів (фонетичного, морфемного, лексичного та інших) у повідомленнях різного характеру, типу, стилю, жанру	<ul style="list-style-type: none"> - спостереження за емоційними, експресивно-оцінними функціями мовних одиниць у створенні загального враження про об'єкт, ефекту симпатії-антипатії, прийняття-неприйняття, довіри-недовіри, позитивної-негативної оцінки і т.д.

Провідною формою організації ефективної освітньої діяльності є навчально-дослідний проект, що дозволяє створити умови для пошуку нового, інтеграції фактичних знань і умінь, освоєння нових способів діяльності, самостійного конструювання нових знань, набуття медіа-інформаційних компетенцій. Крім мотивованого засвоєння програмного контенту, це обумовлює розвиток всіх рівнів читацької грамотності. До того ж, навчальний дослідження, як правило, здійснюється в групі, що обумовлює розвиток навичок кооперативного взаємодії.

Прикладом такої діяльності може служити урок «Н.В. Гоголь. "Мертві душі": інформаційний простір губернського міста NN». На основі листа спостережень групи учнів очима Чичикова досліджують звичаї губернського міста NN через його

медіаресурси: міську газету, вівіски, рекламу на головній вулиці, театральну афішу, зіставляючи текст і екранізації поеми.

Цикл уроків з вивчення комедії «Недоросль» Д.І. Фонвізіна супроводжується трьома проектними завданнями: 1 група досліджує тему «Хто з героїв комедії бреше, а хто говорить правду?», 2 група - «Художньо-виразні властивості зоолексикі в комедії», 3 група - «Митрофан очима оточуючих і у власних очах». Причому друга і третя теми вилилися в повноцінні дослідницькі роботи, тільки третя перетворилася в дослідження засобів створення іміджу-образу Митрофана: учні аналізували реалізацію створення позитивного іміджу відповідно до принципів іміджелогії.

Уміння грамотно шукати інформацію, оцінювати її достовірність і об'єктивність медіаресурсу можливо формувати і на оглядових уроках. Наприклад, на першому уроках за творчістю автора можливо пропонувати чотирьох-п'яти групам учнів проаналізувати невеликі тексти про життя та творчість автора і знайти відповіді на певні питання. наприклад:

Завдання до уроку «Н.А.Островській. Нарис життя і творчості»

Медіакомпетенції: пошук інформації, визначення її достовірності, об'єктивності джерела, вміння відрізнити факти від їх інтерпретації.

Групам учням пропонується 4 тексти з різних джерел (можна двом групам запропонувати знайти текст самостійно):

- 1 – стаття підручника
- 2 – стаття з Вікіпедії
- 3 – стаття <http://www.lruo.lv/rus/ostrovskij/62.html>
- 4 – стаття <http://ostrovskiy.biografy.ru/>

Завдання: Проаналізуйте інформацію про Н.А.Островського за таким планом:

1. Походження
2. Склад сім'ї)))
3. Перша освіта
4. Продовження освіти
5. Причини, що спонукали залишити навчання в університеті
6. Початок служби
7. Початок творчої діяльності.

Зверніть увагу:

- Чи є в текстах посилання на джерела інформації?
- Що в них є фактом, судженням, висновком, інтерпретацією?

Презентація результатів, обговорення суперечностей

Час роботи – 15-20 хвилин.

Це завдання допомагає учням переконатися в неоднозначності інформації, що публікується на різних ресурсах, пояснити причину протиріч, виявити ознаки недостовірності, визначити якість медіаресурсу.

Цікаві навчальні дослідження можна організувати на уроках по комедіях Н.В. Гоголя «Ревізор» і А.С. Грибоедова «Лихо з розуму». У основі сюжету цих творів лежить поширення фейку. Учні з великим захопленням досліджують траєкторію його поширення за наступним алгоритмом:

1. Хто автор фейку? З якої причини він став джерелом цієї інформації?
2. Хто і як її поширював? З якою метою?
3. Хто в неї повірив? Чому?
4. Що стало наслідком цього? Хто постраждав?
5. Які події передували цьому?
6. Чому цей факт став можливим?
7. Що стало наслідком помилкових чуток?

Таким чином, учні осягають технологію створення «неправди», усвідомлюють, розуміють, що можна стати її джерелом ненавмисно (Софія в «Лихо з розуму»), цьому сприяють певні умови – люди повинні бути готові повірити плітці, брехню поширюють з різних причин, іноді дуже слушних.

У цьому ж контексті можна працювати і на матеріалі феєрії О. Гріна «Червоні вітрила», але ефективніше все-таки на цих уроках зосередитися на понятті стереотипу:

- що таке стереотип?
- як стереотипи визначають поведінку і відносини людей (і Ассоль, і Грей спочатку були жертвами стереотипів)?

• що допомогло героям подолати стереотипне ставлення до себе?

• чи завжди стереотип – це погано?

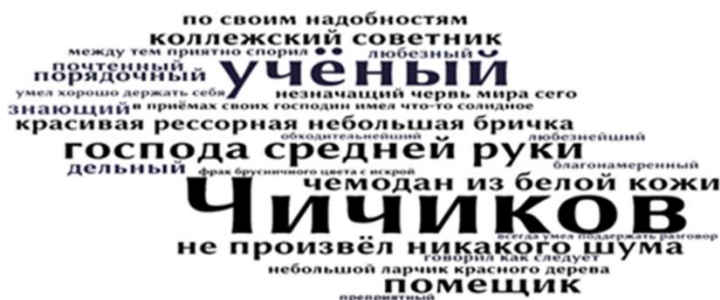
Ефективні для розробки цієї ж проблеми, наприклад, «Повість про те, як посварилися Іван Іванович з Іваном Никифоровичем» Н.В. Гоголя, «Казка про те, як один мужик двох генералів прогочував» М.Є. Салтикова-Щедрина. Крім того, в останньому творі варто використовувати медіапотенціал такої художньої деталі, як газета «Московские ведомости», зміст якої багато що пояснює дітям про авторську задуму, звичаї і проблеми тієї епохи, характеризує позасюжетне життя героїв.

Взагалі робота з газетою – дуже цікавий і корисний вид діяльності на уроках літератури: її можна створювати при вивченні твору або на завершальному, творчому етапі. Наприклад, під час вивчення драми Н.А. Островського «Гроза» клас перетворюється в редакцію газети, наприклад «Калинов-news». Мозговим штурмом визначається її жанр (можливо, міська газета), цільова аудиторія, кількість і теми рубрик, склад редакції. Працювати над матеріалами газети можливо, навіть зручно в спільному доступі на Google-сервісах.

Ця діяльність дозволяє створити умови для багатовекторного занурення в текст, пошуку додаткової інформації, створення текстів публіцистичних жанрів в тісному зв'язку з контекстом твору, груповий самостійної діяльності, забезпечити зв'язок проблематики класичного тексту з особистим досвідом учнів.

Одним з ефективних методів роботи з газетою на рівні узагальнення і оцінки текстів є використання заголовків свіжих газет, які найбільш ефективні на заключному етапі вивчення твору в якості теми для написання підсумкової творчої роботи (есе, мініатюри): вирізані заголовки лунають методом випадкового вибору, приклеюються на чистий аркуш паперу, можна визначати конкретний газетний жанр (репортаж, інтерв'ю з героєм, автором, рекламна стаття, хроніка і т.д.). Спочатку робота виконується в групі (парі), в старших класах – індивідуально. До кінця уроку матеріали вивішуються на дошку, утворюючи газету-експромт, або афішуються, презентуються авторами. Наявність гаджетів на уроці дозволяє створити подібну wiki-газету.

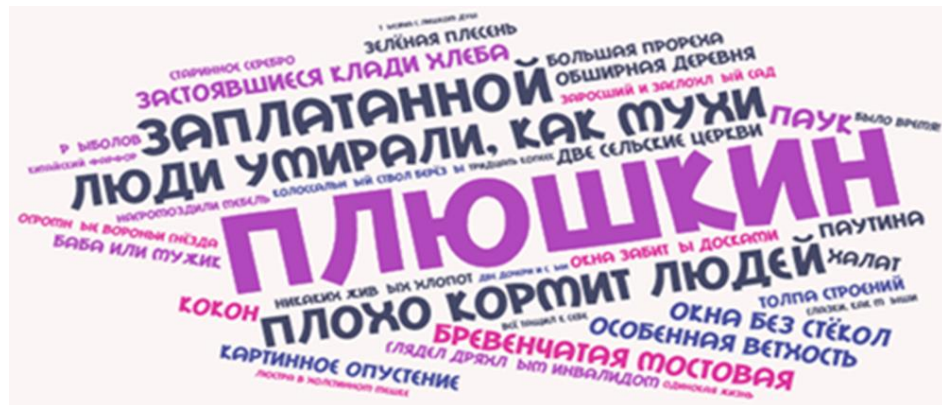
Використання елементів критичного аналізу тексту (визначення достовірності, ангажованості інформації, вплив стереотипів, виявлення маніпуляції) дозволяє розвивати всі рівні читацької грамотності. Використання сервісів web 2.0 створює додаткові можливості (wiki-ресурси, хмари слів, інтелект-карти, мережеві ресурси). Прикладом може служити створення хмари слів за образом Чичикова: свого роду візуалізована цитатна характеристика персонажа, що включає голос автора про героя, власну думку, перше враження оточуючих.



В online-форматі всі цитати інтерактивні. Як проблемне поле можливо запропонувати учням питання:

- що з тверджень є фактом, думкою, судженням (важливо звернути увагу на художні деталі)?
- чим визначається таке бачення героя автором, оточуючими, їм самим?
- чи змінюється перше враження (питання до уроку «Новий герой епохи – Чичиков»)?

Подібна хмара за образом Плюшкіна дозволяє зробити порівняльну характеристику цих дуже суперечливих персонажів, виявити співвідношення позитивного і негативного, побачити іншого Плюшкіна, встановити причинно-наслідкові зв'язки художньої ситуації, задіюючи внетекстову інформацію про героїв.



Вчителі-філологи активно використовують екранізації програмних творів, іноді за принципом «подивитися замість почитати», що вихолощує суть літературної освіти. Ефективно використовувати потенціал кіно допомагає зіставлення тексту і екранізації (окремих епізодів) як режисерської інтерпретації. Для цього зручно використовувати прийом «Лінії порівняння»:

ЛІНІЇ ПОРІВНЯННЯ	ЛІТЕРАТУРНИЙ ТЕКСТ	ЕКРАННИЙ ТЕКСТ
Восприяття (уровень, чувства)		
Інформація (количество)		
Враження (емоції)		
Засоби		

Прикладом може служити аналітичне читання оповідання А.П. Чехова «Туга» в зіставленні з фільмом А. Реуцького «Один» (за мотивами оповідання «Туга»). Зробити більш детальний порівняльний аналіз допоможуть «Орієнтири аналізу кінотексту» <https://drive.google.com/drive/folders/0B69anFqcuzxqendyRzVtUzBYT1U>.

Творчість на уроці передбачає найвищий рівень читацьких і медіа-інформаційних компетенцій. Традиційні твори різних жанрів, колажі, буклети, постери по книзі або фільму, реклама видання, відеоролик, літературні флешмоби, газети, буктрейлер тощо як види роботи відповідають такому рівню тільки в разі, якщо цьому передувало поетапне формування розумової діяльності (по Блуму).

Насправді важливо навіть не стільки те, які напрямки, форми і види діяльності обере вчитель, головне – продумана система цілеспрямованих зусиль, яка обумовлена реакцією на сучасні освітні виклики, що формує справжній інтерес до читання, забезпечує осмислення прочитаного на зовсім іншому (світоглядному, філософському, естетичному) рівні.

Медіаосвіта як засіб формування читацької грамотності як раз і «сприяє повноцінному первинному сприйняттю художнього тексту на емоційно-образному рівні, самостійному його інтерпретуванню, прояві особистісного ставлення до твору» [6, 4].

Практика свідчить, що цілеспрямована, системно організована діяльність учнів дозволяє створити інформаційно-розвиваюче урочне і позаурочне освітнє середовище, чому значною мірою сприяє створенн успішної атмосфери на уроці, можливості відкритого неформального спілкування, мережева взаємодія, залучення численних інформаційних ресурсів.

Таким чином, зміст навчального предмета «Література» має значний потенціал для формування читацької грамотності як базової компетенції XXI століття. Інтеграція медіаосвіти в уроки літератури значно розширює його межі, дозволяє наповнити актуальним змістом, використовуючи можливості інформаційного простору, перетворити багатоплановий процес читання з інструменту отримання знань в спосіб створення свого власного знання в момент авторської реконструкції тексту в широкому сенсі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Оценка качества образования [Электронный ресурс] // Национальный институт образования Республики Беларусь. – Режим доступа: <http://adu.by/ru/rukovoditelyam/otsenka-kachestva-obrazovaniya.html> – Дата доступа: 15.02.2018.
2. Шейбе С. Медіаграмотність. Критичне мислення у мультимедійному світі / С. Шейбе, Ф. Рогоу / Підручник для вчителя. Перекл. з англ. – К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2014.
3. Цукерман Г. А. Оценка читательской грамотности [Электронный ресурс] / Г. А. Цукерман // Центр оценки качества образования. – Режим доступа: http://www.centeroko.ru/pisa09/pisa09_pub.htm. – Дата доступа: 20.02.2016.
4. Global competency for an inclusive world. – Режим доступа: <https://www.oecd.org/pisa/aboutpisa/Global-competency-for-an-inclusive-world.pdf> – Дата доступа: 23.03.2017.
5. Концепция учебного предмета «Русская литература». – Режим доступа: <http://www.adu.by/ru/uchitelyu/uchebno-metodicheskoe-obespechenie-doshkolnogo-obshchego-srednego-i-spetsialnogo-obrazovaniya/kontseptsii-uchebnykh-predmetov.html>. – Дата доступа: 15.02.2016.
6. Учебная программа для учреждений общего среднего образования с белорусским и русским языками обучения. Русская литература. V–XI классы. – Минск: Национальный институт образования, 2012. – С.4.
7. Лазіцкая А.М. Майстар-клас «Медыяадукацыя для медыякампетэнтнасці»: інтэрактыўныя сродкі фарміравання інфармацыйнай граматынасці вучняў // Народная асвета, 2016, №3 – Стар.39-41.
8. Лозицкая, А.Н. Стилистическое использование однородных членов предложения. В.Г.Короленко. «Огоньки». – <http://www.nastaunik.info/node/15016>
9. Лазіцкая А.М. Аб стварэнні сістэмы медыяадукацыі ў сучаснай школе // Медыяадукацыя ў сучаснай школе: фарміраванне медыяграматынасці вучняў: дапаможнік для настаўнікаў / М.І.Запрудскі, А. А. Палейка, А.У.Радзевіч і інш.; пад рэд. М.І.Запрудскага. – Мінск, 2016. – 334 с.
10. Лазіцкая А., Сістэма медыяадукацыі ў сучаснай беларускай школе // Медыяадукацыя ў сучаснай школе: зб. нав.-мет. арт. / Т.Ваврава, М.Запрудскі і інш. Пад нав. рэд. М.І.Запрудскага. – Мінск, 2016. – 91 с.
11. Запрудский Н.И. Современные школьные технологии-3 / Н.И. Запрудский. – Минск: Сэр-Вит, 2017.

В статье рассматриваются возможности медиаобразования как средства формирования различных групп читательских компетенций, проанализированы медиаобразовательные возможности учебного предмета «Литература» в контексте развития читательских компетенций в средней школе, определены основные направления интеграции медиаобразования в учебный процесс на уроках литературы, обобщены эффективные педагогические практики.

Ключевые слова: *медиаобразование, медиа-информационная грамотность, читательская грамотность, группы читательских компетенций.*

The article examines the possibilities of media education as a means of forming various groups of reading competencies, analyzes the media educational potential of the subject "Literature" in the context of the development of reading competencies in secondary schools, identifies the main areas of integration of media education in the teaching process in literature classes, and summarizes effective pedagogical practices.

Keywords: *media education, media-information literacy, reading literacy, groups of reading competencies.*

Сенкевич Геннадій,
доцент ДНУ ім. Олеся Гочара, кандидат наук із соціальних комунікацій

Бєлан Ірина,
заступник директора Молочанської загальноосвітньої школи №1
з навчально-виховної роботи, вчитель вищої категорії

ВПРОВАДЖЕННЯ НАСКРІЗНОЇ МЕДІАОСВІТИ – НАЙГОЛОВНІША ЗАДАЧА СУЧАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ

Необхідність зміни моделі освіти в Україні пов'язана з викликами сучасності і впровадженням інноваційних процесів, які передбачають корегування традиційних педагогічних практик. Реформування сучасної освіти сьогодні потребує включення у програми дошкільних закладів, загальноосвітніх шкіл та вишів спеціальних предметів з медіаграмотності. Для цього пропонується використати експериментальну методіку наскрізної медіаосвіти, апробовану вже у декількох українських школах.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаграмотність, фейки, інформаційний простір, компетентне середовище.

Завданням дослідження є довести необхідність запровадження наскрізної медіаосвіти (як державної стратегії та педагогічної практики) в українських навчальних закладах та визначити умови, за яких вона ефективно працюватиме.

Актуальність порушеної у статті проблеми є незаперечною: в умовах так званої гібридної війни особливо гостро стоять питання медійної освіти і медіаграмотності у сучасній загальноосвітній школі. Міністерство освіти та науки України, розуміючи проблему сьогоднішнього освітнього суспільства, нещодавно затвердило низку заходів щодо підвищення компетенції педагогічних працівників з метою обізнаності школярів та учнівської молоді у даній галузі. Зокрема, впроваджено всеукраїнський експеримент із медійної освіти на 2017–2022 роки «Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику».

Зазначений експеримент, орієнтований на здобуття практичних навичок у створенні медіа продуктів школярами та учнівською молоддю (під час додаткових та позакласних занять), охопив лише незначну частину загальноосвітніх закладів України. Він був започаткований зусиллями фахівців лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, мав на меті дослідити стан медійної освіти серед учнів деяких міст, насамперед великих, та довів необхідність поширювати відповідний досвід на українські регіони, створюючи відповідний компетентний простір. Слід зазначити, що зарубіжні науковці вже давно роблять спроби розробки комплексної стратегії для створення компетентного соціального середовища [5,6, 8]. Саме стратегічний і довгостроковий проект може бути вдалим, коли йдеться про впровадження медіаосвіти для декількох поколінь українців, бо проблема є актуальною і для дітей, і для їхніх батьків.

На думку авторів статті, вкрай важливим є те, що на принципах добровільності до процесу залучились майже всі школярі – від першого до одинадцятого класу, але запропоновані дисципліни за рівнем складності у засвоєнні відповідали обраній віковій групі. Так, наприклад, у школі № 42 Дніпра, залученій до експериментального проекту, у початкових класах дітям пропонувався курс за вибором «Сходинки до медіаграмотності» та спецкурс «Я у медіапросторі», а учні дев'ятих класів навчалися за програмою «Основи медіаграмотності». У десятому класі викладався курс «Медіакультура». Паралельно працювали гуртки для тих учнів, які виявили бажання більш глибокого занурення у журналістику - «Основи традиційної та комп'ютерної анімації» для учнів 5–9 класів, «Основи інформаційних технологій» опановують школярі 7-8 класів, а також «Юний репортер» для учнів 5–7 класів, «Практична медіаграмотність» для учнів 10-11 класів [4]. Саме включення спецкурсів в програми усіх класів і є основою наскрізної системи медіаосвіти.

Започаткований експеримент навчив школярів критично ставитися до сучасних медіа, порівнювати їх одне з одним, оцінювати контент з точки зору наявності-відсутності фейкової інформації як інструмента для маніпуляції громадською думкою.

«Маніпуляція, дезінформація є типовими елементами сучасного суспільства. Насамперед ідеологічні симулякри призводять до дезінтеграції, терору та насильству, вони мають справу зі смертю» - констатує С. Хантингтон [7, 213].

Зокрема фахівці, котрі брали участь у проекті, висловлюють думку, що медіаграмотність треба інтегрувати і у дошкільну освіту. Завідувачка дошкільного навчального закладу № 78 Харківської області Вікторія Кізлевич поділилася декількома ефективними засобами впровадження медіосвіти в своєму дитсадку. Педагоги дитячого садку вчать малюків вже у 4-5 років створювати свій власний медіапродукт – діафільм – за допомогою конструктора Лего. Також проводяться веб-квести, цікаві подорожі у Інтернеті, де дітлахи отримують навички пошуку інформації, переходу з однієї сторінки на іншу. «Я вважаю, що саме ця форма роботи найближче відноситься до медіаосвіти, тому що ми вчимо вихователів і дітей шукати в інтернеті якісні продукти, які можна переглянути шляхом нескладної комбінації дій. А то, як правило, мишка рожевого кольору сприймається як іграшка, й діє інша, неправильна інтерпретація», — констатувала Вікторія Кізлевич [3].

Інші, традиційні методики, можна використовувати у дитячих закладах, де немає можливості придбати коштовне обладнання, наприклад долучати малят до творчих процесів на медійну тематику – конкурс на кращий комікс, малюнок тощо. Дитина вчиться розрізняти види інформації, оцінювати їх, починає працювати над первинним контентом. Таким чином, за допомогою малюнків як найпростіших джерел інформації відбуваються позитивні зміни у світогляді малюків, змінюється на краще їхнє навколишнє середовище.

На думку М. Маклюэна, «ЗМІ, змінюючи навколишнє середовище, викликають у нас унікальні відношення почуттєвих сприйнять. Поширення будь-якого одного почуття змінює те, як ми діємо і мислимо, як ми сприймаємо навколишній світ» [9, 41].

Безперечно, дуже велику роль у медіаосвіті дітей і підлітків відіграють шкільні газети. Їх випуск містить вже повний медійний цикл – від збирання інформації до редагування тексту. Радіогазети, власні телепрограми готують майбутніх фахівців для сучасного українського медійного простору. Зазвичай, там, де адміністрація приділяє увагу шкільним ЗМІ, завжди є результат і у навчальному, і у виховному процесах. Діти набагато краще розуміють політичні події, які відбуваються у країні, вони здатні аналізувати джерела інформації, що сприяє їхній соціальній активності та небайдужості.

Разом з тим, видавництвом шкільної газети охоплена невелика кількість школярів, над виданням працюють тільки ті діти, які збираються продовжити навчання в університеті і надалі працювати у системі масових комунікацій. проте до медіаосвітнього процесу повинні долучитися всі учні. Не можна заперечувати того факту, що міські школи знаходяться у набагато кращій ситуації, ніж сільські, коли

Йдеться про необхідність впровадження у навчальний процес методично скорегованого перспективного плану заходів, яким безперечно є наскрізний підхід. Брак досвідчених фахівців є перешкодою на шляху медійної освіти. Якщо у великому місті існує вихід, і адміністрація школи може залучити до цього (бодай на громадських засадах) відомих журналістів, то сільська школа подібної можливості не має.

Невеличке місто Молочанськ Запорізької області з населенням 4000 мешканців не має жодної власної газети, тому шкільної адміністрації нікуди звернутись. У районному центрі Токмак є аж чотири видання, проте фаховість журналістів, які там працюють, викликає багато сумнівів. До того ж всі газети – комерційні, і ставити питання про безоплатні послуги для школи не має сенсу. Міська влада Молочанська разом зі школою теж повинна порушувати це болюче питання перед вищим керівництвом, бо можливості впровадження медіаграмотності в шкільний курс навчання поки ще не знайдено. А тим часом інформаційна війна – жорстока і підступна – триває, і діти молочанців не можуть знайти відповідь на запитання, де ж у газеті правда, а де – брехня. У великих містах вже можуть, у віддалених регіонах – ні.

Колись соціологи, вивчаючи громадську думку місцевих мешканців, питали у них, завдяки чому вони на виборах у Верховну Раду голосували за Пшонку-молодшого, кандидата, який бачив місто Молочанськ тільки на мапі. Вони відверто говорили, що свій голос вони віддавали «благодійнику», котрий збудував у місті дитячий майданчик. Один на все місто! До речі, тутешні виборці бачили і популістів, і гречкосіїв, і олігархів зі свитами. Людей купували, їм обіцяли золоті гори, але вже на другий день після голосування ці «громадські діячі» хутко зникли у невідомому напрямі. До райцентру з Запоріжжя агітатори зі своїми босами приїздили на джипах, а там пересідали на «Ланоси» - для конспірації.

Висновки та пропозиції. Головною метою прийнятої у 2016 році Концепції впровадження медіаосвіти в Україні є сприяння розбудові в Україні ефективної системи медіаосвіти, що має стати фундаментом гуманітарної безпеки держави, розвитку і консолідації громадянського суспільства, протидії зовнішній інформаційній агресії, всебічно підготувати дітей і молодь до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формувати у громадян медіаінформаційну грамотність і медіакультуру відповідно до їхніх вікових, індивідуальних та інших особливостей [1].

Не можна заперечувати актуальності схваленого документу, але, на думку авторів статті, механізм реалізації Концепції не є досить вдалим. Якщо подивитись на розділ «Пріоритетні напрями розвитку медаосвіти», котрий передбачає співпрацю педагогів з Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення, з Незалежною медійною радою, з громадськими об'єднаннями і з медіа виробниками у напрямі створення ефективних механізмів захисту дитини від медіапродукції, «що може зашкодити її здоров'ю, розвитку і психологічному благополуччю» [2], то зовсім незрозуміло, яким чином це можна реалізувати, коли вітчизняне законодавство не забороняє поширювати фейки, принаймні суворо не карає ЗМІ за розповсюдження неякісної інформаційної продукції.

Може, завдяки правоохоронним органам до нас не потрапляють новини та програми відкрито сепаратистського характеру, однак ті ж медіа виробники пропагандують, наприклад, творчість співаків та артистів, які неодноразово висловлювали своє негативне ставлення до української державності, відвідували з концертами російські міста, проголошуючи дифірамби їхнім мешканцям. У цих випадках тільки обізнаності та громадської свідомості замало, потрібна низка законів, котрі б сприяли інформаційній безпеці.

Автори статті вважають за потрібне негайно припинити опір місцевим ЗМІ, котрі стали на шлях роздержавлення, з боку місцевої влади (Токмак у цьому сенсі є показовим містом). Не можна одночасно вимагати від газет якісної інформації і дозволяти держслужбовцям впливати на редакційну політику. Якщо не усунути розбіжності між словом і ділом щодо виконання закону «Про реформування державних і комунальних

друкованих засобів масової інформації», то сама нова Концепція ризикує перетворитися популістський документ.

Було б також несправедливо весь медіаосвітній процес залишити без державної підтримки, скинувши його на плечі місцевої влади, мовляв, цього потребує децентралізація. Токмацький район нещодавно був офіційно визнаний депресивним регіоном, і навряд чи найближчим часом щось там зміниться на краще. Тому дуже важливо всі системні заходи, пов'язані з впровадженням медійної освіти, поставити під контроль громадськості. Тільки в такому випадку наскрізний механізм почне ефективно діяти на місцевому і на державному рівнях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). MediaSapiens. http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/
2. Там же.
3. Манучарян Д. Як навчити медіаграмотності дошкільнят. MediaSapiens. http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/yak_navchiti_mediagramotnosti_doshkilnyat/
4. Толокольнікова К. Директорка школи, де медіаграмотності вчать в усіх класах: «Медіаосвіта — це потреба часу». MediaSapiens. http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/direktorka_shkoli_de_mediagramotnosti_vchat_v_usikh_klasakh_mediaosvita_tse_potreba_chasu/undefined/
5. Competence Evaluation and Training for Europe. – New Perspectives for Learning – Briefing Paper 25. <http://www.pjb.co.uk/npl/bp25.htm>
6. European employment strategy. <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=101>
7. Jünger, E. (1991). Selected philosophical prose. Foreign literature, 11 (210-226).
8. Key Competences for Lifelong Learning – A European Framework. http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/site/en/oj/2006/l_394/l_39420061230en00100018.pdf.
9. McLuhan, M., Fiore, Q. (1967). The Medium is the Message, San Francisco, CA: HardWired.

Необходимость изменения модели образования в современной Украине связана с вызовами современности и внедрением инновационных процессов, предусматривающих корректировку традиционных педагогических практик. Реформирование современного образования в настоящий момент требует включения в программы дошкольных учреждений, общеобразовательных школ и вузов специальных предметов по медиаграмотности. Для этого предлагается использовать экспериментальную методику сквозного медиаобразования, апробированную уже в некоторых украинских школах.

Ключевые слова: медиаобразование, медиаграмотность, фейки, информационное пространство, компетентная среда.

The need to change the model of education in Ukraine is connected with the challenges of our time the introduction of innovative processes that the introduction of innovative processes that provide for the adjustment of traditional pedagogical practices. The reform of modern education at the present time requires the inclusion subjects of media literacy in the programme of pre-school institutions, general education schools and universities.

For this, it is proposed to use the experimental methodology of end-to-end media education, which has already been tested in some Ukrainian schools.

Key words: *media education, media literacy, fakes, information space, competent environment.*

Заворотюк Інна,
директор КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів № 28 Полтавської
міської ради Полтавської області»

Земелько Ірина,
заступник директора
КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів № 28 Полтавської міської ради
Полтавської області»
(м. Полтава)

ФОРМУЄМО МЕДІАОСВІТНІЙ ПРОСТІР : З ДОСВІДУ РОБОТИ КЗ «ПОЛТАВСЬКА ЗАГАЛЬНООСВІТНЯ ШКОЛА І-ІІІ СТУПЕНІВ № 28»

Визначено основні форми впровадження медіаосвіти різних категорій учасників освітнього процесу. Розкрито співпрацю різних суб'єктів процесу в аспекті формування медіаосвітнього простору в школі, місті.

Ключові слова: *медіаосвіта, форми медіаосвіти, критичне мислення, медіа компетентність.*

Інформаційно-цифрова компетентність, одна з 10 ключових, які формує нова українська школа, дуже важлива. Вона передбачає не тільки впевнене, а й критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій... Розуміння етики роботи з інформацією» [1]. Саме медіаосвіта формує критичне мислення та медіаімунітет учня, що є важливим чинником формування світогляду, життєвої позиції.

За час участі педагогічного колективу у Всеукраїнському експерименті з упровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес загальноосвітніх навчальних закладів України (наказом МОНмолодьспорт України від 27.07.2011 р. № 886) та участі у першому етапі нового експерименту «Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику» на базі навчальних закладів України» колективом школи була проведена значна робота: теоретичне опрацювання науково-практичних педагогічних та психологічних джерел медіаосвітньої тематики, участь у обласних, регіональних, всеукраїнських та міжнародних заходах з питань медіаосвіти, визначення й реалізація стратегії підготовки педагогічного колективу і батьків до впровадження інновацій по використанню медіаосвітніх технологій. Модель медіаосвіти нашої школи, презентована на Всеукраїнському науково-практичному семінарі «Впровадження медіаосвіти у навчально-виховний процес загальноосвітніх навчальних закладів» 22 червня 2017 р. в ПОППО [2], відображає тісну співпрацю всіх учасників навчально-виховного процесу : вчителів, учнів, батьків. Вчителі пройшли підготовку для участі в експериментальній діяльності: інформування на нарадах, семінари, тренінги, тематична самоосвіта. В учнів ми формуємо медіакультуру, надаючи необхідні уміння і навички. Просвітницьку роботу з батьками спрямовуємо на розуміння ними необхідності контролювати взаємодію дітей і медіа, формування медіаімунітету. Учні і вчителі, використовуючи набуті знання і уміння,

Модель медіаосвіти школи, створена колективом вчителів Земелько І.С.; Воронянська В.І., Дем'янюк С. В., Борисова О.Б., Олійніченко А. В., під керівництвом директора і.В. Заворотюк, **відображає** форми і напрями роботи педагогічного колективу школи з упровадження медіаосвіти., **співпрацю різних учасників освітнього процесу школи, міст, області.** Особливості моделі медіаосвіти нашого закладу: практична, соціальна спрямованість: розвиток навичок толерантного спілкування, критичного мислення, що захищає від деструктивного впливу інформації, сприяє

становленню громадянського суспільства в Україні ; тісна співпраця з партнерами : Академія Української преси, Полтавський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти імені М. В. Остроградського, кафедра журналістики Полтавського національного педагогічного університету ім. В.Г.Короленка; науково-дослідницька робота учнів під керівництвом вчителів в аспекті впровадження, дослідження медіаосвіти ; популяризація вчителями й учнями набутого досвіду серед колег, учнів шкіл міста, області. Модель містить такі форми, як:

- вивчення курсів (варіативна складова) «Медіакультура», «Основи медіаграмотності» (230 учнів 2013-2018рр.) ;

- медіаосвітні технології інтегровані у навчальні предмети, зокрема : історія, правознавство, дюдина і світ (навички читання і аналіз медіатекстів, розвиток критичного мислення, робота з документами, візуальними джерелами); створення, використання медіатекстів на уроках іноземної мови, біології, основ здоров'я, алгебри, геометрії, зарубіжної літератури;

- участь у Мандрівному міжнародному фестивалі документального кіно про права людини Docudays UA, 2013-2017 рр. (перегляд документальних фільмів з обговоренням);

- науково-дослідницька робота в шкільному науковому товаристві-філії МАН (представлені дослідження 2012-2018рр. в секціях педагогіка, філософія, журналістика);

- майстер-класи: «Як створити шкільну газету»;

- тематичні інформаційні хвилини «Медіагігієна» на уроках інформатики, основ здоров'я, на уроках історії- «Працюємо з візуальними медіатекстами» і «Документи як медіатексти»;

- виготовлення тематичних стіннівок до пам'ятних дат, визначних подій, предметних тижнів;

- створення листівок (вітальні, інформаційні, рекламні), ролик соціальної реклами «Не мовчи»;

- тренінги для вчителів «Будь медіаграмотним»;

- екскурсії на телекомпанію «ІРТ»;

- бесіди з журналістами та операторами під час зйомки сюжетів у школі : як брати інтерв'ю, як компонувати медіафайли; обговорення сюжетів після виходу в ефір.

Ми провели опитування учнів 8-х класів, які вивчають курс «Основи медіа грамотності» (варіативна складова навчального плану). За результатами відзначили наступне. Новим для учнів при вивченні курсу стали: історія створення та розвитку медіа, поняття «кібербулінг», організація роботи телекомпанії. Особливої уваги заслуговує те, що учні відзначили важливість навички сприйняття новин, інформації на телебаченні. Найбільш цікавим на заняттях з курсу учні визначили: зйомки кінофільму на уроці медіаосвіти, знайомство з професіями на телестудії - оператор, ведучий, монтажер під час екскурсії на ІРТ; маніпуляції в ЗМІ (35-49 %). Відповіді на питання про використання набутих знань: захист в соцмережах, безпека в інтернеті, «намагаюсь розпізнавати маніпуляційні прийоми при перегляді новин, передач на ТБ» (від 30 до 64 % опитаних учнів). На питання «Як вплинуло на мене вивчення курсу» учні відповіли: при перегляді новин- не всьому треба довіряти; впливає на освіченість; при перегляді ТБ замислююсь про правдивість інформації, став обережним в інтернеті (23-37%). 87 відсотків учнів відповіли, що діляться отриманою на уроках курсу інформацією з батьками, друзями. Загальний висновок: практична, корисна спрямованість курсу, його необхідність.

В рамках вивчення теми «Телебачення» учні 8-х класів побували на екскурсії на ТРК «ІРТ Полтава». Головний редактор і журналіст Ольга Юровська провела змістовну екскурсію. Зацікавлено учні слухали про роботу журналістів, підготовку програм, роботу операторів; отримали відповіді на свої запитання. Учні мали можливість спробувати

себе в ролі дикторів, операторів. Учні вдячна і теоретичний матеріал, за практичні навички, які вони отримали під час екскурсії.

Журналістика – це цікаво! Саме так провів заняття з учнями 8б класу доцент кафедри журналістики ПНПУ ім. В.Г.Короленка Шебеліст Сергій Вікторович. Кандидат наук із соціальних комунікацій з учнями обговорили низку питань про те, як збирати матеріал, які запитання розкривати в повідомленні, як перевіряти факти, як написати статтю. Доступно про складне, з практичними вправами, з цікавими прикладами в творчій атмосфері провів заняття науковець для учнів. Учні розглядали на уроках окремі жанри газетної журналістики, такі як інформаційне повідомлення, замітка, кореспонденція. Репортаж, інтерв'ю як жанри найбільше зацікавили учнів. Вони спробували самі написати репортаж, скласти «опитувальник» для діалогу себе у ролі журналіста з іншою особою, щоб висвітлити факт, подію, розповісти про самого суб'єкта. Розмова з фахівцем допомогла учням більше дізнатись про журналістику.

Зазначені форми роботи також сприяють і можливим професійним орієнтаціям учнів (так відзначили в опитуванні 7% учнів).

При вивченні теми про інтернет, ми з учнями виконували тематичне завдання-підготувати матеріал про День Європи в Україні. Країнах ЄС. Учні мали представити матеріал в обраному форматі медіатексту, презентацій.

Корисний формат роботи з учнями на уроках медіаосвіти- використання запропонованих фахівцями платформ - навчальна онлайн- гра «Медіазнайко» (сайт АУП), мультимедійний онлайн-посібник «МедіаДрайвер» (ГО «Детектор медіа»). Учні отримують інформацію, розвивають навички роботи з медіатекстами, вміння оперувати інформацією, закріплюють отримані знання, виконуючи запропоновані завдання. Практична складова - створення макету газети, радіо файлу, написання інформації в газету, сприяють кращому розумінню учнями формування медійного середовища, допомагають сприймати інформацію, яку подають медіа.

Вивчали окремо питання медіаосвіти вчителів. Провели моніторинг використання вчителями ІКТ «Цифрові інструменти вчителя», в рамках підготовки до тематичної педагогічної ради. Виявили, що рівень володіння ІКТ вчителів підвищується. Збільшуються кількісні показники використання вчителями інформаційних технологій в підготовці до уроків, на уроках, для самоосвіти. Зокрема, участь у вебінарах - 67% колективу брали участь; використання освітніх платформ для підготовки до уроків - 27% вчителів; проведення тестування на уроках математики, української мови та літератури, історії, біології, англійської мови в форматі ЗНО на різних платформах, організація участі учнів в онлайн-олімпіадах. Вчителі Воронянська В.І. та Земелько І.С. після проходження навчання в проекті «Як не потонути в інформаційному дощі» провели тренінги для вчителів і працівників школи «Будь медіаграмотним» (30 осіб), для курсантів ПОІППО (30 осіб). В рамках швейцарсько-українського проекту «Розвиток громадянських компетентностей в Україні - ДОССУ» на семінарі- тренінгу, який відбувся в школі за сприяння Міщенко І.О., методиста ПОІППО, ознайомили з медіаосвітніми практиками вчителів та учнів-представників шкільного самоврядування. В той же час, підвищення рівня обізнаності вчителів з питань медіаосвіти й використання та впровадження інформаційних технологій, формування відповідних компетентностей учнів – важлива складова постійної, систематичної роботи педагогічного колективу.

Долучаємо учнів до різних заходів медійного спрямування. Вперше учні підготували тематичні відеоролики «Права дитини», «Правила дорожнього руху: повинен знати кожен!», які були презентовані на батьківських зборах, на міському та обласному фестивалі-конкурсі проектів лідерів шкільного самоврядування «Ми віримо в гарне майбутнє!». Учень 6-В класу Тимофеев М взяв участь у III етапі фестивалю юнацької соціальної та художньої творчості: «У світі Астрід Ліндгрєн». Максим представляв есе «Радість» (керівник вчитель Тягун І.І.), у якому висвітлював досвід благодійності однолітків та власний. У номінації «Журналістика» Максим зайняв 3 місце.

Колектив школи співпрацює з кафедрою журналістики Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка. Професор кафедри журналістики Світлана Василівна Семенко неодноразово надавала допомогу учням в науково-дослідницькій діяльності медіаосвітнього спрямування. Співпраця продовжується і щороку учні залучаються до профорієнтаційного заходу «МедіаТерра», який організовує та проводить кафедра журналістики. Проект передбачає залучення учнівської молоді до журналістської справи.

Важливу керівну, організаційну, інформаційну, навчальну роботу проводить Полтавський ПОІППО: навчальні семінари, популяризація форм і напрямків наскрізної моделі медіаосвіти, розповсюдження досвіду вчителів області. Вебінари, настановчі інтернет-конференції, проведені Мулікою К.А., завідувачкою центру практичної психології ПОІППО, регіональним куратором експерименту, спрямовують практичну, навчальну роботу з упровадження медіаосвіти.

Кращі практики впровадження медіаосвіти у педагогічний процес, напрацьовані протягом дослідно-експериментальної діяльності (2011-2016), перспективи та актуальні завдання розвитку медіаосвіти були представлені на Всеукраїнському науково-практичному семінарі «Впровадження медіаосвіти у навчально-виховний процес загальноосвітніх навчальних закладів» в червні 2017р. (матеріали містять модель медіаосвіти і нашої школи). Досвід роботи школи було представлено в аспекті «Наково-дослідницька діяльність учнів МАН у моделі КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів № 28 Полтавської міської ради Полтавської області». На семінарі Найдьонова Л., проректор з наукової роботи Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, доктор психологічних наук, науковий керівник експерименту, в своєму виступі зупинилась на питаннях перспективи та актуальних завданнях розвитку медіаосвіти в Україні.

В ПОІППО для вчителів, які проходять курсову перепідготовку проводять заняття з медіаосвіти. Змістовні теоретичні, тренінгові заняття проходять на заняттях «Школи медіаосвіти», яка вже третій рік діє на кафедрі менеджменту освіти ПОІППО. В 2017-2018рр. керівник школи Устименко Т.А. професор, кандидат психологічних наук, доцент, провела 30 листопада 2017 року обласний семінар «Медіатекст: ознаки, характеристики, особливості сприйняття», 17.04.18 року тренінг «Застосування та конструювання засобів розвитку медіаграмотності».

Змістовним і корисним був тренінг «Визначення медіаграмотності у рамках підготовки до участі освітніх закладів у Міжнародній програмі PISA-2018», який відбувся 15 лютого 2018 року в ПОІППО, організований методистом центру практичної психології і соціальної роботи ПОІППО Мулікою Катериною Миколаївною. Мета тренінгу - підвищення рівня медіаграмотності, читацької грамотності учасників тренінгу з метою підготовки до участі освітніх закладів у Міжнародній програмі PISA-2018; започаткування поповнення банку завдань для учнів з розвитку медіаграмотності, читацької грамотності - була реалізована. Слухачи отримали важливу й корисну інформацію, ознайомились з актуальними практиками. Зокрема, Коваленко О.П., завідувачка відділу гуманітарних та мистецьких дисциплін ПОІППО, методист української мови та літератури представила тему «Медіаосвіта через призму читацької грамотності». Від школи в тренінгу взяла участь вчитель географії Коваленко О.Г. За результатами навчання вона провела для вчителів школи методичний колоквиум: «Важливість медіаосвіти в підготовці до дослідження PISA-2018 в Україні». Учасники мали змогу спробувати виконати завданнями «PISA», з'ясувати суть медіамеседжу, креолізованого тексту.

Новою складовою медіаосвітнього простору міста і області стало запровадження медіаосвіти в Полтавському національному педагогічному університеті ім. В.Г. Короленка. Як зазначено в навчальному плані, метою запровадження є сформулювати у

студентів розуміння ролі та значення медійного світу в професійному та особистісному становленні людини [3]. .

Освітньо-науковою програмою підготовки магістра спеціальності «Журналістика» передбачено вивчення обов'язкової дисципліни «Медіаосвіта». Загальна кількість 180 годин. Зміст дисципліни передбачає такі теми як, оновні етапи формування медіаосвіти (медіаграмотності), медіаосвітні проекти ЮНЕСКО та Ради Європи, сучасна екранна культура та аудіовізуальна грамотність, тощо.

Також запропоновано вибіркову дисципліну «Методика викладання медіаосвіти в навчальних закладах різних типів». Загальна кількість 90 годин.

Зміст програми містить, зокрема, такі теми як методика аналізу медіамеседжів учнівської і студентської молоді, критичне мислення у процесі формування медіакомпетентності майбутніх фахівців.

Підготовка магістрантів спеціальності «Журналістика» передбачає проходження медіаосвітньої практики в навчальних закладах різних типів.

Виробнича медіаосвітня практика є важливим кроком формування медіапедагога і медіатренера, який здатен стати агентом змін для нового освітнього простору.

В 2017-2018 н.р. практика була організована вперше. Значну підготовчу роботу провела Професор кафедри журналістики Світлана Василівна Семенко. В нашому закладі практику проходили двоє магістранток Панкратова Анастасія, Долженкова Катерина. Вони проводили уроки курсу «основи медіаграмотності» в 8-х класах, позаурочні заняття. Особливо цікавим для учнів був урок, на якому вони знімали фільм. На позаурочному занятті з медіаосвіти практиканти обрали тему «Журналістика». Під час заняття учні дізналися про особливості роботи журналіста. Зокрема, про етапи створення журналістських матеріалів – від задуму й заголовку до фінальної частини і саморедагування. У ході практики її керівниками від кафедри журналістики та загальноосвітніх і позашкільних навчальних закладів м. Полтави й області глибоко і всебічно вивчаються ділові, моральні та особисті якості магістрантів із метою вирішення питань щодо їх найбільш доцільного використання у реалізації концепції «Нової української школи» та «Концепція впровадження медіаосвіти в Україні», а також здатності майбутнього фахівця виконувати функціональні обов'язки на тих чи інших посадах.

Учителі, батьки, фахівці ПОІППО, кафедра журналістики ПНПУ ім., В.Г. Короленко - ось коло тих, хто сьогодні бере участь у формуванні медіаосвітнього простору учнів КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів № 28». Педагогічний колектив продовжує роботу з упровадження медіаосвіти, реалізує поставлені завдання, зокрема: розвиваток навичок свідомого споживання медіапродукції, формування критичного мислення; розвиток вміння створювати власні медіапродукти; формування медіакультури родини.

Впровадження медіаосвіти сприяє адаптації учнівської особистості в умовах інформаційного суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. <http://nus.org.ua/>
2. <http://poippo.pl.ua/pidrozdily/tsentr-praktychnoi-psykholohii-i-sotsialnoi-roboty/>
3. <http://pnpu.edu.ua/ua/filology.php>
4. Медіаосвіта та медіаграмотність/Іванов В., ред.-упорядн., Волошенко О.;-К.: Центр вільної преси,2012.-352.
5. Програма курсу «Медіакультура». Автори: О. Т. Баришполець, О. Є. Голубева, Г. В. Мироненко, Л. А. Найдьонова, Н. І. Череповська

6. «Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: Посібник для вчителя»/ За ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза – К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. — 201 с.
7. Найдьонова Л. А, Баришполець О.Т. «Медіакультура особистості: Соціально-психологічний підхід»// Інститут соціальної та політичної психології НАПН України - Київ, 2011. – С. 32.
8. <http://www.aup.com.ua/>

The main forms of implementation of media education for different categories of the educational process participants are defined. The cooperation of different subjects of the process in the aspect of formation of media educational space in the educational establishment, in town, in region is developed.

Key words: *media education, forms of media education, critical thinking, media competence.*

Определены основные формы внедрения медиаобразования различных категорий участников образовательного процесса. Раскрыто сотрудничество различных субъектов объектов процесса в аспекте формирования медиаобразовательного пространства в школе, городе.

Ключевые слова: *медиаобразование, формы медиаобразования, критическое мышление, медиа компетентность.*

ОСВІТНЄ МЕДІАСЕРЕДОВИЩЕ ШКОЛИ: ПОШУК ІДЕЙ ТА ІННОВАЦІЙ

У статті розглядаються особливості розробки моделі шкільної медіаосвіти на основі принципів наскрізного навчання, характеризуються основні напрямки реалізації цієї моделі.

Ключові слова: модель шкільної медіаосвіти, науково-методична робота, медіаосвітнє середовище для учнів, медіаосвіта батьків, медіаосвітній центр школи, освітнє веб-середовище, медваторчість.

Пропоную розглянути модель шкільної медіаосвіти, яку ми розробляємо та впроваджуємо в освітнє середовище школи на засадах освітнього трикутника “педагоги — учні — батьки”.

Метою шкільної медіаосвіти є медіаграмотність та розвиток критичного мислення як актуальної життєвої навички 21 століття.

Розглянемо напрямки реалізації нашої моделі.

1. Організація науково-методичної роботи школи

Кадрове забезпечення шкільної медіаосвіти потребує суттєвого підвищення рівня медіаграмотності педагогів. Наші учителі — активні учасники різноманітних медіапроектів Академії української преси (Х Літня школа з медіаграмотності, майстер-класи Тетяни Іванової). Велика роль у підвищенні кваліфікації належить Дніпропетровській академії неперервної освіти, фахівці якої організують низку цікавих та пізнавальних курсів з медіадидактики та викладання курсів медіаосвітнього спрямування. Актуальним є участь учителів у тренінгах освітньої платформи “Критичне мислення” та “Прометеус” “Критичне мислення для освітян”.

Науково-методичні заходи у школі — ще один крок до медіамайстерності педагогів. Педагогічні ради, майстер-класи, тренінги передбачають засвоєння навичок критичного мислення, медіаосвітніх практик в інтерактивній формі. А продемонструвати набуті знання та навички можна при проведенні предметних місячників, яких у навчальному році три: початкових класів, суспільно-гуманітарного та природничо-математичного циклів. До структури методичної роботи ми також включили Тиждень безпечного Інтернету та тиждень медіакультури.

Але нагальною є потреба інтенсивної самоосвіти нашого педагогічного колективу. Всі теми індивідуальних самоосвітніх маршрутів узгоджено з темою експериментальної діяльності, а власні напрацювання презентуються на предметних місячниках і педрадах.

2. Створення медіаосвітнього середовища для учнів відбувається за декількома напрямками.

У школі викладається низка курсів за вибором, якими охоплені учні початкової, середньої та старшої школи.

Можна зазначити факт поширення практики інтеграції медіаосвітніх елементів у викладання низки шкільних предметів.

Активізовано позакласну роботу через заняття курсів учнівської творчості медіаосвітнього спрямування.

Перспективною і вже успішно відпрацьованою складовою освітнього медіасередовища є проектна діяльність класних керівників. А влітку минулого року ми започаткували Літню медіашколу як альтернативну форму навчальної практики.

3. Актуальності набуває питання медіаосвіти батьків. Відпрацьовуємо таку формулу: організували роботу сімейного медіаклубу “Як жити у світі медіа?”, засідання якого тричі на рік + залучаємо батьків до заходів медіаосвітнього спрямування (під час проведення Днів відкритих дверей, загальношкільних заходів та масових акцій) + забезпечуємо поінформованість цього процесу.

4. Окремо необхідно зупинитися на ролі шкільної бібліотеки як медіаінформаційного центру навчального закладу. Бібліотечний фонд поповнюється друкованими виданнями з питань медіаосвіти. Завдяки співпраці шкільного бібліотекаря та класних керівників у цьому навчальному році почав свою роботу “Бібліотечний медіамайданчик” як серія занять з питань медіаграмотності школярів. На базі самої бібліотеки учні 5-8 класів відвідують курси учнівської творчості медіаосвітнього спрямування. Робота нашої бібліотеки відзначена I місцем на обласному етапі Всеукраїнського конкурсу “Шкільна бібліотека-2017”.

5. Одним з головних завдань медіаосвіти у школі є залучення школярів до медіатворчості. Наші учні — призери багатьох конкурсів різних рівнів.

Ми маємо чималі досягнення. Але головне не в кількості призових місць, а у виховному потенціалі медіаторчості.

Аналіз діагностики рівня соціальної компетентності учасників медіаторчих проектів дозволяє стверджувати, що отримані результати відповідають нашій первинній меті.

По-перше, створюються медійні продукти - маємо низку анімаційних фільмів, відеороликів, буктрейлерів.

По-друге, проекти мають наслідки - привернено увагу учнів до соціальних, екологічних та інших проблем сучасності.

По-третє, проекти впливають на розвиток соціальної активності учнів, навичок критичного мислення та роботи у команді і стають потужним ресурсом національно-патріотичного виховання.

Ми зараз пішли далі, дотримуючись принципу: медіароботи — не заради медіаробіт, а як ресурс для подальшої роботи і учителя, і класного керівника, і шкільного психолога.

6. Наша школа працює над створенням освітнього веб-середовища закладу для інформаційно-комунікаційної підтримки експерименту.

Ми маємо:

7. офіційний сайт навчального закладу;

8. блог експериментальної діяльності “Шкільний медіакомпас”, на якому сконцентрована вся робота, яка сьогодні презентується;

9. до цього блогу прив'язані блоги педагогів, шкільного психолога, бібліотекаря;

10. а сам “Шкільний медіакомпас” прив'язаний до освітнього порталу Дніпропетровщини у розділі “Наскрізна медіаосвіта”;

11. ми-активні учасники групи “Лабораторія психології масової комунікації та медіаосвіти ІСПП НАПН України” на Фейсбуці.

Таким чином, підсумовуючи діяльність нашого закладу освіти на II етапі експерименту, можна зробити висновки:

- проводиться системна робота щодо розробки моделі шкільної медіаосвіти на основі принципів наскрізного навчання;
- позитивною є активна інтеграція медіаосвіти в предмети інваріантної складової навчального плану;
- потребує удосконалення робота батьківського медіаклубу та бібліотечного медіамайданчика;

- необхідно продовжувати роботу з організації самоосвітньої діяльності педагогів як передумови активного впровадження технології розвитку критичного мислення усіх учасників освітнього середовища.

В статье рассматриваются особенности разработки модели школьного медиаобразования, характеризуются основные направления реализации этой модели.

Ключевые слова: *модель школьного медиаобразования, научно-методическая работа, медиаобразовательная среда для учеников, медиаобразование родителей, медиаобразовательный центр школы, образовательная веб-среда, медиатворчество.*

The article deals with the peculiarities of developing a model of school media education on the basis of the principles of cross-cutting education, describing the main directions of implementation of this model.

Key words: *model of school media education, scientific and methodical work, media educational environment for students, media education of parents, media education center of school, educational web environment, obsession.*

Дух Людмила

КВНЗ «Харківська академія неперервної освіти»,
старший викладач кафедри соціально-гуманітарної освіти

ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ПІДГОТОВКИ ВЧИТЕЛЯ ДО ВИКЛАДАННЯ РОЗДІЛУ «СВІТ ІНФОРМАЦІЇ ТА МАС-МЕДІА» В ШКІЛЬНОМУ ІНТЕГРОВАНОМУ КУРСІ «ГРОМАДЯНСЬКА ОСВІТА»

У статті представлено теоретичний та практичний підходи до громадянської освіти та інформаційної компетентності учнів старших класів. Запропоновані підходи забезпечують виявлення специфіки формування громадянської активності через медіа грамотність.

У статті науково обґрунтовано вибір форм, методів і прийомів, які може використовувати вчитель, що викладає громадянську освіту, зокрема, розділ з медіаосвіти. Важливим у статті є аналіз педагогічних умов та можливостей вчителя щодо організації освітньої діяльності.

Ключові слова: медіаосвіта, медіа грамотність, формування громадської думки, свобода слова, критичне сприйняття, протидія маніпуляціям мас-медіа, педагогічні умови, педагогічна готовність вчителя.

Постановка проблеми. Процес визначення рівня сформованості медіа компетентності сучасного вчителя та його готовності до викладання відповідних навчальних курсів та тем з медіа освіти у шкільних навчальних програмах інваріантної та варіативної складової змісту середньої освіти охоплює велике коло соціологічних, педагогічних, філософських, гносеологічних і методологічних проблем, пов'язаних із пізнанням загальних закономірностей становлення та розвитку наукового дослідження рівня знань, умінь та навичок, які мають бути сформовані у процесі педагогічної діяльності. Потужний внесок у розробку даної теоретичної проблематики та практичне забезпечення медіа освіти було здійснено неприбутковою, неурядовою та незалежною організацією міжнародним благодійним фондом - Академією української преси (The Academy of Ukrainian Press).

Стан дослідження. В сучасній науковій дискусії питання теорії і практики медіаосвіти є предметом дослідження багатьох учених у працях про мас-медіа, моделі й методи медіа освіти, формування медіакомпетентності таких авторів, як. Л. Мастерман, Л. Симэли, В. Іванов, О. Волошенюк, О. Мокрогуз тощо.

Один із найбільш авторитетних медіапедагогів і теоретиків медіа Л. Мастерман (L. Masterman) обґрунтував сім причин пріоритетності й актуальності медіа освіти: високий рівень медіа і насиченість сучасних суспільств засобами масової інформації; ідеологічна важливість медіа та їхній вплив на свідомість аудиторії; швидкі темпи зростання

кількості інформації, посилення механізмів управління та її розповсюдження; інтенсивність проникнення медіа в суспільні процеси; підвищення значення візуальної комунікації й інформації в усіх сферах; необхідність навчання учнів та орієнтування на відповідність майбутнім вимогам; посилення національних і міжнародних процесів приватизації інформації [4].

Схожої позиції дотримується медіапедагог Л. М. Сімелі, який, зокрема, вказує, що критична медіаграмотність сприяє розвитку критичної позиції викладачів і учнів, коли вони сприймають медіа тексти або розмірковують про них. І, щоб розширити цю практику, важливо заохочувати учнів і викладачів ретельно досліджувати їх початкові уявлення про медіа тексти та залучати в критичному аналізі їх власне (ідеологічне) сприйняття ситуації, описаної або прихованої в тексті який розглядається, а також, відокремлювати правду від напівправди, коректність від некоректності, факти від вигадки, дійсність від міфу, об'єктивність від упередженості. [15, с. 26-27].

Метою дослідження є аналіз медіа компетентності вчителя, який викладатиме інтегрований предмет громадянська освіта. Відповідно до зазначеної мети нами були поставлені такі завдання: проаналізувати стан науково-методичного забезпечення діяльності вчителя з медіа освіти та визначити основні можливості курсів підвищення кваліфікації у формуванні медіа грамотності педагогічних працівників, зокрема, готовності до викладання відповідних тем в курсі «Громадянська освіта».

Виклад основного матеріалу.

В інформаційному суспільстві медіаосвіта визначається як навчання теорії та практичним умінням для опанування сучасними мас-медіа, які розглядаються як частина специфічної, автономної галузі знань у педагогічній теорії та практиці, як процес розвитку особистості за допомогою і на матеріалах сучасних мас-медіа з метою формування комунікативних здібностей, критичного мислення, культури спілкування, вміння в повній мірі сприймати, інтерпретувати, аналізувати та оцінювати медіаінформацію, навчати розпізнати фейкову інформацію, пропаганду та маніпуляції в медіа просторі.

Як відомо, медіакомпетентність формується як результат процесу медіаосвіти і є рівнем медіакультури й допомагає людині активно користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції та маніпуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують. [3]. Саме так зазначено у Концепції впровадження медіа-освіти в Україні від 20 травня 2010 року (протокол № 1-7/6-150), і той факт, що Президія Національної академії педагогічних наук України 21 квітня 2016 року схвалила нову редакцію Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, свідчить про беззаперечну важливість медіаосвіти для сучасного українського суспільства в умовах світової глобалізації та інформатизації, для формування медіа компетентності підростаючого покоління. Особливо, зважаючи на те, що нинішнє покоління дітей живе в умовах інформаційного суспільства, і, не випадково це покоління ще називають «поколінням Zet», або «поколінням центеніалів», які формуються саме завдяки доступу до інформаційних технологій. Це сучасні учні, які менше задають питань, бо шукають відповіді в інтернеті, «гуглять», це діти які, з раннього дитинства мають доступ до величезної кількості інформації, які одночасно можуть виконувати домашні завдання, користуючись багатьма джерелами і спілкуючись з однокласниками в соцмережах та меседжерах. Вони живуть і діють в умовах легкої доступності до будь-якої інформації, проте на жаль, вони часто не можуть поділити світ який їх оточує на віртуальний та реальний

Л.Найдьонова, заступниця директора з наукової роботи Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, завідувачка лабораторії психології масової комунікації та медіа освіти окреслила головні причини внесення змін та ключові новації нової редакції Концепції впровадження медіаосвіти в Україні. Вона вказала, що за шість років від прийняття відбулися суттєві зміни як на міжнародному рівні, так і у вітчизняних реаліях практики розвитку медіаосвіти, які потребували переосмислення. Виділено три групи причин: здобутки медіаосвіти на міжнародному рівні впродовж 2010–2016 рр., досвід експериментального впровадження медіаосвіти, зворотній зв'язок від педагогічної практики, умови зовнішньої інформаційної агресії, висвітлення в медіа збройного конфлікту на сході країни й анексії Криму, потреба долати психологічні наслідки війни.[8].

Головною метою Концепції визначено сприяння розбудові в Україні ефективної системи медіаосвіти, що має стати фундаментом гуманітарної безпеки держави, розвитку і консолідації громадянського суспільства, протидії зовнішній інформаційній агресії, всебічно підготувати дітей і молодь до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формувати у громадян медіаінформаційну грамотність і медіакультуру відповідно до їхніх вікових, індивідуальних та інших особливостей. У Концепції зазначається, що медіа потужно й суперечливо впливають на освіту молодого покоління, перетворюючись часто на провідний чинник його соціалізації, стихійного соціального навчання. До цього додаються вседозволеність інформаційного ринку, засилля низькопробної медіапродукції, низькоморальних ідеологем та цінностей, що спричиняє зниження в суспільстві імунітету до соціально шкідливих інформаційних впливів. Відтак постає гостра потреба в розвитку медіаосвіти.

Основними принципами медіаосвіти є: особистісний соціально-психологічний підхід, перманентне оновлення змісту, орієнтація на розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, пріоритет морально-етичних цінностей, пошанування національних традицій, патріотизм, громадянська спрямованість, естетична наснаженість, продуктивна мотивація. Зокрема, важливим є зазначення, що громадянська спрямованість медіаосвіти, в міру набуття нею форми медіаосвітнього руху, сприяє розвитку в країні громадянського суспільства та спирається на потенціал громадських об'єднань і асоціацій, узгоджує свої зусилля з розвитком інших громадських рухів. При цьому медіа-інформаційна грамотність громадян перетворюється на важливий складник політичної культури суспільства.[3].

Відомо, що теорія медіаосвіти розвиває критичне мислення. Справді, сучасні медіа в усьому світі часто використовують так звані маніпулятивні технології для впливу на аудиторію. Жити в демократичному суспільстві означає, крім усього іншого, вміти робити усвідомлений вибір, в тому числі і по відношенню до медіатекстів. Навчити учнів розпізнавати способи і форми маніпулятивного впливу медіа, орієнтуватися в сучасному інформаційному потоці це ключові завдання розділу «Світ інформації та мас-медіа» в курсі громадянської освіти.

Наразі є досить серйозна проблема щодо реалізації цього розділу вчителями, які будуть уже у 2018-2019 навчальному році викладати інваріантний предмет «Громадянська освіта» у 10 класах. Це недостатня теоретична та практична готовність вчителя з медіаосвіти, це ситуація, коли учні можуть знати і вміти більше щодо сучасних медіа технологій, і можуть мати сучасніше, ніж у вчителя, технічне оснащення

Аналізуючи зміст розділу навчальної програми, важливо визначити основний зміст навчального матеріалу:

Тема 1. Комунікація, інформація, медіа

Тема 2. Медіа і демократія. Свобода, етика і відповідальність

Тема 3. Маніпулятивний вплив медіа

Тема 4. Критичне сприйняття та протидія маніпуляціям мас-медіа

Тема 5. Інтернет

У навчальній програмі з громадянської освіти визначено очікувані результати щодо навчально – пізнавальної діяльності учнів з медіа освіти. Так, мають бути сформовані такі знання і розуміння: свобода слова, інформація, мас-медіа(медіа), медіатекст, суспільне мовлення, пропаганда, реклама, соціальні мережі, фейк, реклама, маніпуляція, джерела інформації, факт, судження, «мова ворожнечі». Учень має вміти характеризувати функції медіа в демократичній державі та наводити приклади їхнього впливу на прийняття рішень; пояснювати як медіа впливають на формування громадської думки; описувати ознаки замовних матеріалів в медіа, а також, буде здатний пояснити базові стандарти подання інформації в медіа; знатиме можливості Інтернету та усвідомлюватиме небезпеку, пов'язані з його використанням. Також, мають бути сформовані вміння та навички: усвідомлювати різницю між реальною подією та її відображенням у медіа тексті, володіти базовими технологіями запобігання впливу маніпулятивних та пропагандистських медіа повідомлень, розуміти і розпізнавати ознаки «мови ворожнечі» і здатний її розпізнати, вміти перевірити достовірність джерел інформації, володіти базовими технологіями критичного аналізу медіа текстів знати переваги і ризики під час користування соціальними мережами.

Для сучасного українському суспільству необхідне покоління громадян, які сприйматимуть громадянські цінності як власну важливу складову, як власне кредо; які зможуть приймати відповідальні рішення в ситуаціях вибору; матимуть розвинуте почуття відповідальності за долю країни та бачитимуть себе саме як громадянина України. Тобто, матимуть сформовану якість – громадянську компетентність, і невід'ємною її складовою є медіа компетентність. Зокрема про це йдеться в проекті Концепції розвитку громадянської освіти в Україні, обговорення якої проходило в українському суспільстві в 2018 році. [14].

Її ефективність у цьому напрямі прямо пропорційна компетентності вчителя.

Медіа компетентність є складовою компетентностей, визначених ключовою реформою освіти - Нової української школи. Українська школа вже досить давно опікується формуванням громадянської компетентності учнів як наскрізно, так і через варіативні та інваріантні шкільні предмети, але медіа компетентність залишається не зовсім зрозумілою самим вчителям, і, часто навіть досвідченим педагогам не просто визначати її зміст та методичні підходи щодо її формування.

В Харківській академії неперервної освіти на курсах підвищення кваліфікації нами проводилося дослідження щодо сформованості медіа компетентності.

Метою дослідження було бажання з'ясувати розуміння вчителями, які викладають предмети освітньої галузі «Суспільствознавство» основних понять медіаосвіти, визначити орієнтири медіаграмотності у професійній діяльності, скорегувати зміст лекцій, спираючись на досягнення сучасної освіти та моделювання діяльності вчителів у контексті впровадження нового інтегрованого курсу громадянської освіти.

Результати дослідження показали, що

- сучасні вчителі сприймають цінності та ціннісні орієнтації інформаційного суспільства як соціальну установку і розуміють, що школа, як соціальний інститут, має спиратися у своїй діяльності на певну систему цінностей;
- більшість вчителів мають опосередковані уявлення про педагогічні умови та підходи щодо формування медійної компетентності учасників освітнього процесу;
- багато вчителів історії та правознавства не розуміють ключові поняття медіа освіти та методичні підходи щодо їхнього впровадження в освітній процес;

– вчителі історії та правознавства внутрішньо готові до професійної самореалізації у контексті сучасних вимог, що висуваються до учителя в контексті впровадження курсу «Громадянська освіта», і, зокрема, опрацювання тем розділу «Світ інформації та мас-медіа»: визнають, що вплив інформаційного суспільства на сучасну школу є незаперечним та невідворотним, що формування медіа компетентності є важливою складовою в курсі громадянської освіти;

– вчителі усвідомлюють для себе, як важливу і необхідну потребу в медіа освіті та готові до подальшого навчання як на курсах підвищення кваліфікації, так і самостійне навчання зокрема на різних дистанційних освітніх платформах.

Щодо самовдосконалення та самонавчання, більшість вчителів визначили як необхідність зовнішнє керування цим процесом, чи надання установчих матеріалів та ресурсів з медіа освіти.

Отже, аналіз потреб переважної більшості вчителів в ході реалізації нового інтегрованого курсу «Громадянська освіта», дозволив виділити пріоритетні дії як самих вчителів так і науково-методичного супроводу щодо формування їхньої медіа компетентності, зокрема, і на курсах підвищення кваліфікації:

– усвідомити місію нової української школи щодо медіа освіти учасників навчання і продумати можливості ресурсного забезпечення інноваційного освітнього процесу;

– системно бачити процеси, що відбуваються в інформаційному полі сучасного суспільства та бути готовим до модернізації процесу навчання в цілому та курсу громадянської освіти як його складової;

– узяти на себе відповідальність за формування установок і цінностей щодо свободи слова і свободи інформації в сучасному світі, як фундаментальну цінність демократичного суспільства критичного підходу до медіа текстів, не використання «мови ворожнечі» тощо;

– проводити практичні заняття з учнями з розділу «Світ інформації та мас-медіа» в курсі громадянської освіти щодо аналізу медіа текстів, створення шкільних медіа, проведення соціальних інформаційних кампаній в школі чи громаді тощо;

– стати відкритим для спілкування, мотивувати учнів та колег до впровадження медіа освіти у весь освітній процес на засадах системного та цілісного підходів;

– створити нове освітнє середовище на своїх уроках: мотивуюче, розвиваюче інформаційно безпечне.

Для слухачів курсів підвищення кваліфікації в Харківській академії неперервної освіти протягом двох останніх років проводиться тематичних спецкурс за матеріалами академії української преси, «Практична медіаграмотність як складова професійної компетентності педагогів», який розрахований на 12 навчальних годин. Такий тематичних спецкурс проводиться за бажанням слухачів різних напрямків, вчителів, директорів, заступників директорів, шкільних бібліотекарів.

Також розроблена програма та навчально методичне забезпечення короткотривалого фахового курсу «Громадянська освіта» та проводяться курси підвищення кваліфікації для вчителів, які в наступному навчальному році будуть викладати інтегрований курс. Саме темам з медіа освіти приділена значна увага в цих курсах, це теми занять: «Людина у світі інформації. Засоби масової інформації як засіб формування громадської думки», «Формування критичного мислення та навиків протидії маніпуляція в мас-медіа», «Технології розпізнавання маніпуляцій для всіх видів медіа та інструменти перевірки медійної інформації». Слухачам курсів запропоновано відповідні ресурси для підвищення власної медіа компетентності. [1,5,6,9,10,11,12,16].

Проведення навчальних занять за відповідними темами продемонстрували значну зацікавленість педагогічних працівників медіа освітою, а також, це дозволило виявити та проаналізувати проблеми та виклики, з якими зустрінеться вчитель при реалізації програми для учнів 10 класів з громадянської освіти. Зокрема, це володіння інструментами для перевірки медійної інформації, можливості соціальних мереж, виокремлення пропаганди та інформації, робота з фейками при опрацювання заголовків та змісту текстів, а також, відео-фейки. Значний інтерес слухачів курсів викликала тема, пов'язана з використанням маніпулятивних технологій в медіа, вчителі зазначили, що цей напрямок потребує більш детального вивчення та практичного опрацювання, і зазначили, що є потреба в додаткових навчальних матеріалах з цього напрямку медіаосвіти.

Підсумовуючи, варто зазначити, що становлення учнів як свідомих, інформаційно грамотних громадян вимагає партнерської взаємодії усіх учасників освітнього процесу – учнів, учителів, адміністрації школи, батьків, місцевої влади і відповідних громадських організацій щодо формування медійної компетентності. І, першочерговим завданням у цьому процесі є надання відповідного інструментарію, ресурсного забезпечення з медіаосвіти вчителю, який буде викладати зазначені теми. Тому нагальною, на нашу думку, є створення ресурсного сайту, чи сторінки щодо навчально- методичного забезпечення викладання розділу «Світ інформації та мас-медіа».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Безкоштовний онлайн-курс «Новинна грамотність», розроблений ГО «Детектормедіа» Режим доступу: <http://detector.media/infospace/article/130618/2017-10-05-kurs-novinna-gramotnist-vzhe-dostupnii-onlain-bezkoshtovno>
2. Іванов В. Ф. Медіаосвіта та медіаграмотність: визначення термінів / В. Ф. Іванов, О. Я. Шкоба // Інформаційне суспільство. – 2012. – № 16. – С. 41–52
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) Режим доступу: <http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya-vprovadzhennya-mediaosviti-v-ukraini-nova-redaktsiya/>
4. Мастерман, Л. Обучение языку средств массовой информации // Специалист. – 1993 (а). -№ 4. - С. 22-23.
5. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / [ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк]. – К.: Центр вільної преси, 2011. – 352 с.
6. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: Посібник для вчителя / за ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза. – К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. – 201 с.
7. Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства: посібник для вчителя / Т. Бакка, О. Бурім, О. Волошенюк, Р. Євтушенко, Т. Мелещенко, О. Мокрогуз; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. – К. : ЦВП, АУП, 2016. – 243 с.
8. Л.Найдьонова Оновлення Концепції медіаосвіти: навіщо було потрібне і які зміни внесені Режим доступу: <http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/onovlennya-kontseptsii-mediaosviti-navischo-bulo-potribne-i-yaki-zmini-vneseni/>
9. Медіа драйвер. Твій навігатор у світі медіа. Режим доступу: <http://mediadrivervonline/>
10. Медіазнайко – це перша навчальна гра з медіаосвіти в Україні Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/Game/index.html>
11. Медіаграмотна місія навчальна гра з медіа освіти. Режим доступу: http://irex.mocotms.com/ml_game/story_html5.html

12. Основи медіаграмотності: Навчально-методичний посібник для вчителя 8 (9) клас. Плани-конспекти уроків / за ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк, О. П. Мокрогуза. – К.: Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. – 190 с.
13. Основи медіаграмотності: Програма для загальноосвітніх навчальних закладів 10-11 класів із навчанням українською мовою, а також російською та іншими мовами національних меншин / [В. В. Літостанський, В. Ф. Іванов, Т. В. Іванова, О. В. Волошенюк, В. І. Даниленко, В. П. Мележик]. – К.: АУП, 2014.
14. Проект концепції розвитку громадянської освіти в Україні Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/news/mon-proponuye-do-gromadskogo-obgovorennya-koncepciyu-rozvitku-gromadyanskoyi-osviti-v-ukrayini>
15. Сулім А. А. Медіакомпетентність як результат упровадження медіаосвіти / А. А. Сулім // Вісник Харківського Національного університету ім. В. Каразіна. – Харків, 2011. – Вип. 3, № 968. – С. 26–29. – (Серія «Соціальні комунікації»).
16. Шейбе С. Медіаграмотність: Підручник для вчителя / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу; пер. з англ. С. Дьома; за заг. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. – 319 с.

В статье представлены теоретический и практический подходы к гражданскому образованию и информационной компетентности учащихся старших классов. Предложенные подходы обеспечивают выявление специфики формирования гражданской активности через медиа грамотность. В статье научно обоснован выбор форм, методов и приемов, которые может использовать учитель, преподающий гражданское образование, в частности, раздел с медиаобразованием. Важным в статье является анализ педагогических условий и возможностей учителя по организации образовательной деятельности.

Ключевые слова: *медиаобразование, медиа грамотность, формирование общественного мнения, свобода слова, критическое восприятие, противодействие манипуляциям СМИ, педагогические условия, педагогическая готовность учителя.*

The article presents theoretical and practical approaches to civic education and informational competence of senior students. The proposed approaches provide identification of the specifics of the formation of civic activity through media literacy. The article scientifically substantiates the choice of forms, methods and techniques that can be used by a teacher teaching civilian education, in particular, a section on media education. An important issue in the article is the analysis of pedagogical conditions and opportunities of the teacher regarding the organization of educational activities.

Key words: *media education, media literacy, public opinion forming, freedom of speech, critical perception, counteraction to mass media manipulation, pedagogical conditions, teacher's teacher's readiness.*

ВПЛИВ STEM-ГРАМОТНОСТІ ТА МЕДІА-ГРАМОТНОСТІ НА СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ТВОРЧОЇ ОСОБИСТОСТІ ВЧИТЕЛЯ

У статті представлено теоретичне обґрунтування специфіки STEM-освіти, STEM-грамотності та медіа-грамотності як інноваційних складові процесу творчого розвитку сучасного вчителя. Проаналізовано основні характеристики понять «інновації», «медіа-освіта», «медіа-грамотність», «STEM-освіти», «STEM-грамотності» та визначено взаємозв'язок між ними. В результаті встановлено, що в умовах інформаційного простору сучасний вчитель повинен бути STEM-грамотним та медіа-грамотним фахівцем, який вміє ефективно використовувати засоби медіа-освіти та STEM-освіти як джерело самоосвіти та професійного розвитку. Автор зазначає, що медіа-грамотність та STEM-грамотність є результатом медіа-освіти та STEM-освіти, а також обов'язковим компонентом процесу підготовки творчої особистості сучасного вчителя.

Ключові слова: інновація, STEM-освіта, медіа-освіта, медіа-грамотність, STEM-грамотність.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток технологій, що відбувається в сучасних умовах, зумовлює необхідність підготовки кваліфікованих вчителів нової генерації, що передбачає перебудову всіх ланок системи вітчизняної освіти, насамперед, вищої. Саме тому популярності в Україні набуває STEM-освіта та медіа-освіта, які сприяють формуванню креативних особистостей, здатних швидко реагувати на виклики суспільства, генерувати нові ідеї, розв'язувати складні завдання в майбутній професійній діяльності. Що визначає потребу в інноваційних підходах до організації навчально-виховного процесу у вищому педагогічному навчальному закладі, спрямованих на формування фахівців з високим рівнем професійної майстерності та компетентності, здатних до професійного саморозвитку та самовдосконалення і є конкурентоспроможними на ринку праці. Вирішення означених проблем в умовах інформаційного простору потребує від сучасного вчителя володіння медіа-компетентністю, медіа-грамотністю та STEM-грамотністю, оволодіння спеціальними знаннями, вміннями, навичками у сфері медіа та уміннями використовувати медіа як джерело самоосвіти та професійного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам STEM-освіти присвячено роботи як вітчизняних так і зарубіжних науковців: Т. Андрущенко, С. Буліга, С. Бревус, В. Величко, С. Гальченко, Л. Глоба, К. Гуляєв, Е. Клімова, О. Комова, О. Лісовий, Н. Морзе, Л. Ніколенко, М. Попова, В. Приходнюк, М. Рибалко, О.Є. Стрижак, І.С. Чернецький, М. Harrison, D. Langdon, В. Means, Е. Peters-Burton, N. Morel, J. Confrey, A. House та інших. Питання впровадження STEM-освіти в навчальних закладах, які готують майбутніх педагогів розглядають науковці R. Vaiduc, R. Linsenmeier, N. Ruggeri, В. Coppola [4; 6; 8]. Аспекти проблеми медіа-освіти та медіа-грамотності вчителів є предметом міждисциплінарних досліджень українських і зарубіжних учених – В. Возчикова, М. Духаніна, С. Іць, М. Матвійчук, Г. Михалевої, В. Савчука, Дж. Гербнера, Г. Лассуелла, М. Маклюєна, Л. Мастермана [2; 3; 5]. Проведений аналіз наукової літератури свідчить про те, що питання специфіки STEM-освіти, медіа-освіти, медіа-компетентності, STEM-грамотності та медіа-грамотності у процесі підготовки сучасного вчителя не було предметом спеціального комплексного дослідження.

Постановка завдань дослідження. Розкриття специфіки STEM-освіти, медіа-освіти, STEM- грамотності та медіа-грамотності як необхідних складових процесу підготовки сучасного вчителя.

Виклад основного матеріалу дослідження. Спочатку визначимо специфіку поняття «інновація», так як воно є складовим компонентом у STEM-освіті та медіа-освіті.

Інновація – 1) нововведення, новизна, новаторство; 2) ціленаправлене змінення, яке вносить в освітнє середовище нові незмінні елементи (нововведення), які покращують характеристики окремих частин, компонентів та самої освітньої системи в цілому; 3) нові форми організації праці та управління, нові види технологій, які охоплюють не лише окремі установи й організації, але й різні сфери; 4) процес часткових змін, що ведуть до модифікації окремо взятих цілей освіти або засобів і способів їх досягнення; 5) цілеспрямоване і кероване внесення змін в освітню практику шляхом створення, розповсюдження та освоєння новоутворень; 6) комплексний процес створення, розповсюдження та використання нового практичного засобу в галузі техніки, технології, педагогіки, наукових досліджень [1]. З аналізу наукової літератури бачимо, що єдиного визначення зазначеного поняття на жаль немає.

Ми погоджуємося також із А. Фокшек, що запровадження інновацій в освіту дозволяє вирішити суперечності між старою системою і потребами в якісно новій освіті. Адже інноваційний напрям розвитку освіти можливо забезпечити, лише сформувавши покоління особистостей, які розмірковують і діють по-інноваційному, особливо це стосується підготовки майбутніх вчителів [7, с. 310].

Отже, за своїм змістом поняття «інновації» відноситься не лише до створення і розповсюдження новацій, але й до таких змін, які носять суттєвий характер, супроводжуються змінами в способі діяльності та мисленні, які покращують педагогічний процес, а в умовах сучасного інформаційного простору медіа-освіта та STEM-освіта і є такими новими елементами.

Тепер розкриємо сутність поняття STEM-освіти. Акронім STEM вживається для позначення популярного напрямку в освіті, що охоплює природничі науки (Science), технології (Technology), технічну творчість (Engineering) та математику (Mathematics). Ми погоджуємося із вченими, що цей напрям в освіті сприяє посиленню інноваційних технологій в навчальних програмах.

Дослідження вчених [4; 6; 8], що займаються вивченням даної проблеми виявили ряд протиріч: 1) існуюча, традиційна система освіти не повною мірою відповідає вимогам і запитам навчання і підготовки фахівців XXI століття; 2) зниження мотивації внаслідок навчання STEM-предметів і вибору професії такого типу; спостерігається досить низький рівень успішності в дисциплінах фізико-математичного профілю, а також відсутність здібностей вирішувати реальні проблеми, які потребують знань і застосувань STEM-дисциплін. Ці недоліки призвели до зменшення числа підготовлених кваліфікованих STEM-працівників.

Необхідно відзначити складність і багатогранність STEM-освіти у вищих педагогічних навчальних закладах, в результаті чого для вирішення питань, пов'язаних з відсутністю STEM-грамотності, розробляються програми за різними напрямками та рівнем складності.

Виділимо основні підходи до їх розробки: 1) Розширити навчальний досвід з окремих STEM-предметів, використовуючи проблемно-орієнтовану навчальну діяльність, в ході якої аналітичні концепції застосовуються до реальних світових проблем. 2) Інтегрування знання STEM-предметів, щоб створити глибоке розуміння їх змісту, що призведе до розширення можливостей учнів або студентів в майбутньому вибрати технічний або науковий напрям кар'єри. Представники технічних вузів, вважають, що в STEM-освіті повинен переважати багатопрофільний підхід, який використовує інтегрованість в навчанні STEM-дисциплін. 3) Впровадження інновацій в методику навчання кожному з STEM-предметів і як інтегрований підхід до навчання, де основні поняття науки, технології, інженерії та математики перенесені в одну навчальну

програму. Такий широкий спектр підходів обумовлений як складністю досліджуваного явища, так його причинами [6].

Однак спостерігається деяка суперечність – розробка освітніх програм, за якими велася б підготовка працівників з необхідними для XXI століття вміннями і навичками вельми складна, оскільки ці навички будуть змінюватися з появою нових технологій та інновацій. Вчені, що займаються вивченням даної проблеми вважають, що необхідна така програма, яка покаже студентам, як інтегрувати STEM-знання, уміння і навички, щоб грамотно і компетентно вирішувати складні проблеми реального світу, пояснити їх природу і призначення та здатності міркувати над STEM проблемами.

Доцільно відмітити, що значення реформи освіти в STEM-напрямку можна виразити через три ключових чинники: перший – пов'язаний з глобальними економічними проблемами; другий – вказує на зміни потреб в робочій силі, що вимагає комплексних знань, вмінь та навичок, що відповідають вимогам XXI століття; третій – попит на STEM-грамотність, необхідну для вирішення глобальних технологічних проблем [3]

Ми погоджуємося із О. Кузьменко, що STEM – це сучасний освітній феномен, що означає підвищення якості розуміння студентами дисциплін, що відносяться до науки, технології, інженерії та математики, мета якої – підготовка до ефективних змін для вирішення нових завдань та проблем (в тому числі через поліпшення навичок високоорганізованого мислення) і розвиток компетенції в STEM-освіті, тобто розвиток STEM-грамотності [4., с. 190].

Отже, впровадження STEM-освіти має глибинний характер і включає розв'язання проблем підготовки вчителя, який усвідомлює свою соціальну відповідальність, постійно дбає про своє особистісне і професійне зростання, вміє досягти нових педагогічних цілей. Під цим кутом зору роль вчителя полягає не лише в тому, щоб забезпечити трансляцію знань, але й бути людиною культури і вселюдських цінностей, провідником ідей державотворення і демократичних змін.

Саме тому домінантною стає підготовка вчителя, діяльність якого не обмежується викладанням власного предмета; фахівця, здатного до здійснення міждисциплінарних зв'язків, який усвідомлює значущість професійних знань в контексті змінного інформаційного простору. Важливим є його вміння організувати навчальний процес як педагогічну взаємодію, спрямовану на розвиток особистості дитини, її підготовку до розв'язання завдань життєтворчості.

Доцільно підкреслити, що медіа-освіта та STEM-освіта є частиною освітнього процесу, спрямованою на формування в суспільстві медіа-культури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

У вищому навчальному закладі передбачають підготовку інноваційних педагогів, а якщо STEM та медіа-освітні елементи входять до навчальних програм циклу професійно-орієнтованої гуманітарної підготовки сприяють ефективному розвитку суб'єктів педагогічного процесу.

Як нами було визначено в попередніх статтях результатом медіа-освіти є медіаграмотність, яка сприяє оволодінню знаннями у сфері мас-медіа, вміннями і навичками аналізувати, оцінювати й використовувати медіа у педагогічній діяльності та визначати вплив різних мас-медіа на соціалізацію особистості [2., с. 260].

Щодо поняття STEM-грамотність то воно є міждисциплінарною областю дослідження, яка з'єднує всі чотири області: науку, технології, інженерію та математику. STEM-грамотність означає не просто досягнення грамотності в цих чотирьох напрямках, а й спонукає студентів перейти від вивчення дискретних фрагментів явища до механічних процесів і до світу в цілому.

Отже, медіаграмотність та STEM-грамотність майбутнього вчителя є частиною медіа-освіти та STEM-освіти, що сприяє розумінню важливості міжособистісного професійного спілкування для успішності педагогічної діяльності; прагнення до підвищення рівня комунікаційної та медіакомпетентності; уміння спілкуватися з використанням для цього телекомунікаційних каналів зв'язку; вільний доступ до медіа для споживання та виробництва власної медіа- та STEM-продукції.

Саме тому потрібно приділити велику увагу тому, щоб студенти усвідомили, яким чином навчання STEM та медіа вплине на їх майбутню професійну діяльність, які шляхи впровадження, які актуальні питання та перспективи вибору сприяють професійному розвитку, адже STEM-освіта та медіа-освіта є «містком» між навчанням студентів та їхньою кар'єрою.

Також STEM-освіта й медіа-освіта сприяють створенню інформаційно-комунікативного середовища, сприятливого для навчання, та дозволяють залучити студентів до процесу навчання, спонукають їх бути більш активними суб'єктами освітнього процесу, та створюють такі педагогічні умови для розвитку творчого потенціалу особистості, самостійного критичного мислення, ціннісних орієнтацій та формування спектра життєвих компетентностей, адекватних новим життєвим реаліям.

Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.

Слід зазначити, що впровадження STEM-освіти та медіа-освіти в навчально-виховний процес дозволить:

- трансформувати систему освіти у напрямку введення нових курсів природничо-математичних дисциплін у варіативній та інваріативній складових навчальних планів;
- формувати і розвивати навички науково-дослідної та інженерної діяльності, ранню професійну самовизначеність і усвідомлення професійного вибору підростаючим поколінням;
- підтримати обдаровану молодь;
- надати можливість дітям з особливими потребами доступ до всіх напрямків якісної освіти;
- поширити інноваційний педагогічний досвід та освітні технології;
- пропагувати результати науково-технічної творчості;
- відпрацювати систему показників якості системи освіти, які будуть слугувати орієнтирами для інноваційного розвитку системи освіти та її інтеграції у світовий і європейський освітні простори.

У контексті підготовки майбутніх учителів STEM-грамотність та медіа-грамотність розглядається як динамічна система знань і умінь, навичок і способу інноваційного мислення, цінностей і творчих особистісних якостей, які визначають здатність до інноваційної та педагогічної діяльності: готовність до розв'язання комплексних задач, критичного мислення, креативності, організаційних здібностей, здатність до ефективної взаємодії. обов'язковим компонентом процесу підготовки творчої особистості сучасного вчителя.

Отже, результатом медіа-освіти та STEM-освіти є рівень підвищення медіа-грамотності та STEM-грамотності усіх суб'єктів педагогічного процесу у вищому навчальному закладі. Медіа-грамотність та STEM-грамотність є обов'язковим компонентом процесу підготовки творчої особистості сучасного вчителя, яка базується на розвиненій структурі знання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України; [головний ред. В.Г. Кремень]. – К.: Юрінком Інтер, 2008. – 1040 с. (481)
2. Кожевникова А.В., Дудко Я.В. Медіа-освіта, медіа-грамотність та медіа-компетентність як інноваційні складові процесу підготовки сучасного вчителя / А.В. Кожевникова, Я.В. Дудко // Збірник статей Четвертої міжнародної науково-

- методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ.: Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2016. – 504 с. – С. 257-264.
3. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні // Інститут соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ispp.org.ua/news_44.htm
 4. Кузьменко О. Сутність та напрямки розвитку STEM-освіти / О. Кузьменко // Наукові записки. Серія Проблеми методики фізико-метаматичної і технологічної освіти. – Випуск 9(III). – с. 188-191.
 5. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр вільної преси, 2012. – 352 с. – с. 8.
 6. Проект концепції STEM -освіти в Україні [Електронний ресурс]. / Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/0B3m2TqBM0APKT0d3R29PbWZwUnM/view>.
 7. Фокшек А.В. Суб'єкт-суб'єктне управління як інноваційний шлях підготовки майбутнього вчителя / Фокшек А.В. // Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології: науковий журнал Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка / [ред. кол.: Сбруєва А.А. (гол. ред.) та ін.]. – №3 (21), 2012 – Суми: СумДПУ імені А.С.Макаренка, 2012. – Випуск 4. – Частина 2. – 465 с. – С. 309 – 315.
 8. Що таке STEM-освіта у навчальному закладі [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.pedrada.com.ua/article/1401-shcho-take-stem-osvta-u-navchalnomu-zaklad>.

В статье представлены теоретическое обоснование специфики STEM-образования и медиа-образования, STEM-грамотности и медиа-грамотности как инновационных составляющие процесса подготовки современного учителя. Проанализированы основные характеристики понятий «инновация», «медиаобразование», «медиа-грамотность», «STEM-образование», «STEM-грамотность» и определена взаимосвязь между ними. В результате установлено, что в условиях информационного пространства современный учитель должен быть STEM-грамотным и медиаграмотным специалистом, который умеет эффективно использовать средства медиаобразования и STEM-образование как источник самообразования и профессионального развития. Автор отмечает, что медиа-грамотность и STEM-грамотность является результатом медиа-образования и STEM-образования, а также обязательным компонентом процесса подготовки творческой личности современного учителя.

Ключевые слова: инновация, медиаобразование, медиа-грамотность, STEM-образование, STEM-грамотность.

The article presents the theoretical substantiation of the specificity of STEM-education and media education, STEM-literacy and media literacy as innovative components of the process of preparing a modern teacher. The main characteristics of the concepts "innovation", "media education", "media literacy", "STEM-education", "STEM-literacy" and the relationship between them are analyzed. As a result, it has been established that in the context of the information space, the modern teacher should be a STEM-literate and media literate specialist who can efficiently use the means of media education and STEM-education as a source of self-education and professional development. The author notes that media literacy and STEM literacy are the result of media education and STEM education, as well as a compulsory component of the process of preparing the creative personality of a modern teacher.

Keywords: innovation, media-education, media-literacy, STEM-education, STEM- literacy.

МЕДІАКОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК ОСНОВНА СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ КВАЛІФІКАЦІЇ СУЧАСНОГО ВЧИТЕЛЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ОСВІТИ

У статті висвітлюються шляхи формування медіакомпетентності майбутніх учителів громадянської освіти за умов використання інформаційних технологій та Інтернету з метою успішної реалізації завдань суспільствознавчого напрямку. Досліджуються моделі медіаосвіти та шляхи формування медіакомпетентності, а також специфіка медіатексту як форми інтегративної освіти, як тексту відкритого типу – на змістовому, структурно-композиційному та знаковому рівнях.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаграмотність, медіакомпетентність, медіатекст, медіакультура, засоби масової інформації

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток у сучасному світі інформаційно-комунікаційних технологій та системи мас-медіа нагально потребує цілеспрямованої підготовки особистості до вмілого і безпечного користування ними. Мас-медіа надають можливість глобальної комунікації, забезпечують шляхи приєднання країни до світової спільноти. Сучасні школярі досить вільно орієнтуються в інформаційному просторі. Тому завдання сучасного педагога: розвивати критичне мислення дитини, його уміння аналізувати та відбирати важливу інформацію, структурувати, узагальнювати, використовувати й осмислено створювати для інформаційного середовища власні медіатексти, формувати медіа-культуру школярів. Діяльність кожного педагога, спрямована на формування медіа-культури сучасного учня, повинна починатися з формування його власної медіа-компетентності.

Під час навчання в школі учні мають зміцнити ставлення до засобів масової інформації, здатність до взаємодії з медіа. Учитель на уроках має навчати учнів розумінню наслідків впливу медіа, ролі засобів масової інформації як конвеєра знань.

Школа має випереджати розвиток суспільства та давати учням знання про найсучасніші наукові досягнення, інноваційні структури, готувати їх до практичної діяльності. На нинішньому етапі розвитку суспільства володіння інформаційними технологіями стає неодмінною вимогою для випускника школи.

У сучасному суспільстві наукам гуманітарного циклу належить особлива роль, оскільки в процесі їх вивчення відбувається формування основ світогляду школяра.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема медіаосвіти та медіаграмотності присвячена значна увага в сучасній педагогічній науці. У цій галузі широко відомі роботи Л. Баженової, О. Баранова, О. Волошенюк, Н. Габора, Л. Зазнобіної, В. Іванова, Л. Мастермана, В. Монастирського, Н. Найдьоновної, С. Пензіна, Г.Поличко, О. Спичкіна, Ю. Усова, О. Федорова, Н. Хилько, І. Челишева, О. Шарикова та ін.

Мета статті – розкрити особливості формування медіакомпетентності майбутніх учителів музичного мистецтва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Методика формування медіакомпетентності ґрунтується на реалізації різних завдань творчого характеру, що сприяють засвоєнню знань про прийоми сприйняття й аналізу медіатекстів, застосуванню цих знань у різних ситуаціях, розвитку досвіду створення медіатекстів, творчого контакту з медіа.

Проблеми взаємодії мас-медіа та школи стали особливо актуальними в період становлення демократичного суспільства, коли достовірність змісту медіа-повідомлень не перевіряється і читачі постають перед вибором з них таких, які можна вважати істинними і використовувати для розв'язання професійних і побутових завдань. Аналіз досвіду шкіл зі здійснення медіаосвіти школярів показує, що найбільш

значні зміни сьогодні відбуваються саме в інформаційній галузі. Завдяки широкому поширенню засобів масової інформації, учень постійно стикається з безмежним інформаційним потоком. І вплив цих потоків ні батьками, ні вчителями, як правило, мало контрольований. Професійно-орієнтоване використання сучасних інформаційних технологій та системи Інтернет стає для майбутніх фахівців українського ринку праці нагальною потребою, що обумовлює необхідність внесення істотних змін в систему освіти, які полягають в:

- необхідності підвищення якості підготовки випускників шкіл до використання мас-медіа у подальшому навчанні та майбутній професійній діяльності;
- прагненням майбутніх учителів конструювати медіапростір учнів через теорію критичного мислення для споживання медіаінформації;
- тотальне оволодіння учнями системою інформаційно-комунікаційних технологій, що постійно розвиваються, навчати різним формам самовираження за допомогою медіатехніки;
- формування медіакомпетентності майбутніх фахівців на рівні школи та вищого навчального закладу;
- вміння в повній мірі сприймати, інтерпретувати, аналізувати й оцінювати медіатексти, з метою формування культури спілкування, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення.

«Мета освіти з медіаграмотності – допомогти особам, незалежно від віку, розвинути навички досліджувати та вміння виражатися, які їм потрібні, щоб вони вміли критично мислити, ефективно комунікувати та бути активними громадянами в сучасному світі». У цьому твердженні наявні цілі – створити «осіб, що критично мислять», «ефективно комунікують» та є «активними громадянами», а також стратегії, як цього досягнути, що розподіляються на дві категорії: «навички досліджувати» та «вміння виражатися» [8, с.80].

Медіакомпетентність сучасної людини неможливо виокремити з інших її компетенцій — професійної, економічної, вміння будувати й розвивати стосунки, відповідально взаємодіяти з довкіллям тощо. Адже сучасне життя щільно медіатизоване, й ця тенденція тільки посилюється. **Таким чином, просування людини в матеріальному, кар'єрному, статусному планах стає безпосередньо залежним від рівня її медіакомпетентності.**

Дж. Берен визначив класифікацію умінь, необхідних для медіакомпетентності особистості:

- здатність і готовність зробити зусилля, щоб сприймати, розуміти зміст медіатексту і фільтрувати «шум»;
- розуміння і повага до сили впливу медіатекстів;
- здатність розрізнити емоційну й аргументовану реакцію при сприйнятті, щоб діяти відповідно;
- розвиток компетентного припущення про зміст медіатексту;
- знання умовностей жанрів і здатність визначати їх синтез;
- здатність міркувати про медіатекст критично, незалежно від того, наскільки впливові їх джерела;
- знання специфіки мови різних медіа і здатність розуміти їх вплив, незалежно від складності медіатекстів [7, с. 24].

Навичкам дослідження, спеціалісти з медіаосвіти витрачають значну кількість часу, допомагаючи учням навчитися ставити питання, не тільки коли вони аналізують медіапродукти, створені іншими людьми, а й також, коли вони самі створюють медіапродукти.

Але лише ставити питання – цього недостатньо. Як пишуть Елізабет Томан і Тесса Толлс з Центру медіаграмотності: «Стати медіаграмотною людиною означає не тільки

запам'ятовувати факти про медіа, а швидше навчитися ставити правильні питання про те, що ви переглядаєте, читаєте або слухаєте». Іншими словами, важливо, що учні вчать ставити корисні питання. Аксиома, яка каже, що якість відповідей, які ви отримуєте, залежить від якості питань, які ви ставите, – істинна [8, с.81-82].

Будь-який медіатекст традиційно сприймається нарративом, тобто носієм інформації. Розуміння відмінностей у передаванні інформації дає змогу доцільніше використовувати різні за призначенням і формою методи медіаосвіти. При цьому важливо, щоб вчитель громадянської освіти був не лише ініціатором і консультантом медіаосвіти. Він має виконувати свою роль залежно від призначення уроку. Так само, як змінюватиметься роль і місце вчителя на уроці, так еволюціонуватиме у своїй ідентифікації кожен учень. Виконуючи вправи з медіаграмотності, учні поступово перетворюватимуться зі споживачів, свідків, спостерігачів на активних учасників і творців медіапроцесу. Медіатекст, на відміну від тексту, — це твір масовоінформаційної діяльності та масової комунікації. Суть медіатексту — конкретна інформація, що виражена мовленням з метою впливу на громадську думку, переконання. За медіатекстом стоїть мовна особистість людини, яка його створює, її світосприйняття, інтелектуальний рівень, когнітивна здатність. Відображення у тексті події передбачає наявність у ньому прихованого контексту. Прихована інформація, яка впливає з тексту завдяки асоціативності його одиниць називається підтекстом. Для медіатексту і тексту взагалі характерні логічна закінченість висловлювань, комунікативний намір та прагматична установка. Отже, якщо кожен учень пройде цей шлях комплексно, ставши зрештою ініціатором пошуку об'єктивної інформації, вчитель може своє завдання з розвитку медіакомпетенції цілком виконаним.

Враховуючи те, що показником готовності фахівця будь-якої професії до виконання певного виду діяльності сьогодні визнано медіакомпетентність, яку будемо розуміти як інтегровану характеристику особистості педагога, що ґрунтується на сукупності його мотивів, знань, умінь, цінностей і здатностей, котрі спроможні забезпечити медіаосвіту студентів.

Покликання викладача – навчати студентів самостійно опрацьовувати, диференціювати, оцінювати й систематизувати інформацію. Тому що мас-медіа активно втручаються в освіту, змінюючи технології навчально-виховного процесу, та змісту викладачі зобов'язані мати розвинуті методичні навички роботи з мультимедіа. Завдання педагога полягає в тому, щоб організувати для студентів середовище, яке сприяло б спільному пізнанню нових можливостей.

Медіакомпетентність формується як результат процесу медіаосвіти – рівень медіа-культури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіа-культурних смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіа-простором, створювати нові елементи медіа-культури сучасного суспільства [4, с.48].

Олександр Федоров визначає професійну медіакомпетентність педагога як сукупність умінь (мотиваційних, інформаційних, методичних, практико-операційних/діяльнісних, креативних), яка дозволяє здійснювати медіаосвітню діяльність в аудиторії різного віку.

Медіакомпетентність, як і медіаосвіта, є багатовимірною і потребує широкої перспективи, яка базується на розвиненій структурі знання. Теоретично підвищувати рівень медіакомпетентності можна протягом усього життя шляхом сприйняття й аналізу пізнавальної, емоційної, естетичної, етичної медіаінформації. За Дж. Поттером, «аудиторія, яка перебуває на вищому рівні медіаграмотності, володіє більш високим рівнем розуміння медійного світу» [9, с.28].

Медіакомпетентність може допомогти людині знайти відповідь у контексті історично обмежених значень, які доступні її сприйняттю. Грамотність читання й переосмислення медіатекстів допомагає відповісти на

запитання: «Ким я стаю, коли я бачу це?» [10, с.43].

Цей вислів американського професора Арт Сільверблет підтверджують запропоновану ним стратегію медіакомпетентності, що заключається в оволодінні мистецтвом критичного мислення, що дозволяє аудиторії розробляти незалежні судження про медіатекст, розуміти процеси масової комунікації, усвідомлювати вплив медіа на особистість і суспільство. Як зазначає А. Сільверблет, на шляху медіаосвіти виникає немало перешкод: «елітарність», складність мови медіа, емоційний характер медійного впливу. Йдеться про те, що досить часто люди помічають вплив медіа на інших, але при цьому не бажають визнавати вплив медіа на їх особисте життя.

Американська дослідниця Донна Алверман, професор в Університету Джорджії, працюючи над текстами для дітей, які не відвідують школу формувала медіакомпетентність педагогів з підготовки та озвучення медіатекстів для учнів і закликала їх критично грамотно переосмислювати, використовуючи нові технології і соціальну практику в навчанні.

Медіакомпетентність дає людям розуміння того, як медіатексти, які є частиною щоденного життя, допомагають пізнанню світу в різноманітних соціальних, економічних і політичних ситуаціях. Медіаграмотність покликана сформувати у читачів і авторів активну позицію щодо сприйняття й створення медіатекстів. При цьому потрібно вміти знайти баланс між різними шляхами досягнення медіакомпетентності. Йдеться як про навички створення відео- і радіозаписів, уміння вибрати і записати теле- чи радіопередачу, підготувати основні типи медіатекстів, так і про теоретичні засади, наприклад, знання про те, що таке інформація, комунікація, текст та інші аспекти розуміння сутності медіа. З огляду на це, медіаосвіта не має бути зосереджена тільки на навчанні школярів, студентів, а має бути спрямована на все суспільство.

Російський спеціаліст з медіаосвіти Олександр Федоров пропонує систему діагностики медіакомпетентності учнів, показники якої дають уявлення про розвиток їх особистості на основі оцінювання ступеня прояву властивостей, які розкривають можливості багатосторонньої взаємодії з медіатекстами, розвиток уявного мислення, перцептивних умінь, творчих здібностей, усвідомлення естетичних принципів, які використовуються в різних видах медіатекстів.

Власну структуру медіакомпетентності розробив німецький педагог В. Вебер: «По-перше, це обидві форми дієво орієнтованого аналізу медіа:

- 1) відбір і використання пропозицій медіа;
- 2) розробка свого власного медіа- продукту.

По-друге, в термінах змісту, обидві форми включають знання та аналітичні здібності, пов'язані з: креативними можливостями, на яких засновані різні види медіа; передумовами для ефективного використання медіа; економічними, соціальними, технічними, політичними умовами, які пов'язані з виробництвом і розповсюдженням медіапродуктів» [1].

Великий масив інформації та знань, приводять до істотних соціально-економічних перетворень, становлення глобальної інформаційної індустрії, яка переживає період технологічної конвергенції, роль знань, інформації в економічному розвитку, появі нових форм електронної демократії.

Глобалізація економічного життя, зняття минулих ідеологічних бар'єрів, стрімкий технологічний прогрес «стискають» час, відпущений для формування розвинутого інформаційного суспільства. Тому саме в цей час стрімкого розвитку електронної продукції та електронної економіки перед освітою, як ніколи стоять важливі завдання формування медіакомпетентності у кожного пересічного громадянина. У сучасних умовах актуалізується важливість здійснення підготовки медіаосвічених педагогів, здатних до розробки та впровадження культуродоцільних та медіаосвітніх систем та технологій.

Висновки. Таким чином, медіакомпетентність педагога багатовимірною й вимагає подальшої перспективи, що заснована на розгалуженій структурі знань і вмінь. Це не застигла категорія, підвищувати ступінь медіакомпетентності можна протягом усієї педагогічної діяльності. Медіакомпетентність дає педагогам розуміння того, як медіатексти, що є частиною щоденного життя, допомагають пізнати навколишній світ й інформаційно насичене навколишнє середовище, вплинути на рівень медіакультури учня.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вебер В. Портфолио медиаграмотности / В. Вебер // Информатика и образование. — 2002. — № 1 [Электронный ресурс]. — Режим доступа:
2. http://www.infojournal.ru/journal_arxiv/2002.
3. Іванов В.Ф, Волошенюк О.В. Медіаосвіта та медіаграмотність. — К.: Центр вільної преси, 2012. — 352 с.
4. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні 2010 р. [Електронний ресурс] // Інститут соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України. — Режим доступу: http://www.ispp.org.ua/news_44.htm.
5. Критичне мислення: Навчальний посібник.— Х.: Вид. група «Основа», 2008.— 192 с.
6. Мастерман Л. Обучение языку средств массовой информации // Специалист, 1993 (а). — №4. — С. 22–23. 1993 (б). — №5. — С. 31–32.
7. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. — М. : Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. — 616 с.
8. Шариков А. В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. — М.,1990. — 66 с.
9. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: Підручник для вчителя /Сінді Шейбе, Фейз Рогоу/ Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред.В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. — К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. — 319 с.
10. Potter W. J. Media Literacy. Thousand Oaks. — London : Sage Publication, 1999. — 423 p.
11. Silverblatt A. Media Literacy. — Westport, Connecticut, London, Praeger, 2010. — 449 p.

В статтє описану пути формирования медиакомпетентности будущих учителей гражданского образования в условиях использования информационных технологий и Интернета в целях успешной реализации задач обществоведческого направления. Исследуются модели медиаобразования и пути формирования медиакомпетентности, а также специфика медиатекста как формы интегративной образования, как текста открытого типа - в содержательном, структурно-композиционном и знаковом уровне.

Ключевые слова: *медиаобразование, медиаграмотность, медиокомпетентность, медиатекст, медиакультура, средства массовой информации*

The article highlights the ways of forming the media competence of future teachers of civic education in the use of information technologies and the Internet in order to successfully implement the tasks of the social science direction. The models of media education and ways of forming mediacompetence, as well as the specificity of media text as forms of integrative education, are explored as open-type text - on content, structure, composition and sign levels.

Key words: *media education, media literacy, mediocompetence, media text, media culture, mass media*

Луценко Світлана,
кандидат наук з державного управління, доцент,
доцент кафедри професійної освіти та
менеджменту
КЗ Сумський обласний інститут післядипломної
педагогічної освіти

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ КЕРІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Автор в статті піднімає питання про необхідність та особливості формування медіаграмотності керівників освітніх закладів в умовах децентралізації влади та створення об'єднаних територіальних громад. Розглянуто проблеми та шляхи їх розв'язання по формуванню медіакомпетентності керівників закладів освіти, доведено, що саме медіаграмотність та навички роботи з інформацією дозволяють керівникам освітніх закладів приймати оптимальні управлінські рішення та ефективно їх реалізувати, тобто бути медіа компетентним керівником.

Ключові слова: *медіа грамотність, медіаосвіта, об'єднані територіальні громади, децентралізація, керівник закладу освіти*

Стрімкий розвиток системи мас-медіа у інформаційному світі нагально потребує цілеспрямованої підготовки особистості до вмілого і безпечного користування ними. Медіа потужно й суперечливо впливають на освіту молодого покоління, часто перетворюючись на провідний чинник його соціалізації, стихійного соціального навчання. Відтак постає гостра потреба в розвитку медіа грамотності педагогічних та керівних кадрів закладів освіти, одне з головних завдань якої полягає в запобіганні вразливості людини до медіанасильства і медіаманіпуляцій, втечі від реальності в лабіринти віртуального світу, поширенню медіазалежностей.

Дослідження медіакультури, її специфіки та впливу на суспільство у ХХст починали зарубіжні науковці Т.Адорно, Р.Анхейм, А.Базен, Р.Барт, Д.Белл, В.Беньямін, Ж.Бодріяр, Г.Полок, Ж.Дельоз, Ж.Дерріда, М.Маклюен, М.С.Жижек, Б.Гройс, Фуко, Г.Маркузе, Т.Дж.Мітчел, К.Силверман, Х.Ортега-і-Гассет, Ч.Пірс, Д.Соссюр, К.Леві- Стросс, Е.Тоффлер, Ю.Кристева, П.Лазарсфельд, У.Шрам, У.Рі-верс, А. Моль, М. де Флюер, Н.Луман, М.Хоркхаймера.

Інформаційно-комунікаційні технології в освіті та особливості їх застосування керівниками закладів освіти вивчаються М.Фіцулою, В. Биковим та ін. Особливості комп'ютерного навчання відображені в роботах Г. Александрова, Н. Апатової, С. Бешенкова, Б. Гершунського, А. Єршова, А. Кузнецова, Є. Машбиця, А. Уварова та ін. Теоретико-методичні основи сучасних інформаційно-комунікаційних технологій менеджменту в освіті висвітлюються Н. Апатовою, М. Грузманом, М. Жалдаком, В. Ключко, Є. Машбицею, В. Монаховою, Н. Морзе, Ю. Рамським, О.В.Співаковським та ін. Проблемами використання медіаосвітніх технологій досліджують як зарубіжні, так і українські вчені: О.Федоров, Г.Онкович, Б.Потятиник, С.Шумаєва, Ю.Козаков, В.Іванов, К.Тайнер, Д.Консідайн та ін.

Завдяки медіаграмотності суспільство може зорієнтуватися в цих напрямках суспільно – державної взаємодії, завдяки яким можна творити самодостатню націю, яка здатна зберігати свої культурні цінності, транслювати та інтегрувати їх в глобальні процеси не знищуючи власної ідентичності та саме засобами медіаосвіти конструювати взаємодію з іншими структурними об'єктами [1].

Зазначене цілком узгоджується із Грюнвальдською декларацією з медіаосвіти (1982), резолюцією ЮНЕСКО (1989) щодо розвитку критичної медіаосвіти, Віденською конференцією «Освіта для медіа та цифрового століття», Севільською конференцією

«Медіаосвіта молоді», Резолюцією Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрових технологій, Комюніке Єврокомісії «Європейський підхід до медіаграмотності у світі цифрових технологій», а також з іншими документами, затвердженими Євросоюзом та ООН, в яких наголошується, що медіаграмотність є базовим елементом політики у сфері споживання інформації, основою обізнаності у питаннях інтелектуальних прав людини, необхідною умовою задля залучення громадян до участі у демократичному житті, дієвим фактором міжкультурного діалогу.

В Україні одним із головних кроків упровадження медіаосвіти є Концепція медіаосвіти, яка була схвалена постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 20 травня 2010 року (протокол № 1-7/6-150). У цьому документі медіаосвіта розглядається як важливий складник модернізації національної освіти. Концепція базується на вивченні медіакультури населення України та міжнародному досвіді організації медіаосвіти. Основні положення Концепції відповідають завданням, сформульованим у Паризькій програмі-рекомендації з медіаосвіти ЮНЕСКО (від 22 червня 2007 р.) та резолюції Європарламенту щодо медіаграмотності у сфері цифрової інформації (від 16 грудня 2008 р.).

Що стосується основної мети вітчизняної Концепції, то вона визначається як сприяння розбудові в Україні ефективної системи медіаосвіти заради забезпечення всебічної підготовки дітей і молоді до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формування у вихованців медіаобізнаності, медіаграмотності і медіакомпетентності відповідно до їх вікових та індивідуальних особливостей. У Концепції запропоновано визначення таких термінів, як медіаосвіта, медіапедагогіка, медіакультура, медіаграмотність, медіакомпетентність, ін.; визначено мету, завдання, пріоритети розвитку медіаосвіти та напрямки, етапи й умови реалізації. Під основними формами медіаосвіти розуміється її здійснення в усіх складниках системи безперервної освіти в Україні. Зокрема це шкільна, позашкільна, у вищій школі, батьківська медіаосвіта дорослих засобами медіа. Концепція передбачає підготовку і проведення широкомасштабного поетапного експерименту щодо впровадження медіаосвіти на всіх рівнях. Як пріоритет визначається розвиток шкільної медіаосвіти, яка має стати головною інтегруючою ланкою цілісної системи медіаосвіти в країні. Звертається увага на розробку стандартів фахової підготовки медіапедагогів і медіапсихологів для системи освіти; на активізацію співпраці вищих навчальних закладів, які готують фахівців для медіа і сфери мистецтва, НАНУ, НАПН України та НА мистецтв України; на організацію за участю громадських об'єднань і медіавиробників різних форм позашкільної освіти, налагодження суспільного діалогу з метою оптимізації медіаосвітньої діяльності [2].

Медіаосвіта дорослих в умовах децентралізації має істотне значення для досягнення високого рівня медіаграмотності - важливого компонента сучасної освіти, який допомагає людям підкріпити їх активну громадянську позицію і розуміння їхніх громадянських прав і обов'язків; створюючи власний медіаконтент і зразки медійної продукції, користувачі глибше розуміють принципи і цінність професійно створених медіатекстів. Тому необхідно зробити медіаграмотність максимально наближеною до практичної діяльності та пов'язати її з предметами економічної, політичної, словесної, соціальної, художньої та інформаційної спрямованості, а при використанні міждисциплінарного підходу залучити її до реалізації позашкільних проектів. Заклади освіти в умовах децентралізації виконують важливу роль в процесі формування громадян, що володіють комунікативною компетентністю та критичним мисленням, адже роль закладу освіти в об'єднаній територіальній громаді зростає. Школи в об'єднаних територіальних громадах виконують важливу роль в процесі виховання громадян, що володіють комунікативною компетентністю та критичним мисленням. В плані впровадження і використання медіаграмотності в сфері освіти; медіаосвіта може здійснюватися, в першу чергу, через громадянську освіту та медіаграмотність педагогами, які отримали відповідну підготовку в даній області.

Нові технології перетворення інформації не тільки становлять як для всіх суб'єктів педагогічного процесу джерело знань, а й водночас створюють умови для застосування нової методології комунікації та дидактики. Мультимедіа, Інтернет дозволяють трансформувати знання, моделювати віртуальну пізнавальну реальність, а також створюють умови для при зняття ефективних рішень та розв'язань, їх реєстрування, систематизації й поширення. Електронні медіа й мультимедіа дозволяють розширити простір значень, впливають на стратегії їх конструювання та розуміння, пізнання реальності й місця в ній людини як частини цієї реальності.

Керівник, завдяки розвиненим технологіям, може не тільки швидко орієнтуватися в інформаційному просторі, виокремлювати та усвідомлювати значення, а й ставати співтворцем культури, цінностей суспільства.

У країнах Євросоюзу медіакомпетентності визначають як ті, що проникають у всі сфери життя – професійні, загальнопрофесійні й позапрофесійні, які можуть визначати спільний методологічний підхід у процесі навчання учителів, зокрема тоді, коли інтегруються технології інформаційні та комунікаційні. Медіакомпетентність керівника навчального закладу можна розуміти як гармонійні знання, розуміння, оцінювання й цільове використання медіазасобів, які стають інформаційними комунікатами або засобами їх фіксації та передання за допомоги технологій [6].

Медіаосвіта має істотне значення для досягнення високого рівня медіаграмотності - важливого компонента громадянської освіти, який допомагає людям підкріпити їх активну громадянську позицію і розуміння їхніх громадянських прав і обов'язків; більш того, добре обізнані і політично зрілі громадяни - основа плюралістичного суспільства; створюючи власний медіаконтент і зразки медійної продукції, користувачі глибше розуміють принципи і цінність професійно створених медіатекстів;

Медіа надають можливості для глобальної комунікації і відкритого включення в світову спільноту, медіа - наріжний камінь демократичного суспільства, вони передають знання і надають інформацію, новітні цифрові засоби комунікації створюють сприятливі умови для активної участі і творчості громадян, тим самим, залучаючи їх у суспільно - політичні процеси. Європейський Парламент рекомендує зробити медіаосвіту максимально наближеним до практичної діяльності та зв'язати його з предметами економічної, політичної, словесної, соціальної, художньої та інформаційної спрямованості, і пропонує в перспективі ввести спеціальний предмет - «Медіаосвіта», а при використанні міждисциплінарного підходу зв'язати його з реалізацією позашкільних проєктів [8].

В умовах децентралізації влади та управління об'єднана громада стає тим осередком, який формує інформаційну й комунікативну політику всієї громади, що забезпечує не тільки ефективний її розвиток, а й формує майбутнє кожного її члена. В цьому сенсі заклад освіти разом з закладами культури об'єднаної територіальної громади (бібліотека, будинок культури тощо) повинен взяти на себе роль інформаційного та медійного центру, а його керівник повинен бути готовим до нових викликів не стільки сьогодення, а майбуття.

Медіаграмотність допомагає керівникові активно використовувати можливості інформаційного поля засобів масової інформації для підготовки сучасної аналітично мислячої особистості, які «не попадатиме в спрут» омани, а здатна краще зрозуміти медіакультурні процеси та бути активним учасником творення естетичних культурних продуктів, що сприятимуть соціальному благу.

Медіа надають керівникам закладів освіти можливості для глобальної комунікації та відкритого включення в світову спільноту, адже медіа - наріжний камінь демократизації суспільства в умовах формування об'єднаних територіальних громад, вони передають інформацію, використовують новітні цифрові засоби комунікації створюють сприятливі умови для активної участі і творчості громадян, тим самим, залучаючи їх у суспільно - політичні процеси. Медіа-інформаційна грамотність

допомагає керівнику опорного освітнього закладу активно використовувати можливості інформаційного поля засобів масової інформації для підготовки сучасної аналітично, критично мислячої особистості, яка «не попадатиме в спрут» омани, а здатна краще зрозуміти медіакультурні процеси та бути активним учасником творення естетичних, культурних, інформаційних продуктів, що сприятимуть соціальному благу.

Професійна підготовка керівників освітніх закладів об'єднаної територіальної громади, як носія матеріальних і духовних цінностей, сприяє утвердженню гуманної, демократичної особистості, здатної до саморозвитку та самореалізації. Виходячи з того, що головним завданням системи освіти в Україні в умовах децентралізації є формування та розвиток конкурентоспроможного компетентного випускника та конкурентоздатного закладу освіти, роль його керівника – трансформатора змін, який завдяки креативному, творчому мисленню високого рівня, бажанню навчатися, постійно зростає, а сам менеджер освіти вимушений знайомитись та застосовувати інноваційні засоби й механізми прийняття управлінських рішень з метою підвищення якості освітньої діяльності. Саме технології новітні медіаосвіти й медіарамотності стають ефективними у процесі професійної підготовки та підвищення кваліфікації керівників освітніх закладів та їх філій, вони допомагають розібратися з інформаційним потоком, точніше визначити своє місце в системі суспільних відносин, сприяють становленню особистості менеджера освіти, дозволяють їм стати активними членами соціуму, озброюють їх необхідними компетенціями, формують світогляд і розвивають вміння та навички роботи з інформацією.

Особливого значення медіаграмотність набуває в контексті підготовки особистості до взаємодії зі складним інформаційним світом, вільного входження юнацтва та молоді в полікультурний простір, що є складовими професійної підготовки вчителя. Адже саме керівник закладу освіти є представником сучасної культури в соціумі педагогів, учнів та батьків. Від рівня його інформаційно-комунікативних знань та вмінь залежить рівень медіакультури всіх учасників навчально – виховного процесу. Тому медіаграмотність поряд з педагогікою має дати додаткову освіту як учнівській та студентській молоді, так і педагогам, яка буде підґрунтям для стійкої психіки і свідомості до несприятливого зовнішнього впливу [7].

Сучасні керівники освітніх закладів в об'єднаних територіальних громадах є провідниками інформаційної культури в соціумі педагогів, учнів, батьків та громади. Від рівня їх поінформованості, комунікативних знань, вмінь, навичок залежить рівень медіакультури всіх учасників освітнього процесу. Тому медіаосвіта та медіаграмотність в об'єднаних територіальних громадах поряд з педагогікою має дати додаткову освіту молоді та громадськості, яка буде підґрунтям для стійкої психіки і свідомості до несприятливого зовнішнього впливу.

Зміст професійної підготовки керівників закладів освіти в умовах децентралізації в післядипломній освіті формується відповідно до потреб і запитів слухачів. Розглядаючи медіакомпетентність як компетентності використовувати найефективніші методи пошуку та зберігання інформації; навички роботи з інформацією, уміння працювати із зовнішнім інформаційним середовищем й оптимально використовувати архіви інформації та ін., кафедрою професійної освіти та менеджменту Сумського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти розроблено корпоративні навчальні курси для керівників закладів освіти, пропонуються спецкурси, додаткові заняття з медіаграмотності для міжкурсового навчання з керівними кадрами об'єднаних територіальних громад щодо вироблення навичок по роботі з інформацією та протистояння маніпулюванню й пропаганді.

Отже, медіаосвітні технології дозволяють керівникам закладів освіти об'єднаних територіальних громад приймати оптимальні управлінські рішення та ефективніше реалізувати напрямки їх діяльності, як то: управління освітнім закладом, дослідницька діяльність, збір, накопичення й обробка методичної та управлінської інформації,

створення фонду науково-методичної інформації; навчання та самоосвіта педагогів тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вебер В. Портфолио медиаграмотности / В. Вебер // Информатика и образование. — 2002. — № 1 [Электронный ресурс]. — Режим доступ: http://www.infojournal.ru/journal_arxiv/2002.
2. Двас М. Освіта через Інтернет. / М. Двас. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://uk.mystic-news.com/science-and-education/267-online-education-article.html>.
3. Єльнікова Г. Інформатизація управлінської діяльності керівників ЗНЗ // Директор школи, ліцею, гімназії. – 2003. – № 5-6. – С. 99-105.
4. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_a_mediaosviti_v_ukraini/
5. Луценко С.М. Використання інформаційно - комунікаційних технологій керівниками навчальних закладів: реалії та проблеми / С.М.Луценко// Нові інформаційні технології в освіті для всіх(ІТЕА-2014): матеріали дев'ятої міжнародної конференції (25-26 листопада 2014р., Київ). Режим доступу: http://itea-conf.org.ua/2014/ua/accepted_papers
6. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: Навчальний посібник / О.Т. Баришполець, Л.А.Найдьонова, Г.В. Мироненко, О.Є. Голубева, В.В. Різун та ін.; За ред. Л.А.Найдьонової, О.Т. Баришпольця. – К.: Міленіум, 2012. – 440 с.
7. Навчальна програма “Медіаосвіта (медіаграмотність)” (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників) Київ, АУП, 2011
8. European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world (2008/2129(INI)) <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P6-TA-2008-0598+0+DOC+XML+V0//EN>

Автор в статье подымает вопрос о необходимости и особенностях формирования медиаграмотности руководителей образовательных учреждений в условиях децентрализации власти и создания объединенных территориальных громад. Определены проблемы и пути их решения в процессе формирования медиаграмотности руководителей образовательных учреждений, доказано, что именно медиаграмотность и навыки работы с информацией позволяют руководителям образовательных учреждений принимать оптимальные управленческие решения и эффективно их реализовывать, то есть быть медиакомпетентным руководителем.

Ключевые слова: медиаграмотность, медиаобразование, объединенные территориальные громады, децентрализация, раководитель образовательного учреждения

The author raises in the article the issue of the necessity and peculiarities of the formation of media literacy of the heads of educational institutions in the conditions of decentralization of power and the creation of united territorial communities. The problems and ways of their solution in forming of media competence of heads of educational institutions are considered, and it is proved that media literacy and information work skills allow managers of educational institutions to make optimal managerial decisions and effectively implement them, that is, to be the media competent manager.

Key words: media literacy, media education, united territorial communities, decentralization, head of educational institution

Мокрогуз Олександр
завкафедри суспільних дисциплін та методики їх викладання,
Чернігівський обласний інститут
післядипломної педагогічної освіти імені К. Д. Ушинського,
кандидат педагогічних наук, доцент

КАБІНЕТ МЕДІЙНОЇ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ В СИСТЕМІ ПІДВИЩЕННЯ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ ВЧИТЕЛІВ

В статті йдеться про значення створення кабінету медійної та інформаційної грамотності в Чернігівському ОІППО імені К.Д.Ушинського та його роль у медіаосвітній діяльності в області. Наведено уривки дослідження та проаналізовано один з його аспектів, що стосується ставлення вчителів до завдань медіаосвіти.

Ключові слова: кабінет медійної та інформаційної грамотності, медіаосвіта, медіа грамотність, ставлення вчителів до медіаосвіти, анкетування.

На початку навчального 2018-2019 року в Чернігівському обласному інституті післядипломної педагогічної освіти була відкрита аудиторія медійної та інформаційної грамотності. Назва впливає з концепції ЮНЕСКО «Медійна та інформаційна грамотність: програма навчання педагогів», яка з'явилась в 2012 році.

Метою створення даної аудиторії стало прагнення пропагувати ідеї медіаграмотності серед вчителів, які проходять курси підвищення кваліфікації, з допомогою візуальних засобів, створити центр медіаосвіти в Чернігівській області, як зразок для наслідування в освітніх закладах.

Стенди кабінету носять як теоретичну, так і практичну складові:

1. Медійна та інформаційна грамотність як освітні категорії
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні
3. Медіаосвітні теорії
4. Види медіа
5. Правила медійної та інформаційної грамотності
6. Вплив медіа на розвиток особистості
7. Ключові питання для аналізу медіамеседжів
8. Шляхи формування критичного мислення
9. Професійні стандарти медіа
10. Рівні реалізації медіа
11. Інформаційно-пропагандистські та психологічні війни
12. Медіаосвіта в Чернігівській області

Протягом вересня-травня 2018/2019 навчального року в даній аудиторії від 800 до 1000 вчителів Чернігівської області ознайомилися з основами медіаграмотності на курсах підвищення кваліфікації (1-2 лекції в 70% груп слухачів курсів).

Даний кабінет був презентований під час наради керівників освіти області у січні 2018 року за участю заступника міністра освіти і науки П.Хобзея, семінару методичних служб області (березень 2015 року) та директорів навчальних закладів Ніжинської ОТГ (квітень 2015 року). 15 березня 2018 року з системою і місцем аудиторії в системі медіаосвітньої роботи ознайомився директор міжнародної неурядової організації «Internews Нетворк, Інк» Вейн Шарп.

Кабінет стає центром медіаосвіти. Щороку – в 2-3 районах області проводяться семінари з медіаосвіти для місцевих вчителів. Зі створенням аудиторії значна кількість вчителів заявили про бажання пройти курси підвищення кваліфікації з основ медіаграмотності в 2019-2010 н.р.

На базі кабінету було проведене дослідження, щоб з'ясувати готовність педагогів загальноосвітніх навчальних закладів Чернігівської області до масового впровадження медіаосвіти.

У нашому опитуванні взяли участь 170 вчителів початкової, середньої, старшої школи, педагогів-організаторів, заступників директорів, які проходили курси підвищення кваліфікації в Чернігівському ОІППО імені К.Д.Ушинського.

Варто зазначити, що респонденти представляли педагогів за навчальними закладами, які розташовані в сільській місцевості, районних центрах і містах. Так, 30,5% опитаних працюють в сільській місцевості і селищах міського типу і 69,5% в міських навчальних закладах, що відповідає середньому статистичному показнику по Чернігівській області.

Для відповідності аналізу педагогам були поставлені такі ж запитання, що і в 2013 році.

Наведемо уривки з цього дослідження.

Перше запитання стосувалось ставлення до завдань медіаосвіти. Учасники анкетування мали обрати п'ять головних, на їхню думку, завдань медіаосвіти, які відображають основні теорії медіосвіти. Ось як виглядають дані опитування (табл.1).

Таблиця 1

Ставлення вчителів до завдань медіаосвіти

	Експерти	2013 рік	2017 рік
1. Розвиток гарного естетичного сприйняття, смаку, оцінки естетичних якостей медіатекстів, розуміння медіатекстів, пропаганда шедеврів медіакультури	46,2%	58,8%	27,1 %
2. Розвиток критичного мислення особистості по відношенню до медіа	84,6%	62,8%	68,8%
3. Захист від шкідливого впливу медіа (наприклад, від впливу сцен насильства на екрані, від пропаганди поганого смаку, від творів низької художньої якості тощо)	15,4%	74,5%	41,8%
4. Задоволення різних потреб аудиторії в галузі медіа	30,8%	16,1%	24,1 %
5. Навчання аудиторії практичним умінням роботи з медіатехнікою	50%	38,1%	45,3%
6. Розвиток здібностей аудиторії до політичного, ідеологічного аналізу різних аспектів медіа, медіакультури	38,5%	31,3%	29,4%
7. Розвиток здібностей аудиторії до сприйняття, розуміння і аналізу мови медіатекстів (аудіовізуального ряду, композиції, стилістики, символіки і т.д.), «декодуванню» медіатекстів	59,44%	11,9%	34,7%
8. Розвиток здібностей аудиторії до аналізу медіатекстів в широкому культурологічному, соціокультурному контексті з урахуванням таких понять, як «джерело інформації» (агентство медіа), «категорія медіа» (вид, жанр медіа), «технологія медіа», «мова медіа», «аудиторія медіа», «репрезентація»	47,90%	28,5%	37,6%
9. Підготовка людей до життя в демократичному суспільстві	61,9%	61,6%	61,8%

10. Розвиток комунікативних здібностей особистості	57,3%	37,3%	44,1%
11. Розвиток умінь самовиражатися за допомогою медіа, створювати медіатексти	53,85%	31,7%	25,3%
12. Отримання аудиторією знань з історії медіа, з історії медіакультури	37%	3,8%	14,1%
13. Отримання аудиторією знань з теорії медіа і медіакультури (включаючи такі поняття, як «агентство медіа», «категорія медіа», «мова медіа», «технологія медіа», «репрезентація медіа», «аудиторія медіа» і т.д.)	48%	9,8%	19,4%
14. Розвиток здібностей аудиторії до морального, етичного, психологічного аналізу різних аспектів медіа, медіакультури	30,8%	55,8%	43,5%

Якщо порівняти ці дані з вимогами нової редакції «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні», прийнятої в квітні 2016 року, головні завдання якої полягають у сприянні формуванню медіаімунітету особистості, рефлексії і критичного мислення, здатності до медіаторчості, спеціалізованих аспектів медіа культури, а **головною метою Концепції** є сприяння розбудові в Україні ефективної системи медіаосвіти, що має стати фундаментом гуманітарної безпеки держави, розвитку і консолідації громадянського суспільства, протидії зовнішній інформаційній агресії, всебічно підготувати дітей і молодь до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формувати у громадян медіаінформаційну грамотність і медіакультуру відповідно до їхніх вікових, індивідуальних та інших особливостей, то можна констатувати, що більшість відповідей вчителів підтверджують розуміння згаданих завдань.

Порівняння відповідей 2013 і 2017 років дає можливість зробити наступні висновки. Підготовка людей до життя в демократичному суспільстві залишається стабільним показником у ставленні педагогів до європейських цінностей, що формуються медіаосвітою – 61,6% у 2013 році, 61,8% у 2017 і корелюється з висновками міжнародних експертів – 61,9%. Це ж стосується і розвитку критичного мислення особистості по відношенню до медіа, який поставили на перше місце більшість вчителів. Тенденція зростання (2013 рік – 62,8%, 2017 р. – 68,8%) засвідчує рівень поступового визнання формування критичного мислення як основного завдання медіаосвіти в Україні. Водночас показник експертів значно вищий – 84,6%, що визначає подальшу роботу в цьому напрямі. Адже критичне мислення є базовим маркером у формуванні ставлення вчителів до першочергових завдань медіаосвіти.

Визначальною є і тенденція зменшення уваги педагогів на захист від шкідливого впливу медіа (наприклад, від впливу сцен насильства на екрані, від пропаганди поганого смаку, від творів низької художньої якості тощо).

Думки українських вчителів, висловлені ними у 2013 році не збігалися з експертними: вчителі Чернігівської області явно завищували роль «захисних» задач медіа – 74,5% прихильників серед вчителів і тільки 15,4% – серед експертів. Розвиток медіаосвіти в області протягом наступних років призвів до того, що вчителі вже не ставлять на перше місце це завдання. Лише 41,8% педагогів Чернігівщини вважають одним з пріоритетних завдань медіаосвіти – захищати суспільство від негативного впливу медіа. Все більшої частині вчителів стає зрозумілим, що потрібно не забороняти, а надавати знання, вчити, формувати навички і уміння поведінки з медіа.

Варто відзначити і зростання тенденції до розуміння необхідності звернення до питань історії та теорії медіа. Отримання аудиторією знань з теорії медіа і медіакультури

в 2013 році необхідним визнавало 9,8% педагогів, то в 2017 році таких вже було 19,4% (експерти – 48%). А необхідність отримання аудиторією знань з історії медіа, з історії медіакультури в 2013 році було лише 3,8% педагогів Чернігівщини (міжнародні експерти – 37%). В 2017 році таких педагогів стало 14,1%, зростання майже в чотири рази.

Зрозуміло, що незначний відсоток звернення до термінології, питань теорії пояснюється певним нерозумінням важливості цих питань на початковому етапі впровадження медіаосвіти. Адже без опори на теоретичні питання медіа неможливо розвивати, наприклад, критичне мислення або навчати учнів розумінню мови медіа. Але, як бачимо цей відсоток швидко скорочується.

Респондентів в оцінці необхідності визнання як одного з завдань розвитку гарного естетичного сприйняття, смаку, оцінки естетичних якостей медіатекстів, розуміння медіатекстів, пропаганда шедеврів медіакультури явно зменшилось (2013 р. – 58,8%, 2017 р. – 27,1 %, експертна оцінка – 46,2%). Пояснити, це швидше можна зростаючим впливом масової культури і домінуванням заполітизованих медіа в період інформаційної агресії. Цим же пояснюється і менша увага розвитку умінь самовиражатися за допомогою медіа, створювати медіатексти, де базовою є естетична складова.

Інші показники вчителі стали оцінювати виважено, наближаючись до експертних оцінок. Ця позитивна тенденція засвідчила якісні зміни розуміння медіаосвітніх завдань з 2013 р. по 2017 р.

Дані нашого опитування варто порівняти з опитуванням, яке проводилось за ініціативи Українського медійного проекту («У-Медіа») Інтерньюз Нетворку в 2015 та 2016, 2017 роках, які за характером запитань є дуже близькими до нашого і подані на рис. 1. Підкреслимо, що опитування «У-Медіа» здійснювалось серед вчителів, які, або викладають медіаосвіту, як окремі курси, факультативи гуртки, або «занурені» в тему декілька років, а наше серед вчителів, які прослухали пропедевтичні засадничі лекції.

Діаграма 2.7. Основні навички та вміння учнів

(Пит.23/30. Які навички/вміння з МО/МГ Ви намагаєтесь розвинути у Ваших учнів? Можливо 3 відповіді N=90, 2015 та 2016 р.)

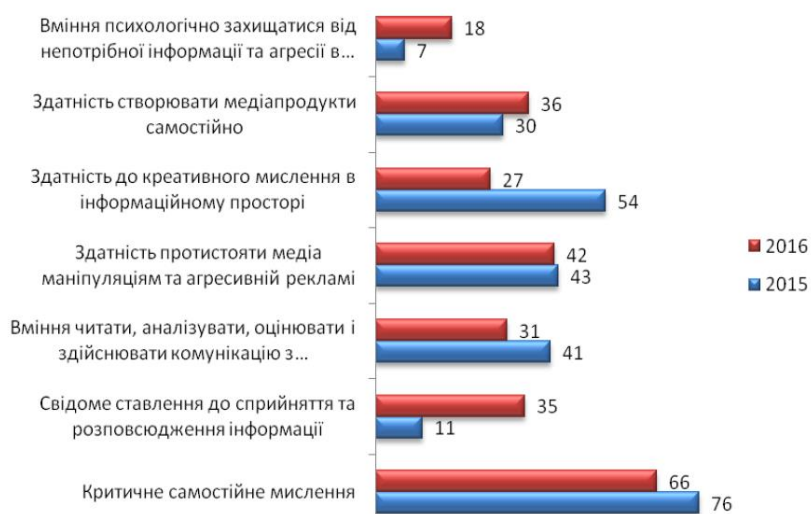


Рис.1. Основні вміння і навички з медіаосвіти/медіаграмотності, які намагаються розвинути вчителі у учнів.

Опитування проекту «У-Медіа» показало, що формування критичного самостійного мислення було основним пріоритетом у 2015 році, і залишилось таким у 2016 році (обрано 76 та 66 відповідей відповідно). У нашому опитуванні цей показник у 2017 році був на рівні 68%, що підтверджує загальну тенденцію в Україні.

40% вчителів, які викладають медіаосвітні курси, за даними опитування 2016 року, наголошують на важливості створення власних медіа текстів, а «здатність до креативного мислення», що також лежить у площині творчості у 2016 році назвало 30% вчителів. У той час як у нашому опитуванні таких респондентів виявилось трохи більше 25%, що є передбачуваним.

У Всеукраїнському опитуванні педагоги, що мають досвід у сфері медіаосвіти/медіаграмотності (18 %) підтвердили думку міжнародних експертів (15,4%), що захист від шкідливого впливу медіа не має стояти у перших рядах основних завдань і вмінь учнів. Ця тенденція помітна і у відповідях вчителів Чернігівської області.

Запитання пов'язані зі здатністю протистояти медіаманіпуляціям та агресивній рекламі, вмінню читати, аналізувати і здійснювати комунікацію, свідомо ставитись до сприйняття і розповсюдження інформації в опитуванні «У-Медіа», на нашу думку, можна порівняти з питаннями нашого опитування пов'язаними з розумінням медіатекстів, розвитком певних здібностей і вмінь. В опитуванні 2016 року середній показник відповідей респондентів становив 40% (36% у 2015 рік), у нашому опитуванні 2017 року – 37% (37% у 2013 році), експертна оцінка становить 46%, що демонструє загальну тенденцію наближення цього показника до загальноновизнаного [2].

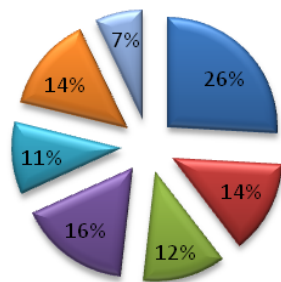
Кількісний аналіз даних у 2017 році про навички та вміння учнів, які розвивають вчителі курсу МО/МГ в школі, показав, що формування критичного самостійного мислення, яке було основним пріоритетом у 2015 і залишилось у 2016 році, у 2017 році отримало підтримку меншої кількості вчителів – 17% опитаних вчителів [3].

На перше місце вийшла опція «Свідоме ставлення до сприйняття та розповсюдження інформації» (21% проти 14%) [3].

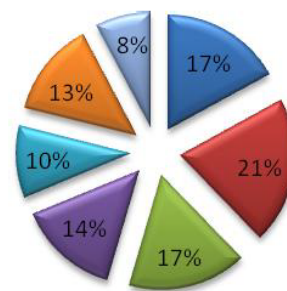
Розвиток інформаційної свідомості, критичного самостійного мислення та вміння аналізувати та здійснювати комунікацію – саме ця трійця навичок та вмінь посіла перші три місця протягом 2016-2017 навчального року. Така ж тенденція прослідковується і в обласному дослідженні. Вчителі розуміють і прагнуть сформувати розуміння, що сучасна людина не може просто поглинати інформацію. Бар'єром на цьому шляху стане лише свідоме ставлення до інформації та здатність протистояти фейковим новинам, інформаційним вкидам та маніпуляції свідомістю.

На цьому тлі менш важливими для вчителів-викладачів МО сприймається «здатність до креативного мислення» в той час як «здатність до створення власних медіапродуктів» обрали 49 вчителів у 2017 проти 26 у 2016 році. Відзначимо цей показник як підтвердження переходу від суто теоретичних знань з медіаосвіти до формування в учнів практичних навичок [3].

2016 р.



2017 р.



- Критичне самостійне мислення
- Свідоме ставлення до сприйняття та розповсюдження інформації
- Вміння читати, аналізувати, оцінювати і здійснювати комунікацію з використанням різних форм медіа
- Здатність протистояти медіа маніпуляціям та агресивній рекламі
- Здатність до креативного мислення в інформаційному просторі
- Здатність створювати медіапродукти самостійно
- Вміння психологічно захищатися від непотрібної інформації та агресії в мережі Інтернет (Інтернет безпека)

Рис.2. Порівняння тенденцій розвитку вчителями основних вмінь і навичок з медіаосвіти/медіаграмотності, які вони намагаються розвинути в учнів [3].

Діаграма 2.13. Основні навички та вміння учнів

(Пит.23/30. Які навички/вміння з МО/МГ Ви намагаєтесь розвинути у Ваших учнів? N=90, 2015 та 2016 р., N=118, 2017 р. (можливо 3 відповіді))



Рис.3. Основні вміння і навички з медіаосвіти/медіаграмотності, які намагаються розвинути вчителі в учнів.

Як бачимо, загальноукраїнські тенденції розвитку медіаосвіти співпадають з обласними. Це підтверджує тезу про необхідність створення подібних кабінетів при обласних інститутах післядипломної педагогічної освіти.

Таким чином, на базі Чернігівського ОІППО ім. К.Д.Ушинського створено перший в Україні в системі післядипломної педагогічної освіти кабінет медійної та інформаційної грамотності, на базі якого відбувається основна медіаосвітня діяльність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Впровадження медіаосвіти та медіаграмотності в загальноосвітніх школах України. Звіт за результатами комплексного дослідження на замовлення Українського медійного проекту («У-Медіа») Інтерньюз Нетворк. – К., 2015. – 29 с.
2. Впровадження медіаосвіти та медіаграмотності в загальноосвітніх школах України. Аналітичний звіт за результатами комплексного дослідження 2014-2016 рр., проведеного на замовлення Українського медійного проекту («У-Медіа») Інтерньюз Нетворк. – К., 2016. – 44с.
3. Впровадження медіаосвіти та медіаграмотності в загальноосвітніх школах України. Аналітичний звіт за результатами комплексного дослідження 2014-2017 рр., проведеного на замовлення Українського медійного проекту («У-Медіа») Інтерньюз Нетворк. – К., 2017. – 57с.
4. Мокрогуз Олександр. Запровадження медіаосвіти у Чернігівській області у 2012-2016 рр. (з досвіду інституту післядипломної педагогічної освіти) / Олександр Мокрогуз // Збірник статей П'ятої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ. : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2017. – С. 254-265.
5. Мокрогуз О.П. До питання запровадження медіаосвіти в школі / О. П. Мокрогуз // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: педагогіка. – 2013. - № 3. – С. 95 – 102.
6. Медийная и информационная грамотность: программа обучения педагогов / Кэролайн Уилсон, Алтон Гриззл, Рамон Туазон, Кваме Акьемпонг, Чи-Ким Чун. – Юнеско, 2012. – 198 с.

В статті говориться про значення створення кабінету медійної та інформаційної грамотності в Чернігівському ОІППО імені К.Д.Ушинського та його ролі в медіаосвітній діяльності в області. Приведені висновки дослідження та проаналізовані один з його аспектів, що стосується ставлення учителів до завдань медіаосвіти.

Ключевые слова: кабінет медійної та інформаційної грамотності, медіаосвіта, медіаграмотність, ставлення учителів до медіаосвіти, опитування.

The article discusses the importance of creating a media and information literacy cabinet in the Chernigiv OIPPO named after K. D. Ushinsky and his role in media education in the region. The excerpts from the research are given and one of his aspects is analyzed, concerning the attitude of teachers to the problems of media education.

Key words: audience of media and information literacy, mediaeducation, medialiteracy, teachers' attitude towards mediaeducation, questionnaires.

Онкович Ганна,
доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри гуманітарних дисциплін і
мовної підготовки Київського медичного університету

Онкович Артем,
кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри зв'язків із громадськістю і
журналістики Київського національного університету культури і мистецтв

НОВЕ В МЕДІАОСВІТІ: БЛОГОДИДАКТИКА

У публікації автори аналізують проблему використання соціальної мережі у розвитку і саморозвитку професійної компетентності педагога. Показано це на прикладі педагогічної блогодидактики, що нині переживає свій розквіт, уособлюють вітчизняний медіаосвітній фактаж і розробляють нові інструментальні технології щодо використання соціальної мережі в освітньому процесі.

***Ключові слова:** соціальна мережа; освітній простір; медіаосвітня технологія; медіадидактика; педагогічна блогодидактика; професійно-орієнтована медіаосвіта; науково-педагогічна блогодидактика; саморозвиток особистості.*

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Свого часу ми вже звертали увагу на потенційні можливості професійно-орієнтованої медіаосвіти у вищій школі, яка сприяє формуванню медіа- та інформаційної грамотності майбутніх фахівців [7, 8, 10, 11], розкривали зміст термінів "інформаційна грамотність", "медіаграмотність", "медіаінформаційна грамотність" та "медіакомпетентність фахівця", поданих як у дослідженнях зарубіжних науковців, так і в працях українських дослідників [1, 3, 9, 12], обґрунтовували необхідність розуміння "парасолькового" поняття "медіа-інформаційна грамотність" як одного із базових у сучасному суспільстві знань [9].

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми засвідчує прискорений темп упровадження медіаосвітніх технологій у навчальному процесі вищої школи. Досить назвати дисертаційні роботи Р.Бужикова, Ю.Горун, І.Гуріненко, Н.Духаніної, О.Каліцевої, Н.Лашук, І.Сахневич, О.Янишин та ін., щоб пересвідчитися в можливостях медіаосвітнього підходу в осучасненні навчального процесу. Технології медіаосвіти сьогодні передбачають залучення до навчального процесу як «традиційних» засобів масової інформації (періодичні видання, радіо, телебачення, кіно тощо), так і засоби новітніх інформаційних технологій, а саме – програмно-апаратні засоби і пристрої, що функціонують на базі обчислювальної техніки; використовують також сучасні способи і системи інформаційного обміну, що забезпечують операції збирання, накопичення, збереження, оброблення й передавання інформації. [2, с.337]. Власне, явища ці були присутні в житті соціуму від початку виникнення засобів масової інформації, однак зовсім недавно з'явилися у вжитку нові поняття, які увібрало в себе „медіа”, й почали активно використовуватися у різних галузях суспільного життя. Зокрема, досить згадати напрацювання лінгводидактів 1990-х років у галузі методики викладання мови, яка вивчалася як іноземна, в котрих ішлося про формування інформаційних інтересів цього контингенту засобами журналістики (Г.Онкович), про використання телепрограми «Час» у розвитку мовлення (І.Єршова-Бабенко), про роль кінофільмів і діафільмів у навчально-виховному процесі тощо. Сьогодні поняття «медіадидактика» стало «парасольковим» для цих та інших понять. В свою чергу, одне з них - поняття «Інтернет-дидактика» - теж стало «парасольковим» для новітніх термінів, котрі виникли саме завдяки появі інтернету. Серед них – вікідидактика, блог(сайто)дидактика (педагогічна, наукова) та ін., тож сьогодні можемо стверджувати, що

існують такі складові медіадидактики, як теледидактика, кінодидактика, мультимедіадидактика (в т.ч. – інтернет-дидактика) тощо – залежно від специфіки того чи іншого засобу масової інформації.

Постановка завдань дослідження. Можливості медіаосвітніх технологій спонукають до їхньої активної пропаганди і поширення в середовищі навчальних закладів різних профілів підготовки. На часі активізувати напрацювання з медіадидактики вищої школи [4]. Оскільки дидактика – частина педагогіки (...), що обґрунтовує і розкриває зміст освіти, методи і організаційні форми навчання, то медіадидактика, на нашу думку, це – сукупність упорядкованих знань про принципи, зміст, методи, засоби і форми організації навчально-виховного процесу з використанням масовокомунікаційних матеріалів при викладанні медіапедагогіки чи інших дисциплін, що забезпечують розв'язання навчально-виховних завдань за участю ЗМІ. Принагідно зазначимо, що німецькі вчені, наприклад, виокремили її як «Hochschuldidaktik» [13]. Медіадидактика об'єднує різні медіатехнології відповідно до стратегічних цілей. Технології ці спираються на відповідні медіаджерела, опрацьовують різні медіапродукти відповідно до завдань освітнього процесу. Причому, саме медіаосвітні технології, котрі інтенсивно розвиваються останнім часом, посідають провідне місце і в самоосвіті особистості.

Метою нашої **статті** є прагнення привернути увагу спільноти до освітніх можливостей блогів, котрі ми наразі розглядаємо не з позицій медіагалузі, а з педагогічних потреб, відтак говоримо про блогодидактику як один із складників медіадидактики.

Поняття «блогосфэра» (від англ. blogosphere) — термін, що означає сукупність всіх блогів як спільноту або ж соціальну мережу. Десятки мільйонів блогів, що існують в світі, зазвичай тісно пов'язані між собою, блогери читають і коментують один одного, посилаються один на одного. Це поняття (позначимо його як «журналістське») робить наголос на одну з основних відмінностей блогів від звичайних веб-сторінок та інтернет-форумів: пов'язані між собою блоги можуть становити собою динамічну всесвітню інформаційну оболонку. Вікіпедія подає класифікацію блогів за такими різновидами: [<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3>] :

За автором (авторами): Особистий (авторський, персональний) блог — ведеться однією особою (як правило — його власником); «Примарний» блог — ведеться від імені чужої особи невизначеною персоною; Колективний або соціальний блог — ведеться групою осіб за правилами, які визначає власник; Корпоративний блог — ведеться усіма співробітниками однієї організації;

За наявністю мультимедіа: Текстовий блог — блог, основним змістом якого є тексти; Фотоблог — блог, основним змістом якого є фотографії; Музичний блог — блог, основним змістом якого є музичні файли; Подкаст і блогкастинг — блог, основний зміст якого надиктовується та викладається у вигляді аудіофайлів, наприклад, MP3-файлів; Відеоблог — блог, основним змістом якого є відеофайли;

За особливостями змісту: Контентний блог — блог, який публікує первісний авторський текст; Мікроблог — блог, дописами в якому є короткі щоденні новини з власного життя користувачів (див. МікроБлогінг); Мониторінговий блог — блог, основним змістом якого є відкоментовані посилання на інші сайти чи блоги; Цитатний блог — блог, основним змістом якого є цитати з інших блогів; Сплог — спам-блог;

За технічною основою: Блог Stand-alone — блог на окремому хостингу та рушії (CMS); Блог на блог-платформі — блог, який ведеться на потужностях блог-служб (LiveJournal, LiveInternet та ін.); Моблог — мобільний блог, який наповнюється з мобільних чи портативних пристроїв.

Як показують наші спостереження, в соціальній мережі присутні блоги, які не підпадають під зазначені ознаки. Ми розглянемо ті, котрі позначаємо як «педагогічні» й «науково-педагогічні» і які щонайперше переслідують освітню мету.

Виклад основного матеріалу дослідження. Медіаосвітній напрямок педагогіки сформувався у другій половині ХХ ст., коли постала проблема готувати тих, хто навчається, до життя в інформаційному суспільстві, формувати у них уміння користуватися інформацією в будь-якому вигляді, здійснювати комунікації, усвідомлювати наслідки впливу на людину засобів інформації, особливо - засобів масової комунікації [2, с.352]. Нині медіапедагогіка набула широкого розмаху. Зокрема, в Німеччині існують науково-дослідні інститути, котрі виконують наукові дослідження у цій галузі. У медіапедагогіці німецькі фахівці, наприклад, виділяють два взаємозв'язані між собою напрямки: 1. Суспільно-критична медійна педагогіка, яка має на меті зміну суспільства через такі її засоби, як здатність ідеологічної критики; здатність впливу на медіасистему; здатність використання альтернативних медій. 2. Політично-мотивована медійна педагогіка, яка ставить собі за мету боротьбу проти маніпуляцій за допомогою медій. [5, с.278]. Визначальною метою медійного виховання є підготовка молоді до критичного сприймання медіа, медійна дидактика стосується функціонування мас-медіа у процесі навчання. Дехто під медіаосвітою розуміє масову журналістську освіту (тобто набуття знань журналістського фаху нежурналістами – така собі «журналістика для мас»).

Наша мета наразі – привернути увагу освітянського загалу до можливостей розвитку медіакомпетентості фахівців через використання у навчальному процесі й самоосвіті «педагогічних» авторських сторінок із соціальних мереж, а саме – до блогів, сторінок у соціальних мережах тощо, зміст і наповнення яких ми визначаємо поняттям «педагогічна блогодидактика», «наукова блогодидактика», «науково-педагогічна блогодидатика». Авторами їх є освітяни-практики, що особливо цінно.

Блоги педагогів-практиків – професійно-орієнтовані. Це – оригінальний шлях ознайомлення учнів, студентів і колег із власними новаторськими напрацюваннями, методами наукового пізнання, важливий засіб формування дослідницьких і пізнавальних компетентностей, розвитку компетентностей особистісних. Завдяки таким «предметним» блогам, сайтам, сторінкам в інтернет-мережі формується і самоосвітня компетентність (здатність спонукати й організувати себе до самоосвіти); розвивається соціальна компетентність (реально-віртуальна співпраця з колегами, іншими блогодидактами, зокрема, розуміння своєї ролі в освітньо-виховному процесі держави). Перед у творенні подібних сторінок в Україні вели шкільні вчителі, котрі сповна оцінили переваги блогодидактики у спілкуванні з учнями, у поширенні предметних знань, в обміні досвідом з колегами тощо.

Один із перших блогодидактів – українознавець із Запоріжжя Ганна Черкаська, визнана свого часу одним із кращих українських блогерів. Про себе вона пише так: «Пенсіонер із діагнозом: "Учитель". Сповідую п'ять "К": книжки, квіти, коти, кава, комп». Її блог «Українська історія» [<http://uahistory.com/>] має розділи «Мовні забавки», «Історичні події», «Сучасність», «Видатні люди», «Форуми», які постійно поповнюються

і давно стали джерелом актуальної інформації для філолога, історика, українознавця. Щодня упродовж кількох років оновлюється наповнення сторінок блогу актуальним матеріалом, котрий вчителі використовують в освітньому процесі, а інші споживачі блогу – для самоосвіти.

Серед педагогів-новаторів – ще одна запоріжчанка, Галина Корицька, автор власно створених науково-методичних електронних ресурсів: «Камертон філолога» [<http://korycja50.blogspot.com>], «Камертон філолога: відлуння»; «Обрії науковця-філолога» [<http://korucja.wixsite.com/korycjalabzp>]; «Світоч України» [<http://ukrikt.wixsite.com/shevchenko-svitoch>]. Вона розробила науковий, навчально-методичний ресурс «Хмарний кабінет Галини Корицької» [<http://s-edu.org.ua/korycjazp>], де забезпечує навчання вчителів української мови та літератури із проблеми електронної лінгводидактики, проектування українськомовного електронного освітнього середовища.

Г.Р. Корицька — педагог, науковець, автор науково-методичних електронних ресурсів. Відома як фахівець у галузі педагогіки, методики викладання української мови та літератури, розвитку професійної майстерності вчителів-словесників. Має досвід викладача в системі післядипломної педагогічної освіти. «Камертон філолога», як й інші ресурси Г.Р.Корицької для освітян, – «чудовий інструмент для настроювання струн глибоких учительських і чистих дитячих душ та сердець».

Ольга Криворотенко, учитель української мови та літератури КЗ "Ганнівський НВК "СЗШ-ДНЗ" Верхньодніпровського району Дніпропетровської області гостей свого блогу «Дивосвіт» відвідувачів своєї сторінки зустрічає такими словами: «Переконана, що сюди завітали справжні педагоги, ті, про яких можна сказати: "Він — учитель за покликанням; його не можна уявити собі ніким іншим як учителем. Викладання стало його життям, його поживою; воно нероздільно зв'язане з ним. І не дивно, що вчительська справа стає у нього вільним мистецтвом, і він на всіх своїх учнів накладає печать свого духу! Як він знаходить своє щастя в навчанні, так можна вважати щасливими тих, хто в нього вчиться"(А.Дістерверг)» [<https://krivorotenko.blogspot.com/>]. На головній сторінці представлено змістове наповнення її блогу: Нормативно-правове забезпечення, Наука - практиці, Українська мова, Українська література, Література рідного краю, Факультативи, курси за вибором, Творча відеомайстерня, Філологічна студія "Дивосвіт", Публікації, Презентації, Цікаве з інтернету, Позакласна робота з предмету, Сайти, блоги для філологів, Кабінет української мови та літератури, Наша мета наразі – привернути увагу освітянського загалу до можливостей розвитку медіакомпетентості фахівців через використання у навчальному процесі й самоосвіті «педагогічних» авторських сторінок із соціальних мереж, а саме – до блогів, сторінок у соціальних мережах тощо, зміст і наповнення яких ми визначаємо поняттям «педагогічна блгодидактика», «наукова блгодидактика», «науково-педагогічна блгодидатика». Авторами їх є освітяни-практики, що особливо цінно.

Кілька напрочуд гарних сторінок має і вчителька української мови та літератури СЗШ І-ІІІ ст. №4 м. Гайсин Вінницької області Наталія Немировська. Вона, до речі, першою підхопила наше поняття «блгодидактика» [<https://natalianemirovska.blogspot.com/>] й представила його на науковій конференції «Михайло Стельмах у новітніх парадигмах наукового знання» у Вінниці в доповіді "Використання блгодидактики в контексті вивчення життєтворчості Михайла Стельмаха". Наразі на її блозі присутня сторінка «Використання блгодидактики на уроках української літератури».

Цікаві сторінки в мережі мають й інші вчителі української мови та літератури - Білан Оксана Григорівна з Лубенської спеціалізованої школи I-III ступенів №6, Заболотнюк Марія Григорівна з Багринівської ЗОШ I-III ступенів Чернівецької області, вчитель основ здоров'я і трудового навчання Запорізької гімназії № 11 Топчій Ірина Вікторівна та ін.

Блоги педагогів-практиків – професійно-орієнтовані. Це – оригінальний шлях ознайомлення учнів, студентів і колег із власними новаторськими напрацюваннями, методами наукового пізнання, важливий засіб формування дослідницьких і пізнавальних компетентностей, розвитку компетентностей особистісних. Завдяки таким «предметним» блогам, сайтам, сторінкам в інтернет-мережі формується і самоосвітня компетентність (здатність спонукати й організувати себе до самоосвіти); розвивається соціальна компетентність (реально-віртуальна співпраця з колегами, іншими блогодидактами, зокрема, розуміння своєї ролі в освітньо-виховному процесі держави). Перед у творенні подібних сторінок в Україні вели шкільні вчителі, котрі сповна оцінили переваги блогодидактики у спілкуванні з учнями, у поширенні предметних знань, в обміні досвідом з колегами тощо.

Як засвідчив наш аналіз учительських блогів і сторінок у соціальній мережі, більшість педагогів зрозуміли і правильно оцінили можливості сучасних медіаосвітніх технологій, успішно розробляють і послуговуються ними, ширять передовий педагогічний досвід – і не тільки власний, а й креативних колег. Майже у всіх представлені напрацювання теледидакта Олександра Авраменка. У вчительських блогах - розробки занять, методичні скарбнички, кращий досвід колег-одномудців. Педагогічна палітра цих матеріалів унікальна, постійно оновлюється, збагачується. Педагоги наче перебувають у віртуальному змаганні – я зробила це так, а ти? У мене це вийшло добре, а в тебе? Я вигадала і спробувала, спробуй і ти. Я знайшла в мережі таке, мені сподобалось – ділюсь...

Нещодавно в українському інтернет-просторі з'явилася чи не перша «педагогічна сторінка» групи «технарів» – *Освіта за спеціальністю "Нафтогазова інженерія та технології"* [<https://www.facebook.com/groups/145315129579851/about/>]. Це дало нам підстави вести мову про науково-педагогічну блогодидактику, адже модерують її знані науковці в галузі нафтогазової галузі. Серед авторів – викладачі вишів, науковці-практики, інші компетентні особистості. В пості-презентації сторінки наголошується: «Філософія цієї групи спрямована на популяризацію нафтогазової освіти в Україні», що успішно здійснюють дописувачі сторінки. Наразі сторінка – водночас приклад: однієї з медіаосвітніх технологій, медіадидактики вищої школи, предметної медіаосвіти.

Створення групи «Освіта за спеціальністю "Нафтогазова інженерія та технології"» – це застосування новітніх технологій медіадидактики – мультимедіадидактики, Інтернет-дидактики, прикладами яких є також майданчики на Фейсбучі. На цих сторінках подаються: повні тексти навчальних книг – підручників, посібників, курсів лекцій і практикумів, тексти довідників, словників, галузевих енциклопедій, а також монографій і значимих наукових статей. Тут же представлено трейлери навчальних фільмів і самі фільми, анімаційні ролики, які розкривають конструкцію, принцип функціонування пристроїв, показують протікання технологічних і природних процесів. При цьому широко застосовується темпоральні ефекти – уповільнена та прискорена кінозйомка, мультиплікація у поєднанні з фаховими програмами, що використовуються для моделювання природних і технічних об'єктів: SolidWorks, STATGRAPHICS Plus for Windows, програмне забезпечення: Smedvig Technologies, Roxar Software Solutions,

Western Atlas, Landmark Graphics, Paradigm Geophysical, CogniSeis, CGG Petrosystems, PGS Tigress, Seismic Microtechnology, GeoMatic, Quick look, Tigress, Western Atlas, DV-Geo. Колеги-"технари" у такий спосіб приєдналися до розвитку професійно-орієнтованої медіаосвіти і сприяють розвиткові професійно-орієнтованої медіадидактики.

Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Безперечним є той факт, що медійна педагогіка, медіаосвіта, медіадидактика розвинулися у багатьох країнах світу, педагогічні напрацювання яких для нас часто стають інноваційним орієнтиром. А за деякими позиціями Україна, як свідчить аналіз національного досвіду, веде перед. Її можливості професійно-орієнтованого збагачення необхідними для розвитку і саморозвитку особистості практично безмежні., що й засвідчують наведені приклади з педагогічної та науково-педагогічної блогодидатики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Горун Ю. Н. К определению понятий «медиаобразование», «медиакомпетентность», «медиаграмотность» // Медиафера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве [Электр. ресурс] : сб. статей. – Могилев : Могилев. институт МВД, 2015. – С. 103 – 113.
2. Дичківська І.М. Інноваційні педагогічні технології: Навч. посібник. – К.: Академвидав,2004. – 352 с. (Альма-матер)
3. Лашук Н.М. Медіакомпетентність. Технології та стратегії : навч. посіб. для студ. спец.075 - Маркетинг / Н.М.Лашук. - Чернігів : ЧНТУ, 2017. - 118 с.
4. Медіадидактика вищої школи: програми спецкурсів /за науковою редакцією д. пед. н., проф. Г.В. Онкович // Г.В. Онкович, К.Є.Балабанова, І.Ю.Гуріненко, Н.М.Духаніна, А.Д.Онкович, І.А. Сахневич, О.К.Янишин. – К.: Логос, 2013. -195 с.
5. Робак Володимир. До питання про розвиток медіапедагогіки у Німеччині // Другий український педагогічний конгрес: Збірник матеріалів конгресу. – Львів: ТзОВ Камула,2006. – 601 с. – С.275 – 286.
6. Медіакомпетентність фахівця : кол. монографія / Г. В. Онкович, Ю. М. Горун, В. О. Кравчук, Н. О. Литвин, І. В. Костюхіна, К. А. Нагорна ; за наук. ред. Г. В. Онкович ; НАПН України, Ін-т вищ. освіти. – Київ : Логос, 2013. – 286 с. : рис., табл.
7. Онкович, Ганна. Засоби масової інформації у навчанні мови (українознавчий аспект) // Дивослово : Укр. мова й літ. в навч. закл., 1997. - № 5/6. – С.19-24.
8. Онкович Г. Професійно-орієнтована медіаосвіта у вищій школі / Г. Онкович // Вища освіта України. - 2014. - № 2. - С. 80-87. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vou_2014_2_14.
9. Онкович А. В. Медиа- и информационная грамотность как зонтичное понятие обучающей среды / Онкович А. В., Онкович А. Д. // Профессионализм педагога: сущность, содержание, перспективы развития. – М. : МАНПО ; Ярославль : Ремдер, 2014. – С. 328–332.
10. Онкович Г.В. Медіа-педагогіка і медіа-освіта: поширення у світі // Дивослово, 2007.– № 6. – С.2-4.
11. Онкович Ганна. Вікідидактика та її технології в системі відкритої освіти // Донецький вісник Наукового товариства ім.Шевченка. - Донецьк-Маріуполь-Покровськ, 2018. - 302 с. - С.200 – 237.
12. Федоров А., Чельшева И. Медиаобразование в современной России: основные модели // Высшее образование в России, – 2004. – № 8. – С. 34-39.

13. Huber Ludwig.: Hochschuldidaktik als Theorie der Bildung und Ausbildung. In: Dieter Lenzen (Hrsg.): Enzyklopädie Erziehungswissenschaft. Ausbildung und Sozialisation in der Hochschule. Band 10. Klett, Stuttgart/Dresden 1995, ISBN 978-3-12-939954-5, S. 114–138.

В публикации авторы анализируют проблему использования социальной сети в развитии и саморазвитии профессиональной компетентности педагога, рассматривают новые тенденции в отечественном образовательном пространстве, стимулирующие развитие украинской педагогики, в частности, ее новых атрибутов - медиаобразования, медиадидактики, медиапсихологии и их ответвлений. Продемонстрировано это на примере педагогической блогдидактики, переживающей ныне свой расцвет, олицетворяющей отечественный медиаобразовательный фактаж и представляющий новые инструментальные технологии по использованию социальной сети в образовательном процессе.

Ключевые слова: *социальная сеть; образовательное пространство; медиаобразовательная технология; медиадидактика; педагогическая блогдидактика; профессионально-ориентированное медиаобразование; научно-педагогическая блогдидактика; саморазвитие личности.*

In the article, the authors present several ways how to use social networking for developing and self-developing teacher's professional competence. The authors describe current stimulating trends in the Ukrainian educational space and pedagogy, in particular, their new attributes – media education, media didactics and their branches.

Blog didactics is a new branch of the media didactics alongside with press didactics, radio didactics and wiki-didactics etc. As an example, blog didactics is described, which is now flourishing and embodies the national media education facts. It develops new tools and technologies for using the social network in the educational process.

Keywords: *social network; educational space; media education technology; media didactics; pedagogical blogdidactics; professionally oriented media education; scientific-pedagogical blogdidactics; self-development of personality.*

Остапенко Людмила,
викладач кафедри інформатики
ХНПУ імені Г.С. Сковороди

Соловйова Ольга,
аспірант кафедри інформатики
ХНПУ імені Г.С. Сковороди

ІНТЕГРАЦІЯ МЕДІА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ В ПРОЦЕС ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ

В даній статті описано основні етапи упровадження медіаосвіти в Харківському національному педагогічному університеті імені Г.С. Сковороди, визначено основні аспекти медіаосвітньої підготовки майбутніх учителів, описано приклад упровадження медіаосвітньої компоненти, як частини навчальної дисципліни «Педагогіка», структуру та зміст курсу.

Ключові слова: *медіаграмотність, медіапедагог, курс з медіаосвіти для магістрантів.*

Розвиток інформаційних технологій, цифрових медіа і медіамереж на сучасному етапі розвиток суспільства суттєво впливає на життя соціуму, повсякденне спілкування, навчання та професійну діяльність людей. В цьому аспекті особливої уваги заслуговують питання підготовки майбутніх вчителів, діяльність яких сприяє кращій підготовці та адаптації дитини до життя в цьому суспільстві.

Основні вимоги до майбутніх вчителів та інших педагогічних кадрів декларуються в Законах України «Про освіту», «Про вищу освіту», Програмі розвитку освіти в Україні у XXI столітті, у яких наголошується на необхідності підвищення вимог до професійних та особистісних якостей вчителя, створення відповідного освітнього середовища, яке забезпечить та буде спонукати до саморозвитку майбутніх вчителів. На формування такого освітнього простору великий вплив має сучасний медіапростір, володіння необхідними знаннями та навичками роботи в якому сприяє розширенню можливостей для реалізації сучасного вчителя.

Для здійснення професійної діяльності в сучасному освітньому медіапросторі вчитель повинен володіти навичками роботи з інформаційно-комунікаційними технологіями, опанувати методики викладання навчального матеріалу з використанням медіа, вміти забезпечувати розвиток в учнів критичного та аналітичного мислення, застосовувати медіатехнології в навчально-виховному процесі. Тому питання підготовки майбутнього вчителя до медіа освітньої діяльності не втрачають актуальності на сучасному етапі розвитку суспільства та освіти.

Низка найавторитетніших міжнародних та європейських освітніх організацій, таких як ЮНЕСКО та Рада Європи, називають медіаосвіту освітою XXI століття та наголошують на необхідності запровадити медіаосвіту до навчально-виховного процесу, зокрема професійної підготовки майбутніх вчителів, оскільки сучасні медіа відіграють вагомий роль у житті сучасного суспільства та володіють потужним освітньо-виховним потенціалом [1].

Аналіз різних підходів до тлумачення поняття «медіаосвіти» дає змогу дійти висновку, що у документах ЮНЕСКО, де відображено найбільш ґрунтовне поняття, вказується, що медіаосвіта - це навчання теорії та практичних умінь для опанування сучасних мас-медіа, які розглядаються як частина специфічної, автономної галузі знань у педагогічній теорії та практиці; її слід відрізнити від використання медіа як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань, таких як, наприклад, математика, фізика чи географія [2]. Це процес, в рамках якого особистість навчається: аналізувати, критично осмислювати та створювати медіатексти, ідентифікувати джерела

медіатекстів, їх політичні та соціальні, комерційні та культурні інтереси, контекст, інтерпретувати медіатексти, визначати їх адресата та цінності, які вони поширюють.

Впровадження основ медіаосвіти в навчальний процес в Харківському національному університеті імені Г.С.Сковороди має певну історію:

- реалізація спеціального підходу до впровадження основ медіаосвіти в систему підготовки майбутнього вчителя інформатики через включення до освітньо-професійної програми підготовки спеціаліста вибіркової дисципліни «Основи медіаосвіти» та через включення до освітньо-професійної програми підготовки бакалавра практики з медіа технологій;

- здійснення медіа освітньої діяльності в системі поза аудиторної роботи зі студентами (майстер-класи з основ анімації та фестиваль анімаційних фільмів тощо);

- інтеграція до предметів фахового спрямування («Комп'ютерна графіка», «Комп'ютерні мережі», «Методика навчання інформатики» тощо).

В 2017-2018 навчальному році в рамках освітньо-професійної програми підготовки магістрів всіх спеціальностей до навчальної дисципліни «Педагогіка вищої школи» було інтегровано курс «Основи медіаосвіти», основною метою якого є розкриття освітнього потенціалу медіатехнологій, формування певних знань і умінь з основ медіаосвіти, розуміння ролі та значення медійного простору в професійному та особистісному становленні людини та використання медіатехнологій для створення навчального контенту.

Сформульована мета зумовила потребу вирішити такі завдання: ознайомлення з основними підходами до впровадження елементів медіаосвіти в навчально-виховний процес; вивчення наслідків (позитивні та негативні) застосування медіатехнологій навчання; вироблення навичок здійснення аргументованого пошуку і критичного огляду аудіовізуальної та друкованої інформації; формування вміння оцінювати зміст, форму і стиль аудіовізуальної та друкованої інформації; формування практичних навичок застосовувати раціональні методи пошуку, відбору, систематизації та використання аудіовізуальної та друкованої інформації, здійснювати перевірку джерел інформації та використовувати медіатехнології для створення навчального контенту.

Для опанування цих питань передбачено 1 кредит (4 лекційних, 6 практичних, 20 самостійних годин). Незначний за обсягом курс визвав неабиякий інтерес у магістрантів університету. Важливо зазначити, що саме формування інтересу до медіаосвітньої діяльності має бути першочерговим завданням під час упровадження курсів з медіаосвіти у підготовку майбутніх педагогів. Під час опитування по завершенню курсу студенти мали змогу відповісти на питання щодо вражень від курсу та перспектив розвитку цього курсу.

Так на питання «Яке ваше враження від курсу?» були надані наступні відповіді: «Не думав, що медіаосвіта така цікава», «Позитивне, теми курсу є дуже сучасними та інформаційними», «Всебічно розвиває і дозволяє дізнатися щось нове і цікаве, про те, чим ми зможемо в подальшому зацікавити дітей», «Сучасний курс, який необхідно проводити у школі, на мій погляд, адже медіа - це сьогодні», «Курс спрямований на потреби сучасної людини: вміння розумно володіти інформацією в умовах інформаційної епохи», «Дуже сподобався! На мою думку, знання з медіаосвіти потрібні та будуть корисні для кожної людини у сучасному світі. Медіа стали невід'ємною частиною нашого життя, а більшість людей не вміють з ними працювати або не розуміють впливу медіа на всі сфери життя», «Все, що вивчалось упродовж цього курсу було дуже цікавим та захоплюючим, що безумовно стане мені в нагоді в майбутній професійній діяльності» тощо.

А відповідаючи на питання «Чого Ви б хотіли навчитися на курсі ще?», студенти мали змогу запропонувати напрями удосконалення курсу, а саме: «Ще робити мультфільми», «Хотілося б докладніше зупинитися на практичній стороні питання: детальніше розглянути способи застосування медіа в навчально-виховному процесі в

цілому, і на уроках історії зокрема», «Я б хотіла навчитися працювати в Adobe After Effects», «Дізнатися, у які ще способи можна залучати медіа на уроках мови і літератури, та навчитися таким способам і формам роботи на уроці», «Хотіла б ознайомитися і навчитися використовувати й інші медіа, які можна було б впроваджувати у навчальний процес», «Працювати з різними відеоредакторами», «На практиці, невеликою групою опанувати процес створення та створити короткометражку про танцювальне мистецтво, «Обробка фотографій», «Я навіть не знаю, тому що я і так багато нового дізналася і навчилася», «Хотілося б дізнатися більше інформації, які творчі завдання можна задавати учням на уроках основ медіаграмотності», «Самій навчитися писати правдиві та цікаві статті, створювати мультфільми, знімати відео-новини», «Методики по роботі з дітьми за допомогою цього курсу на практиці». Результати опитування дають можливість вважати успішним формування у студентів інтересу до дисципліни та бажання використовувати медіаосвітні елементи у своїй педагогічній діяльності.

Зупинимося детальніше на змістовій складовій цього курсу.

Упродовж першої лекції студенти ознайомлюються із загальними поняттями медіаосвіти. До змісту входять такі поняття як: сутність медіаосвіти, її поняття, мета та основні теорії; історичні етапи розвитку медіаосвіти у різних країнах; розглядається тлумачення термінів «медіаосвіта», «медіапедагогіка», «медіаграмотність», «медіа компетентність», «медіа-інформаційна грамотність» тощо. Представлено досвід медіаосвітньої діяльності багатьох країн, серед яких Канада, США, Велика Британія, Росія тощо та аналізуються тенденції в сфері нових медіа, їх вплив на сучасний медіапростір.

Питання, що розглядаються упродовж практичного заняття: розвиток мислення як основний аспект на сучасному етапі розвитку освітнього сектора. Тому, багато уваги присвячено ключовому вмінню в рамках медіаосвіти, а саме розвитку критичного мислення студентів. В рамках вивчення теми центральне місце займають поняття «факт», «інтерпретація», «коментар», «стереотип», «новина». Ці поняття вивчаються на основі аналізу медійного українського та світового простору, на прикладі аналізу подій та інтерпретації цих подій різними інформаційними джерелами, створення прикладів новин, що інтерпретують факти у відповідності до запитів окремих груп споживачів. В ході практичного заняття студенти мають змогу ознайомитися з інструментами визначення достовірності інформації, що представлена в різних видах.

Друга лекція присвячена медіаосвітній діяльності в рамках начально-виховного процесу різних видів навчальних закладів. Розглядається специфіка сучасних засобів масової інформації, приклади їх використання в освітній галузі, особливості використання медіаінформації учнями загальноосвітніх шкіл та студентами вищих навчальних закладів, психолого-педагогічні аспекти застосування засобів масової інформації в освітній галузі, поєднання традиційних методів навчання з засобами масової інформації і комунікації. Увага приділяється проблемі захисту учнів загальноосвітніх шкіл та студентів вищих навчальних закладів від маніпулювання з боку засобів масової інформації, важливості використання медійних засобів у начальному процесі.

Практичні заняття присвячені ознайомленню з медіа технологіями для створення навчального контенту. Студентам пропонуються кейс-практикуми по створенню анімації та коміксів. Кейс-практикуми [3] містять вичерпну кількість теорії з тем, що розглядалися, перелік різноманітних програмних засобів, різні технології роботи з зазначеними медіапродуктами та упровадження їх у навчальних процес, а також сформовані з використанням безкоштовних крос-платформних середовищ та онлайн-середовищ, таких як Synfig Studio та Pixton.

В межах самостійної роботи студенти мали змогу продовжити опанування технологій обробки медіа інформації та створення на їх основі засобів для навчання. Результатом самостійного опрацювання є створення студентами кейса власних нарбок

щодо впровадження медіаосвіти в навчальний процес у відповідності до власної спеціальності та з урахуванням її специфіки.

Справедливо зазначити, що тільки створення спеціального навчального курсу дає змогу найбільш повно охопити всі питання підготовки медіаосвіченого педагога і найбільш якісно здійснити підготовку майбутніх вчителів до освітянської діяльності як медіа педагогів, але безперечно важливими є також питання інтеграції медіаосвітньої компоненти в процес підготовки майбутнього вчителя та пошуку ефективних механізмів, нових форм та методів інтеграції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO // Education for the Media and the Digital Age. - Vienna: UNESCO, 1999. - P. 273-274. Reprint in: Outlooks on Children and Media [Електроннийресурс]. - Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001. - P. 152. - URL: <http://edu.of.ru/medialibrary/>.
2. Media Education. - Paris: UNESCO, 1984. - 211 p.
3. Практична медіаосвіта: авторські уроки. Збірка / Ред.-упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волошенюк; За науковою редакцією В.В. Різуна та В.В. Літостанського. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. – 447 с.

В данной статье описаны основные этапы внедрения медиаобразования в Харьковском национальном педагогическом университете имени Г.С. Сковороды, определены основные аспекты медиаобразовательной подготовки будущих учителей, описан пример внедрения медиаобразовательной компоненты, как части учебной дисциплины «Педагогика», структуру и содержание курса.

Ключевые слова: *медиаграмотность, медиапедагог, курс по медиаобразованию для магистрантов.*

This article describes the main stages of the introduction of media education in the Kharkov National Pedagogical University named after G.S. Skovoroda, the main aspects of media education of future teachers are defined, an example of the introduction of the media education component as part of the educational discipline "Pedagogy", the structure and content of the course are described.

Keywords: *medialiteracy, teacher of media, course of media education for undergraduates.*

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК НЕОБХІДНА СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СУЧАСНОГО ПЕДАГОГА

У статті розглядається специфіка поняття «медіаосвіта» та «медіаграмотність». Медіаграмотність розглядається як необхідна складова професійної компетентності сучасного педагога.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаграмотність, професійна компетентність.

Сучасне суспільство неможливо уявити без діяльності сучасних засобів масової комунікації (медіа), що посідають домінуючі позиції як джерело отримання інформації та проведення дозвілля різними верствами населення. Цілком очевидно, що медіа виконують сьогодні не лише функції інформаційну та рекреаційну, а й виховну, здійснюючи вплив на формування в аудиторії певних моделей поведінки. За таких обставин значної актуальності набуває такий напрям сучасної освіти як медіаосвіта, зокрема такої верстви суспільства як педагогічна спільнота. Зміни, що відбулися в характері праці, в структурі виробничих відносин, у сфері комунікації, стали основними засадами переосмислення попередніх результатів суспільного розвитку і формування нової його парадигми розвитку, відомої як стадії інформаційного суспільства [4, с. 235].

Новий етап розвитку інформаційного суспільства вимагає від освітньої сфери підготовки інформаційно грамотного спеціаліста, готового до повноцінної взаємодії з сучасною медіасистемою. Але ще більш важливою, на нашу думку, є медіаосвіта у післядипломній педагогічній освіті, оскільки, педагоги-практики, які вже працюють у системі освіти мають справу з цифровим поколінням, а це потребує новітніх підходів у навчанні та вихованні. Тому, на нашу думку, однією із важливих складових поняття «професійної компетентності педагога» є медіаграмотність, здобута в процесі медіаосвіти, адже це поняття відображає особисті можливості викладача, що дозволяють йому самостійно й досить ефективно вирішувати педагогічні завдання.

За таких обставин процес післядипломної педагогічної освіти за певних науково обґрунтованих організаційно-педагогічних умов повинен стати визначальним фактором розвитку учителів, оскільки система післядипломної педагогічної освіти:

- здатна швидко реагувати на соціально-економічні зміни та задовольнити потреби у підготовці працюючих учителів в умовах оновлення знань і вимог до компетентності педагога і учня;
- розкриває широкі можливості для підвищення кваліфікації, розвитку компетентності учителя;
- передбачає активну позицію учительства у процесі післядипломної освіти.

Аналіз сучасних вітчизняних та зарубіжних наукових джерел засвідчує, що проблеми медіаосвіти та медіаграмотності висвітлюються у працях Л. Баженової, О. Баранова, О. Волошенюк, Н. Габор, Л. Зазнобіної, В. Іванова, Л. Мастермана, В. Монастирського, Л. Найдьонової, Г. Онкович, С. Пензіна, Г. Поличко, О. Спичкіна, Ю. Усова, О. Федорова, Н. Хилько, І. Челишева, О. Шарикова та ін.. Також накопичено певний досвід щодо впровадження медіаосвіти у післядипломну педагогічну освіту, що висвітлюється у працях О. Мокрогуза, О. Дем'яненко, О. Городецької та ін..

У вітчизняній педагогіці термін «медіаосвіта» є відносно новим. Більш глибокий науковий аналіз цього поняття здійснили російські дослідники. Зокрема, Т. Стефановська під медіаосвітою розуміє процес навчання, розвитку, формування

особистості на матеріалі і через засоби масової комунікації. Відповідно і головні її завдання авторка вбачає у підготовці молодого покоління до життя в інформаційному середовищі, навчанні дітей сприймати, розпізнавати інформацію, усвідомлювати її вплив [5]. Але навчити дітей зможе лише педагог з високим рівнем медіаграмотності.

Результатом процесу медіаосвіти є медіаграмотність. Медіаграмотність – це здатність використовувати, аналізувати й оцінювати медійну продукцію [3, с. 165]. Медіаграмотність – найважливіший комплекс навичок і знань, необхідних людині в сучасному інформаційному суспільстві: як знаходити потрібну інформацію і переконуватися в її достовірності, як відокремлювати пропаганду від фактів і фільтрувати інформацію в ситуаціях конфлікту; що таке інформаційна безпека і чим вона відрізняється від цензури, як розпізнавати маніпуляцію. Особливе значення проблема медіаграмотності набуває при роботі педагога з дітьми. Засоби масової інформації та Інтернет, посівши пріоритетні позиції в формуванні у дітей картини світу, стали представляти особливу загрозу для усталеної вразливої дитячої психіки. Збільшення впливу на дитину неконтрольованої інформації про світ, людину, суспільство, природу актуалізує проблему інформаційної освіти, формування медіаграмотності, критичного мислення та критичного ставлення до інформації, починаючи з дошкільного віку. Дослідники і педагоги різних країн світу у своїх дослідженнях часто підкреслюють потребу медіаосвіти педагогів, як основної складової професійної підготовки. Передбачається, що медіаграмотний педагог зуміє:

- заохочувати і розвивати в учнів бажання ставити обґрунтовані проблемні питання, пов'язані з медіа;
- використовувати у викладанні дослідницьку методику, коли учні зможуть самостійно шукати (медіа)інформацію, щоб відповісти на різні питання, застосовувати знання, отримані в навчальному курсі до нових областей;
- допомагати учням розвивати здатність використовувати різноманітність первинних джерел (медіа)інформації, щоб дослідити проблеми і потім зробити узагальнені висновки;
- організувати проведення дискусій, де учні зможуть навчитися толерантно слухати інших і тактовно висловлювати власні думки; підтримувати відкриті обговорення, де немає категоричних відповідей на багато запитань;
- заохочувати учнів міркувати над їх власним медійним досвідом [1].

Виникає запитання «Чи готові сучасні педагоги до вирішення поставлених завдань?» В рамках підготовки до міжнародного моніторингового дослідження PISA-2018 нами проводилось опитування, серед педагогів – слухачів курсів підвищення кваліфікації при ІППОЧО щодо деяких аспектів дослідження. Провідною галуззю дослідження в Україні у 2018 р. є читацька грамотність. Лише 24% опитаних учителів змогли вибрати правильне визначення читацького уміння (рис. 1):

Яке з визначень читацького уміння використовується в рамковому документі для PISA-2018

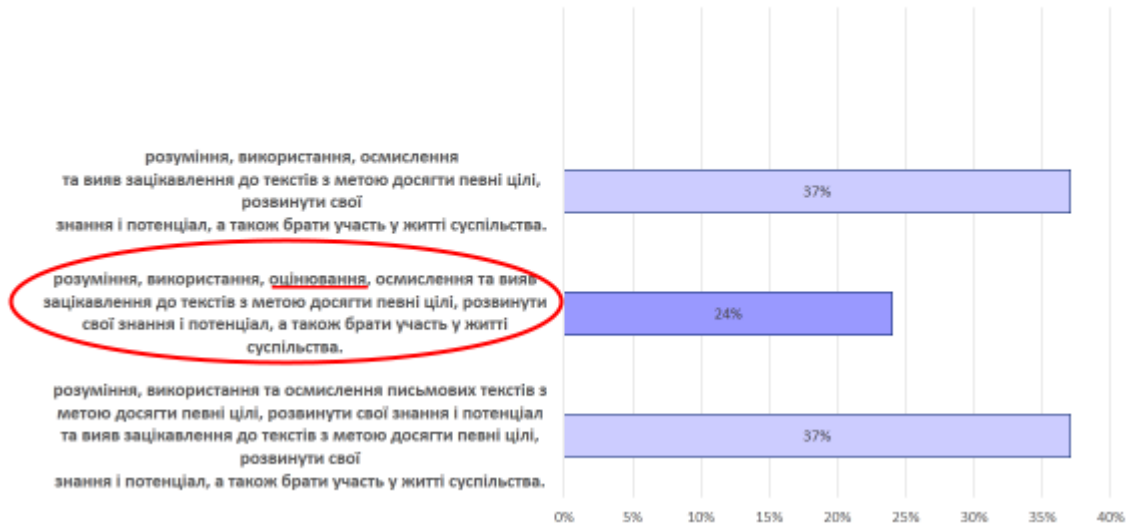


Рис. 1 Відповідь на запитання щодо визначення поняття «читацьке уміння» відповідно до міжнародного моніторингового дослідження PISA-2018

Якщо порівняти поняття «читацьке уміння» та «медіаграмотність», то вони мають багато спільного в тому аспекті, що стосується роботи із текстовою інформацією. Переважна більшість (76%) опитаних учителів вважають, що поняття «читацьке уміння» або «читацька грамотність» стосуються лише навчальних дисциплін філологічного та суспільно-гуманітарного напрямку, не усвідомлюючи того, що робота з текстовими та іншими видами інформаційних джерел є невід'ємною складовою усіх предметів шкільної програми. Тому, працюючи з педагогами, рекомендуємо акцентувати увагу на формуванні в учнів вміння працювати з інформаційними джерелами, критично мислити тощо. Ці ж вміння необхідні і самим педагогам в процесі їх професійної діяльності та самоосвіти. Ми поставили питання щодо джерел інформації про події і зміни, що відбуваються в освіті (рис. 2):

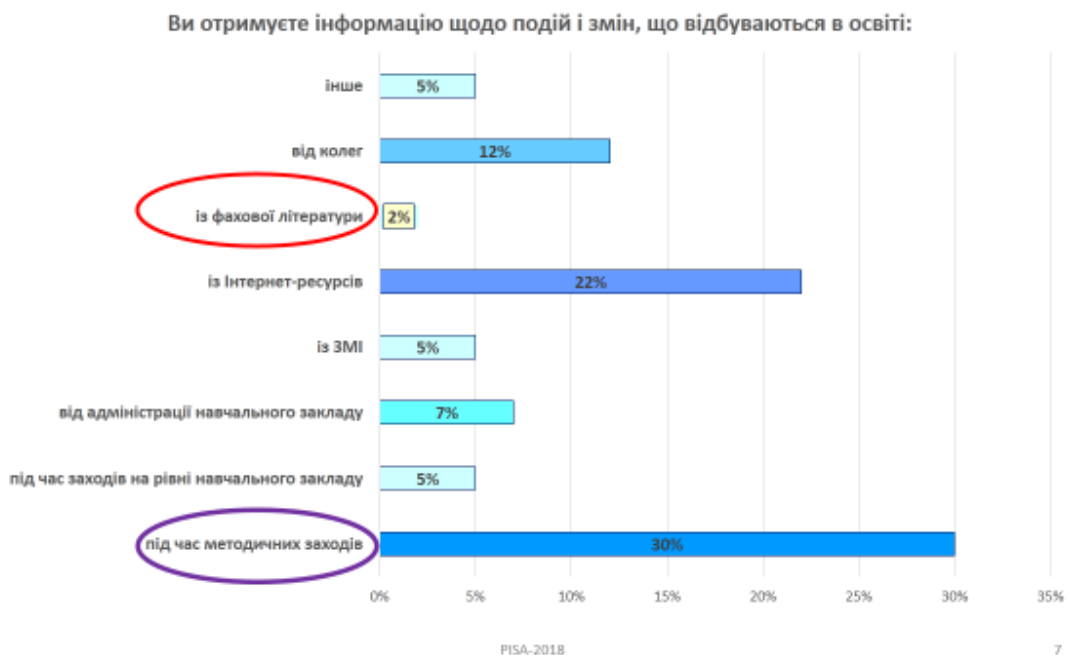


Рис. 2 Відповідь на запитання щодо джерел інформації про події і зміни, що відбуваються в освіті

Найбільше корисної інформації педагоги отримують на методичних заходах, де вони отримують інформацію вже у готовому «перетравленому» вигляді, а найменше – у фахових джерелах. Останнє вражає, адже саме фахові джерела містять достовірну інформацію.

Проведені дослідження свідчать, що учителі недостатньо готові до роботи із сучасними джерелами інформації. Томи ми вбачаємо наше завдання у проведенні занять, майстер-класів для формування медіаграмотності. Якщо говорити про зміст медіаосвіти педагогів, то він повинен суттєво відрізнятися від програм, за якими готують журналістів, інших фахівців мас-медіа. Система медіаосвітньої підготовки учителя включає в себе такі компоненти:

- вивчення теоретичної і методичної бази медіаосвіти (український та зарубіжний досвід);
- ознайомлення з досвідом медіаосвіти в сучасному освітньому просторі;
- оволодіння практичними навичками (особливо актуально для педагогів освітніх закладів – учасників всеукраїнського експерименту);
- популяризація педагогічного досвіду в галузі медіаосвіти тощо;

та ґрунтується на наступних принципах:

- діяльнісний підхід – навчання у процесі і за допомогою інформатизації/медіатизації;
- позиціонування – викладання і навчання завжди ведуться з чітко визначених позицій по відношенню до процесу інформатизації/медіатизації (позиції користувача, спеціаліста, дослідника);
- технологічності – сукупність змісту та методів навчання повинна являти собою педагогічну технологію, що статично достовірно забезпечує відтворюваність результатів навчання. Передбачає використання при навчанні механізмів контролю (зворотного зв'язку) і корекції процесу навчання;
- неперервності освіти – технологія повинна базуватися на вже сформовані якості особистості: інформаційну культуру, комп'ютерну грамотність тощо.

Сформованість медіаграмотності сучасного педагога характеризується високим рівнем наступних показників:

- мотиваційного: різнобічні мотиви медіаосвітньої діяльності: емоційні, гносеологічні, гедоністичні, моральні, естетичні та інші; прагнення до вдосконалення своїх знань та умінь в галузі медіаосвіти;
- інформаційного: систематична інформованість, великі теоретико-педагогічні знання в галузі медіаосвіти;
- методичного: розвинені методичні вміння у галузі медіаосвіти (наприклад, вміння дати установку на медіасприйняття, пояснити причини, умови та характер виникнення явища, вміння розвивати сприйняття учнів, виявляти рівні їх розвитку у галузі медіакультури, вибирати оптимальні методи, засоби і форми проведення занять, дослідницькі вміння тощо) і яскраво виражений педагогічний артистизм (загальна педагогічна культура, зовнішній вигляд, самопрезентація, самоконтроль, наявність зворотного зв'язку з аудиторією тощо);
- практично-операційного: систематична медіаосвітня діяльність у процесі навчальних занять різних типів, активна дослідницька медіапедагогічна діяльність;
- креативного: яскраво виражений рівень творчого потенціалу в медіаосвітній діяльності (тобто прояв гнучкості, мобільності, асоціативності, оригінальності, антистереотипності мислення, розвитку уяви, фантазії тощо) [2].

Професійна компетентність учителя – це результат творчої професійної діяльності, інтегрований показник особистісно-діяльнісної сутності педагога. Такі

учителі успішно розв'язують завдання навчання й виховання, готують для суспільства випускника з бажаними психологічними якостями; задоволені професією; досягають бажаних результатів у розвитку особистості учнів; усвідомлюють перспективу свого професійного розвитку; відкриті для постійного професійного навчання; збагачують досвід професії завдяки особистому творчому внеску; соціально активні у суспільстві; віддані педагогічній професії. В умовах інформаційного суспільства з-поміж професійних ролей педагога – помічник, адвокат, консультант, посередник, експерт, психотерапевт, менеджер, аніматор тощо, можна виділити нову – роль медіапедагога. Тому й післядипломна педагогічна освіта повинна відповідати змінам, що відбуваються в соціумі. Ґрунтуючись на компетентнісному підході, вона розширює світогляд, допомагає орієнтуватись у інформаційних потоках сучасних медіа, відчуті можливості інноваційних освітніх технологій з використанням медіа, опанувати методики протистояння маніпулятивному впливу медіа, розвитку критичного мислення тощо, організувати медіаосвітню діяльність у закладі освіти.

Враховуючи актуальність і важливість досліджуваної проблеми вважаємо, що подальшого науково-теоретичного осмислення та практичного втілення потребують шляхи, форми та методи формування медіаграмотності педагогів, як у процесі здобуття вищої педагогічної освіти так і під час підвищення кваліфікації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Медіаосвіта (медіаграмотність). Навчальна програма (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників)/ К.М. Левківський, В.Ф. Іванов, В.І. Даниленко, В.П. Мележик, О.В. Волошенюк, В.О. Мороз. – Київ, 2011. – 102с.
2. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник/ Ред.-упор В.Ф. Іванов, О.В. Волошенюк; За науковою редакцією В.В. Різуна. – Київ: Центр Вільної Преси, 2013. – 352с
3. Онкович Г.В. Медіаосвіта як інтелектуально-комунікативна мережа. / режим доступу http://www.medigram.ru/netcat_files/108/110/h_2966bfbf84c07057c4c9f2dda1787b32
4. Огнев'юк В.О. Освіта в системі цінностей сталого людського розвитку / В.О. Огнев'юк. – К. : Знання України, 2003. – 448 с.
5. Стефановская Т. А. Педагогика: наука и искусство / Т.А. Стефановская. – М., 1998. – 368 с. – 223 с.

В статье рассматривается специфика понятий «медиаобразование» и «медиаграмотность». Медиаграмотность рассматривается как необходимая составляющая профессиональной компетентности современного педагога.

Ключевые слова: медиаобразование, медиаграмотность, профессиональная компетентность

The author investigates specifics of the notion «media education» and «media literacy». Media literacy is considered as a necessary component of the professional competence of a modern educator,

Key words: media education, media literacy, professional competence.

МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У ВИЩІЙ ПЕДАГОГІЧНІЙ ОСВІТІ

Зима Ольга

Доцент кафедри управління соціальними комунікаціями
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця

ОБГРУНТУВАННЯ ЗАСТОСУВАННЯ МЕДІАОСВІТНІХ ЕЛЕМЕНТІВ У ВИЩІЙ ШКОЛІ

В статті здійснено узагальнення інформації щодо поняття медіаграмотність та медіаосвіта. Досліджено необхідність застосування медіаосвітніх елементів, таких як: лекції проблемного характеру, міні-лекції, семінари, практичні заняття, які дозволяють формувати у студентів професійні компетентності та захищатися від потенційно шкідливої інформації в медіа.

Ключові слова: інформація; медіа, медіаграмотність; медіакультура; медіаосвіта; медіакомпетентності

Модернізація освіти сприяє побудові в країні інформаційного суспільства, розвитку економіки знань, становленню громадянського суспільства. Медіа все активніше впливають на освіту молодого покоління, часто перетворюючись на провідний чинник його соціалізації та джерелом неформальної освіти. Засилля низькопробної медіа-продукції, низькоморальних ідеологем та цінностей спричиняє зниження в суспільстві імунітету до соціально шкідливих інформаційних впливів. Тому була розроблена і прийнята нова редакції Концепції впровадження медіаосвіти в Україні [1], завданнями якої є: запобігання вразливості людини до медіаманіпуляцій і медіанасильства та втечі від реальності; профілактика поширення медіазалежностей тощо. Тому постає актуальним впровадження медіаосвіти, зокрема під час навчання у будь-яких навчальних закладах.

Дослідженням аспектів медіа-освіти та формування медіа-грамотності присвятили свої роботи Л. Баженова, О. Волошенюк, К. Ворсноп, В. Іванов, Ю. Казаков, С. Лівінгстон, А. Литвин, Л. Найденова, Г. Онкович, М. Слюсаревський та інші науковці. Але потребують додаткового дослідження необхідності введення навчальних курсів з медіаграмотності в вищій школі.

Метою статті є обґрунтування застосування медіаосвітніх елементів у вищій школі для формування у студентів медіакомпетентностей і медіакультури, запобігання вразливості людини до медіаманіпуляцій і медіанасильства.

Відповідно до Концепції впровадження медіаосвіти в Україні [1], формами медіаосвіти в Україні є: дошкільна; шкільна; позашкільна; у вищій школі; батьківська; дорослих; медіаосвіта засобами медіа (неформальна медіа-освіта). Причому медіаосвітні елементи мають увійти до навчальних програм циклу професійно орієнтованої

підготовки з інших спеціальностей у відповідних їм обсягах (предметна професійна медіаосвіта).

Розвиток соціальних відносин в Україні та опанування цивілізованими моделями зв'язків з громадськістю передбачає наявність фахівців-професіоналів у сфері медіакомунікацій, які, в свою чергу, потребують якісної професійної підготовки. Введення навчальної дисципліни з медіаграмотності сприятиме забезпеченню всебічної підготовки студентів до ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формування у них медіакомпетентностей відповідно до їхніх індивідуальних особливостей та професійного спрямування.

Рекомендації Європейського парламенту та Ради Європи [2] стосовно надання аудіовізуальних медіапослуг спрямовані на заохочування та розвиток медіаграмотності для всіх верств населення зокрема в вищій школі. Такі рекомендації базуються на тому, що "медіа-грамотність" означає навички, знання і розуміння, які надають споживачам можливість ефективно і безпечно користуватися медіа. Медіаграмотні люди здатні усвідомлено обирати, розуміти характер контенту і послуг та користуватися повним спектром можливостей, які пропонують нові комунікаційні технології. Вони можуть краще захистити себе і свою сім'ю від шкідливого або вразливого матеріалу.

Щодо визначення поняття "медіа-грамотність" в Концепції [1], то воно, як складова медіакультури, включає наступні вміння:

- користуватися інформаційно-комунікативною технікою,
- виражати себе і спілкуватися за допомогою медіа-засобів,
- успішно здобувати необхідну інформацію,
- свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, отриману з різних медіа,
- відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами,
- осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують.

Тобто, таке визначення треба взяти за основу для впровадження наведених вмінь у навчальний процес з медіаграмотності.

Більшість учених вважають, що медіаграмотність – це результат медіа-освіти, коли людина набуває навички з аналізу та оцінки медіаматеріалів. Як доводять дослідники [3, с. 13], медіаграмотність – це не категорія. Нема нульового рівня медіа-грамотності, як і нема найвищого рівня, якого може досягти людина. Якість структурованих знань базується на наявних навичках і досвіді конкретної особистості. Що стосується людей, які діють на нижчих рівнях медіаграмотності, то вони мають слабкі й обмежені погляди на медіа. Такі особи мають поверхові знання, що формують неадекватний погляд на значення медіаповідомлень. А, як доводять дослідники [4, с. 4], інформацію необхідно перевіряти, без цього вона не має права на появу в медіа.

Автор американських підручників для студентів Джеймс Поттер (James Potter) у своєму інтерв'ю [5] доводив, що медіаграмотність полягає в здатності особистості контролювати споживання медіа. Медіаграмотність повинна допомогти людям використовувати засоби масової інформації для задоволення своїх особистих потреб. Медіаграмотність повинна сприяти правильній орієнтації в засобах масової інформації,

допомагати уникнути виникнення ризиків збочення будь-якої інформації, коли людина може бути обдуреними. Будучи медіаграмотною, людина легше орієнтується в медіасвіті, легше знаходить інформацію, яка їй потрібна, та запобігає повідомленням, що можуть їй зашкодити. Підвищуючи власну медіаграмотність, людина отримує чіткіше уявлення про межу між реальним світом і світом, що створили для неї мас-медіа.

Канадський науковець і консультант з питань медіаграмотності Кріс Ворсноп (Chris Worsnop) [6] вважає, що медіаграмотність – це результат медіа-освіти, вивчення медіа. Чим більше людина вивчає медіа (за допомогою медіа), тим більше вона медіаграмотна, тобто медіаграмотність – це здатність експериментувати, інтерпретувати / аналізувати та створювати медіатексти.

Американський науковець Роберт К'юбі (Robert Kubey) вважає, що медіаграмотність – це здатність використовувати, аналізувати, оцінювати та передавати повідомлення у різних формах [3, с. 10]. Тобто фактично всі науковці сходяться на тому, що медіаграмотність – це набуті під час навчання навички аналізувати та оцінювати медіа.

Сьогодні у цивілізованому світі в цілому і Україні, зокрема, медіаосвіта розглядається як предмет (окремий чи інтегрований з іншими дисциплінами), що допомагає людині активно використовувати можливості інформаційного поля телебачення, радіо, відео, кінематографу, преси, Інтернету для освітнього і професійного зростання, краще зрозуміти мову медіакультури, оволодіти критичним мисленням, мати імунітет до маніпуляцій з боку засобів масової комунікації [7].

Що стосується медіаграмотності у вищій школі, то такий освітній курс повинен включати достатню кількість медіаосвітніх елементів, які дозволять студентам оволодіти не тільки знаннями і уміннями, а й такими професійними компетентностями як комунікація, автономність та відповідальність. Для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів під час викладання навчальної дисципліни передбачене застосування як активних, так і інтерактивних навчальних технологій, серед яких: лекції проблемного характеру, міні-лекції, презентації, робота в малих групах, семінари, воркшопи, кейс-метод, ознайомлювальні (початкові) ігри, аналіз конкретних ситуацій тощо.

Розробка лекційного матеріалу для сучасного студента потребує певного креативу. Одним із найважливіших елементів навчання студентів є лекції проблемного характеру, які передбачають поряд із розглядом основного лекційного матеріалу встановлення та розгляд кола питань дискусійного характеру. Структура такої лекції може будуватися за принципом чергування теоретичного матеріалу і навчальними тестовими завданнями й питаннями. Такий освітній елемент сприяє формуванню у студентів самостійного творчого мислення, прищеплює їм пізнавальні навички.

Міні-лекції відрізняються від повноформатних лекцій значно меншою тривалістю (не більше 10 – 15 хвилин) і використовуються для того, щоб стисло донести нову інформацію до всіх студентів. Під час таких лекцій інформація надається по черзі кількома окремими сегментами, між якими застосовуються інші форми й методи навчання.

Семінари або воркшопи передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди та переконання, виробляють вміння формулювати думки й висловлювати їх. Проведення

таких семінарів сприяє координації роботи колективу і надає можливість різноманітними способами оцінювати роботи студентів.

Проведення практичних занять ґрунтується на попередньо підготовленому матеріалі, наприклад, тестах, для виявлення ступеня оволодіння необхідними теоретичними положеннями; наборі завдань різного рівня складності для розв'язування їх на заняттях. Вони включають проведення попереднього контролю знань, умінь і навичок студентів (у будь-якому форматі та режимі – online чи offline), постановку загальної проблеми викладачем та її обговорення за участю студентів, розв'язування завдань із їх обговоренням, розв'язування контрольних завдань, їх перевірку та оцінювання. Кейс-метод – це інтерактивна технологія, яка дозволяє студентам оволодіти практичними навичками з використанням реального матеріалу (або максимально наближену до реальності). Опрацювання кейсу дозволяє студентам роботу в малих групах, де формуються компетентності комунікації, автономності та відповідальності.

Серед елементів освітнього процесу можуть бути використані різноманітні ігрові та симуляційні системи для вирішення різних завдань навчального процесу – як інструмент наочного доповнення до занять, а саме: факультативи, тренінги, практику.

Під час навчання пропонується використання друкованих, візуальних та електронних медіа з різними цілями, так як студенти повинні мати навички «декодування» й аналізу медіатекстів в історичному, соціальному та культурному контексті, розуміючи при цьому відносини між аудиторією, медіатекстом і навколишньою дійсністю. Під час роботи з медіатекстом студенти можуть аналізувати типи сюжетів, які використовують у рекламі, новинах, документальних та ігрових медіатекстах; здійснювати аналіз кількох сюжетних ліній в тексті. На практичних заняттях студенти зможуть здійснювати порівняння й аналіз медіатекстів однакових і різних типів (наприклад, репортажі в різних газетах, на телебаченні, у системі Інтернет).

Для володіння термінологією медіаосвіти може бути створений глосарій, в якому наводять ключові терміни, використані в навчальному курсі, що є необхідним елементом в умовах дистанційної самостійної роботи студентів.

Запропоновані освітні елементи повинні сприяти доступу до медіаресурсів, що дозволить студентам здійснювати оцінку мови медіатекстів і широкого кола їх форм, жанрів і категорій. Такий доступ до медіатексту може бути пов'язаний з дослідженням людських відносин, нових ідей, своєї та чужої культури («діалог культур»), а також з критичним аналізом медіатекстів, з поясненням того, як такі тексти можуть впливати на аудиторію.

Отримані знання про різні види медіа можуть бути використані для рішення тих чи інших проблем у сфері медіа, що дозволить студентам не тільки спілкуватися з будь-якою аудиторією, а й створювати власні медіа продукти.

Таким чином, застосування медіаосвітніх елементів у вищій школі сприятиме формуванню медіакомпетентностей і медіакультури, запобіганню вразливості людини до медіаманіпуляцій і медіанасильства, втечі від реальності, у профілактиці поширення медіазалежностей. Медіаграмотність дозволяє протистояти агресивному медіасередовищу і деструктивним медіа-інформаційним впливам, забезпечує психологічне благополуччя при споживанні медіапродукції, що передбачає медіаобізнаність, уміння обирати потрібну інформацію, оминати інформаційне «сміття»,

захищатися від потенційно шкідливої інформації з урахуванням прямих і прихованих впливів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Концепції впровадження медіа-освіти в Україні. Схвалено постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 20 травня 2010 року, протокол № 1-7/6-150 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ispp.org.ua/news_44.htm.
2. Директива Європейського Парламенту та Ради Європи 2010/13/ЄС від 10 березня 2010 року “Про узгодження певних положень, визначених законами, підзаконними актами та адміністративними положеннями у державах-членах стосовно надання аудіовізуальних медіа послуг” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://cedem.org.ua/library/dyrektyva-yevropejskogo-parlamentu-ta-rady-yees-2010-13>.
3. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
4. Український медіаландшафт – 2015: аналітичний звіт / За ред. В. Іванова. – К.: ФКА, АУП, 2015. – 36 с.
5. Голоса медіаграмотности: международные пионеры говорят: Джеймс Поттер. Интервью. Стенограмма [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.medialit.org/reading-room/voices-media-literacy-international-pioneers-speak-james-potter-interview-transcript>.
6. Worsnop C. Assessing Media Work / C. Worsnop. – Mississauga: Wright Communication, 1996. – 80 р.
7. Коропатник М. Медіаосвіта в Україні: історія і сьогодення // Сіверянський літопис [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/109905/16-Koropatnyk.pdf?sequence=1>.

В статтє осуцествлено обобщение информации относительно понятия медиаграмотность и медиаобразование. Исследована необходимость применения медиаобразовательных элементов, таких как: лекции проблемного характера, мини-лекции, семинары, практические занятия, которые позволяют формировать у студентов профессиональные компетентности и защищаться от потенциально вредной информации в СМИ.

Ключевые слова: информация; медиа, медиаграмотность; медиакультура; медиаобразование; медиакомпетентности

The article summarizes information on the concept of media literacy and media education. The necessity of using media education elements such as: problem lectures, mini-lectures, seminars, practical exercises, which allow students to develop professional competence and protect themselves from potentially harmful information in the media is investigated.

Key words: information; media, media literacy; media culture; media education; media competence.

ФОРМУВАННЯ МЕДІА-ІНФОРМАЦІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ МАТЕМАТИКИ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «МЕДІАОСВІТА ТА КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ»: ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНИЙ АСПЕКТ

У статті висвітлено сутність медіа-інформаційної грамотності: базове розуміння та результати, що визначають її сформованість. Вказано підходи та принципи організації освітньої діяльності під час вивчення дисципліни «Медіаосвіта та комп'ютерні технології» магістрами спеціальності 014.04 Середня освіта (Математика). Описано зміст дисципліни та основні організаційно-методичні підходи, що забезпечують формування медіа-інформаційної грамотності під час її вивчення.

Ключові слова: *медіаосвіта, медіа-інформаційна грамотність, інформаційно-комунікаційні технології, професійна підготовка, майбутні вчителі математики.*

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства саме якість отриманої інформації учнем, студентом найчастіше визначає їх вибір і наступні дії, що включають здатність користуватися фундаментальними свободою і правом на самовизначення і розвиток, відшукання свого місця відповідно до існуючих умов цього суспільства. І саме «медіа та інші інформаційні служби, тобто бібліотеки, архіви та Інтернет, визнані у всьому світі важливими інструментами, що допомагають людям приймати рішення із урахуванням повноти всієї інформації» [1, 18].

Тому важливим завдання є підготовка медіа та інформаційно грамотного вчителя, який здатний критично мислити, здійснювати професійну діяльність із використанням медіа технологій відповідно до сучасних тенденцій їх розвитку.

Актуальність даної проблеми визначається роботами багатьох вітчизняних (Т. Бешок, О. Волошенюк, В. Дивак, Н. Духаніна, Б. Єржабкова, Р. Гришков, І. Гуріненко, В. Іванов, Ю. Казаков, В. Кондратюка, М. Матвійчук, Л. Найдьонова, Г. Онкович, Б. Потятиник, І. Чемерис, Д. Фатєєва, О. Янишина та ін.) та зарубіжних (І. Жилавська, Л. Зазнобіна, А. Спичкін, О. Федоров, Дж. Браун, М. Маклюен, Р. Туазон, К. Уілсон та ін.) дослідників, аналіз деяких із них здійснено в роботі [3].

Мета статті – охарактеризувати особливості медіа-інформаційної грамотності, та деякі організаційно-педагогічні умови її формування під час вивчення дисципліни «Медіаосвіта та комп'ютерні технології» магістрами спеціальності 014.04 Середня освіта (Математика).

Виклад основного матеріалу. Під медіа та інформаційною грамотністю (media and information and literacy) або МІГ (рис. 1) розуміємо сукупність знань, умінь, особистісних навичок, що «надають громадянам можливість отримувати доступ, здобувати, розуміти, оцінювати та критично, етично та ефективно використовувати, створювати та обмінюватися інформацією та медіа-контентом різного формату із використанням різних засобів (інструментів) під час здійснення особистісної, професійної та суспільної діяльності» [5, 29].

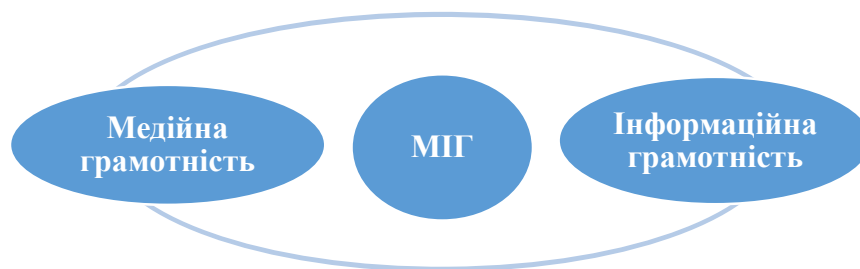


Рис. 1

Так, *інформаційна грамотність* підкреслює важливість доступу до інформації, її оцінювання і етичного використання, а *медійна* – робить акцент на здатності розуміти функції медіа, оцінювати якість виконання цих функцій і вступати в раціональну взаємодію з медіа в інтересах самовираження.

В програмі «Медійна та інформаційна грамотність: програма навчання педагогів» за загальною редакцією А. Гріззла і К. Уілсон зазначається, що «зміст МІГ втілює в собі базове розуміння: (а) функцій медіа, бібліотек, архівів і інших інформаційних служб в демократичному суспільстві; (б) умов, при яких засоби масової інформації і інші служби можуть ефективно виконувати ці функції; (в) методів оцінювання цих функцій через запропонований ними контент і послуги» [1,18].

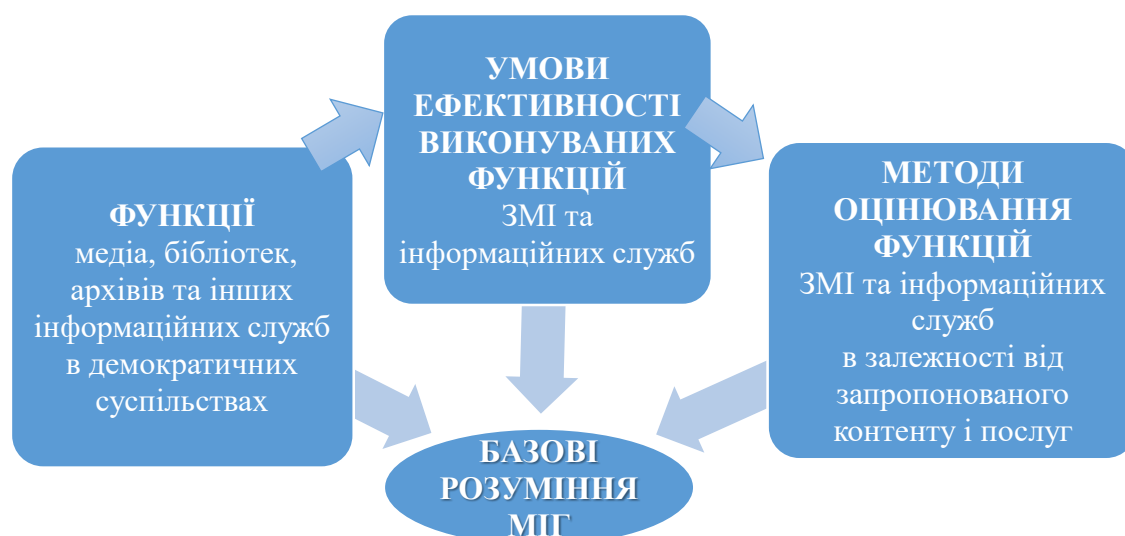


Рис. 2. Базове розуміння МІГ відповідно до підходу запропонованого ЮНЕСКО

Розуміння МІГ дозволить студентам свідомо взаємодіяти із каналами комунікації та інформації, а набуті через МІГ здатності (рис. 3) сприятимуть розвитку навичок критично мислити, вибирати високоякісний медійний та інформаційний продукт. Це, в свою чергу, вплине у подальшому на створення із використанням різноманітних засобів ІКТ майбутніми вчителями якісного медійного продукту, як освітнього, так і соціального спрямування, який вони зможуть ефективно використовувати у майбутній професійній діяльності.



Рис. 3. Основні результати (здатності) інформаційної та медійної грамотності

Крім того, педагоги, що освоїли МІГ, зможуть більш ефективно допомагати своїм учням у набутті навичок до самоосвіти, здатності до навчання протягом життя. Медіа-інформаційна грамотність майбутньому вчителю математики дозволить через зміст власного предмета, форми, методи і засоби його викладання, що враховують індивідуальні особливості кожного учня, виховувати інформаційних і думачих громадян.

Під формуванням медіа-інформаційної грамотності майбутніх учителів математики розуміємо процес набуття знань, умінь, особистісних якостей та інших здатностей щодо автономного і відповідального створення, поширення та використання медіа-інформаційних ресурсів у професійній діяльності, соціальній діяльності та особистісному розвитку.

Описані вище дослідження ще раз підтверджують важливу роль дисципліни «Медіаосвіта та комп'ютерні технології», що зорієнтована на формування медіа-інформаційної грамотності та підготовку майбутніх учителів математики на рівні магістра до здійснення ефективно професійної діяльності в умовах цифрового інформаційного суспільства. На вивчення дисципліни у 2017/2018 н.р. було відведено 90 год./ 3 кредити ECTS. З них для магістрів денної форми навчання – 16 год. лекційних занять, 20 год. лабораторних занять та 54 год. самостійної роботи, для заочної форми навчання відповідно – 6 год., 4 год. та 80 год.

Метою дисципліни «Медіаосвіта та комп'ютерні технології» є підготовка студентів до життя в умовах інформаційного цифрового суспільства на основі медіа та інформаційної грамотності; розвиток навичок розуміння та усвідомлення наслідків впливу різних видів медіа на психіку особистості та суспільства в цілому; формування у майбутніх педагогів знань і умінь з медіаосвіти, медіапедагогіки, аудіовізуальної грамотності, інформаційної грамотності щодо вирішення сучасних педагогічних проблем; розуміння ролі та значення медійного інформаційного світу в професійному та особистісному ставленні людини; створення із використанням мобільних, комп'ютерно-, хмаро-орієнтованих технологій освітніх медійних та інформаційних ресурсів та їх використання в освітньому процесі.

Програма навчальної дисципліни складається з двох змістових модулів. У першому модулі «Медіаосвіта: контекст інформатизації» (54 год.) розкриваються

наступні питання: медіаосвіта та медіаграмотність як освітні категорії; медіаосвіта як засіб розвитку критичного мислення; основні теорії медіаосвіти; загальні поняття про медіа, види медіа, вплив медіа; застосування медіатехнологій (засобів масової інформації та комунікації) в освітньому процесі. У другому модулі «Практична медіаграмотність» (54 год.) – магістрам пропонується розглянути: технології створення та розробки медіатексту різних видів медіа; апаратне та програмне забезпечення медіасистеми та їх застосування при створенні власного медіаконтенту [2–4].

Формування МІГ в межах курсу «Медіаосвіта та комп'ютерні технології» здійснювалося на засадах студентоцентрованого, діяльнісного, системного, синергетичного, компетентнісного підходів та із врахуванням принципів, як традиційних, так і, специфічних, що визначені ЮНЕСКО для МІГ (<http://www.unesco.org/new/en/doha/communication-information/media-and-information-literacy/>).

Серед основних видів навчальних занять використовувалися лекції, лабораторні, самостійна робота, вебінари, онлайн-консультації (індивідуальні, групові) тощо. Для активізації навчально-пізнавальної діяльності студентів під час викладання дисципліни, крім *традиційних методів*, в основному використовувалися *активні методи* (метод проектів, “перевернутий клас”, “мозковий штурм”, дискусії, імітаційне моделювання, тренінги тощо). Крім того, використовувалися традиційні (книга, роздаткові друковані матеріали, ТЗН тощо), мобільні, комп'ютерно- та хмаро-орієнтовані засоби навчання.

Наприклад, хмарні сервіси (Plickers, LearninApps, Google Документи тощо) використовувалися під час інтерактивних лекцій, де використовувалися такі методи, як дискусії, мозковий штурм, «перевернутий клас» та ін (рис.4).

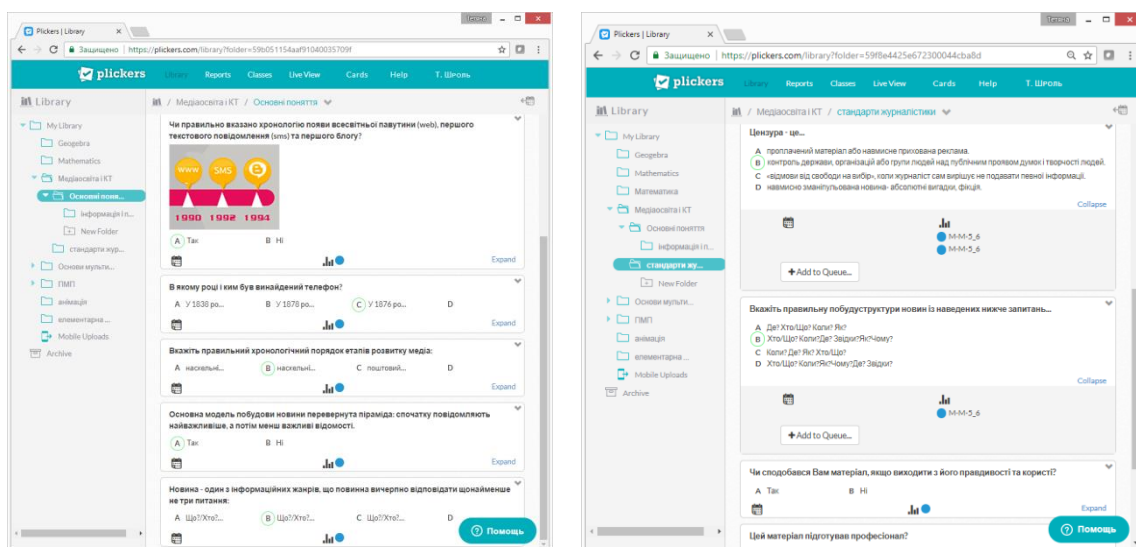


Рис. 4. Скріни екранів із запитаннями та завданнями створених засобами сервісу Plickers для проведення інтерактивних лекцій

Для підтримки вивчення курсу, зокрема магістрами заочної форми навчання було розроблено електронний навчальний курс (НРК) «Медіаосвіта та комп'ютерні технології» (рис. 5), що розміщено на сервісі дистанційної освіти кафедри ІКТ та МВІ РДГУ за адресою <http://do.iktmvi.rv.ua/>. Він включає такі модулі, як: глосарій термінів курсу; електронні посібники; вбудовані зовнішні ресурси «Медіазнайко», «Медіадрайвер (локації)» (рис. 6), «Онлайн-курс “Новинна грамотність”»; web-посилання на портал «Медіаосвіта та медіаграмотність» та інші Інтернет ресурси (рис. 7), діяльності «Завдання», «Тести».

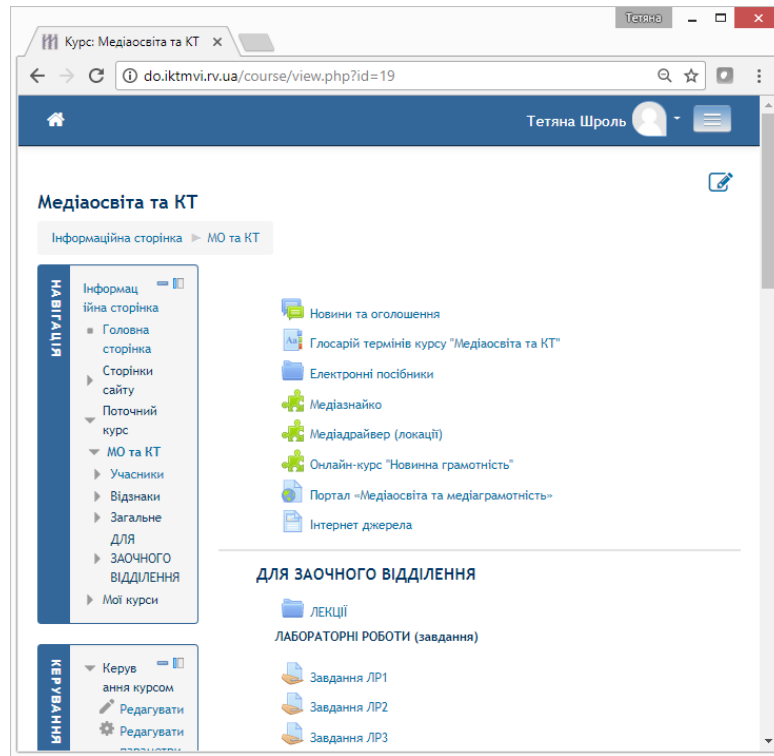


Рис. 5. Скрін головної сторінки електронного навчального курсу «Медіаосвіта та комп'ютерні технології» для заочної форми навчання

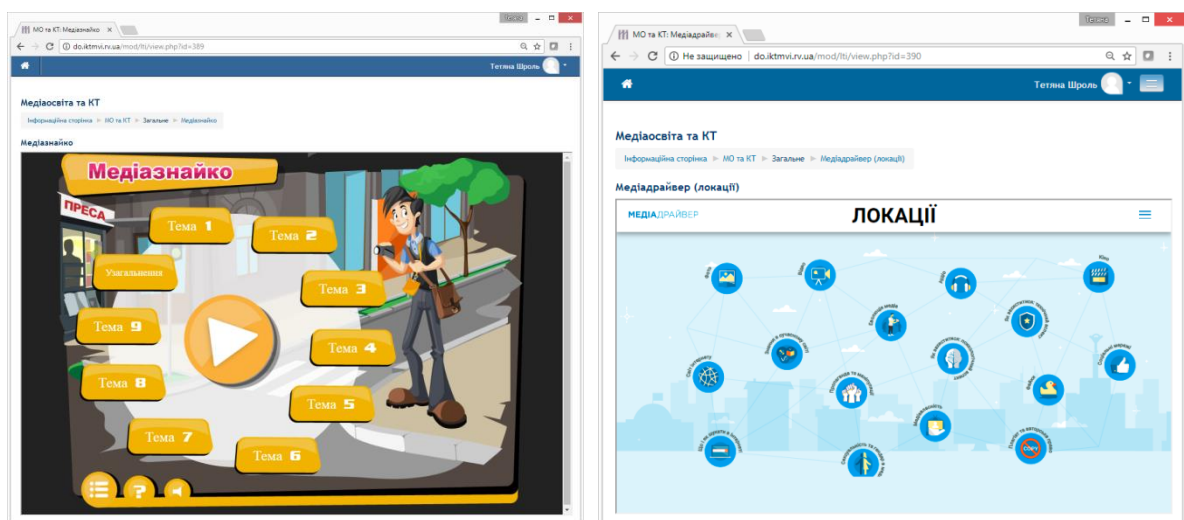


Рис. 6. Скріни із прикладами вбудованих зовнішніх ресурсів «Медіазнайко» та «Медіадрайвер (Локації)» у ЕНК «Медіаосвіта та комп'ютерні технології»

Серед видів діяльностей, що оформленні за допомогою модуля «Завдання», було запропоновано виконати відповідно до тем лабораторних занять наступні завдання [2]:

Завдання 1. Опрацювати зовнішні ресурси «Медіазнайко», «Медіадрайвер (локації)», «Онлайн курс "Новинна грамотність"», "Електронні посібники" та інші електронні джерела. Здійснити розвідку відповідно до заданої теми (варіант співпадає з номером студента в журналі групи) та оформити результат розвідки (дослідження), або в електронному (презентація, відео кліп тощо), або в друкованому вигляді (буклет, стінгазета тощо), або в графічному вигляді (агітаційний плакат, постер, рисунок тощо). Серед тем, що пропонуються для самостійного дослідження студентам, є: «Сутність міжнародних актів з прав людини щодо свободи переконань та свободи одержувати і поширювати інформацію», «Сутність законодавчих та нормативно-правових актів щодо адаптації осіб до соціально-економічних умов суспільства», «Історичні витоки та основні

етапи формування медіа простору. Сутність термінів “Медіа”, “Медіаосвіта”, “Медіаграмотність”, “Медіапедагогіка”, “Аудіовізуальна грамотність”, їх спільність і відмінності», «Функції засобів масової інформації, їх види та класифікація по способу передачі інформації», «Педагогічні аспекти медіаграмотності. Соціально-педагогічні критерії медіа, їх характеристика у відповідності до наслідків впливу на аудиторію слухачів або особистості», «Негативні соціальні наслідки впливу медіа: дезорієнтація особистості, крайній негативізм, надлишковий оптимізм, патологічна залежність від медіажанрів та інше» тощо.

Завдання 2. Дослідити всі види медіа (програм телебачення; кінокартин: документальних, художніх; газет, журналів, радіопередач, відеоігор, інтернет-ресурсів) методом контент-аналізу на педагогічну тематику (зокрема зі спеціальності студента). Розробити рекламу в електронному, друкованому чи фотографічному вигляді на тему «Професія вчителя математики» або іншу запропоновану та узгоджену з викладачем тому.

Завдання 3. Виконати одне із завдань на вибір:

1. *Медіаторчість у фотографії та відео.* Розробити медіа продукт на одну із тем: «Моє життя та навчання в університеті»; «Медіа в моєму житті» (серед питань, які бажано розкрити: Чи задовольняють ваші потреби медіа? Як би ви хотіли удосконалити медіа-ресурси? І чим?).

2. *Підготувати новини* на тему «Підготовка студентів до лекційних, практичних та лабораторних занять» або іншу освітню чи соціальну тематику.

Щодо магістрів денної форми навчання, то в табл. 1 вказано тематику лабораторних робіт, а курсивом вказано результат, який має отримати студент виконуючи відповідну лабораторну роботу і подати на оцінення викладачу.

Таблиця 1

Теми лабораторних занять [4,]

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		д.ф.	з.ф.
1	Визначення основних понять медіаосвіти. Основні теорії медіаосвіти. Види медіа. Вплив медіа. Дидактичні, психолого-педагогічні і методичні аспекти застосування медіа в освітньому процесі. <i>Візуалізація з використанням металевих карт. Автобіографія медіа.</i>	2	0,5
2	Дослідження всіх видів медіа (програм телебачення; кінокартин: документальних, художніх; газет, журналів, радіопередач, відеоігор, інтернет-ресурсів) на педагогічну тематику (зокрема, зі спеціалізації студента) методом контент-аналізу. Дослідження різних видів медіатекстів методом дискурс-аналізу. <i>Підготовка блоку новин та розміщення їх на власному сайті.</i>	2	0,5
3	Розвиток критичного мислення. Аудіовізуальна граматики. Аналіз медіа та PR-технології в політичній рекламі. Роль і місце соціальної реклами. <i>Підготовка есе.</i>	2	1
4-9	Технології розроблення та апаратне і програмне забезпечення створення медіа-тексту різних видів медіа:	12	2
4	– друковані мас-медіа, фотографія (<i>створення буклету, газети</i>);	2	0,25
5	– аудіо-медіатексти: радіо і музика (<i>підбірка аудіо медіатексту відповідно до заданої теми</i>);	2	0,25

6	– аудіовізуальні медіатексти: кіно і телебачення (створення відеоролика);	2	0,25
7	– реклама (створення рекламного банера);	2	0,25
8	– Інтернет і мобільний контент (створення сайту, блогу);	2	0,25
9	– комп'ютерні та відео ігри (творчі та інтерактивні завдання).	2	0,25
10	Розробка медійного продукту за оригінальним сценарієм (наприклад, «Професія вчителя математики» тощо).	2	0,5
Всього:		20	4

Крім того, магістрам денної форми навчання було запропоновано виконати індивідуальне навчально-дослідне завдання [4, 11–12], що передбачає довгострокову роботу: розробити медійний проект, що розкриває одне із питань курсу медіаосвіти, та результати своєї розвідки оформити з використанням сервісів Web 2.0. Етапи створення продукту відображають у власному блозі, використовуючи безплатний сервіс www.blogger.com або інший за вибором студента. Серед тем, наприклад, «Позитивні і негативні наслідки застосування медіатехнологій навчання», «Медіаосвіта і основи аудіовізуальної грамотності як психолого-педагогічна складова підготовки педагогічних і науково-педагогічних працівників» тощо.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Сформована медіа-інформаційна грамотність дозволить майбутньому вчителю математики критично підбирати та створювати якісні медіа-інформаційні ресурси як соціального так і освітнього характеру. Описані підходи, принципи, форми, методи та засоби навчання, розроблений навчально-методичний комплекс дисципліни «Медіаосвіта та комп'ютерні технології» (робоча та навчальна програма дисципліни, лекції, методичні вказівки до виконання лабораторних робіт, індивідуальні навчально-дослідницькі завдання, завдання, запитання та тести для проміжного та підсумкового (залік) контролю, список інформаційних джерел тощо) забезпечили високу результативність щодо формування медіа-інформаційної грамотності майбутніх учителів математики.

В подальшому планується удосконалення навчально-методичного комплексу дисципліни, зокрема розробка електронного освітнього курсу для магістрів 014.04 «Середня освіта. Математика» денної форми навчання, пошук та удосконалення шляхів формування медіа та інформаційної грамотності для досягнення найвищих результатів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кэрролайн Уилсон, Алтон Гриззл, Рамон Туазон, Кваме Акьемпонг, Чи-Ким Чун. Медийная и информационная грамотность: программа обучения педагогов. Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании. Опубликовано Организацией ООН по вопросам образования, науки и культуры, UNESCO 2012. 198 с.
2. Шроль Т.С. Електронний навчальний курс «Медіаосвіта та комп'ютерні технології». Сервіс дистанційної освіти кафедри ІКТ та МБІ РДГУ. URL: <http://do.iktmvi.rv.ua/>
3. Шроль Т. Медіаосвіта як психолого-педагогічна складова професійної підготовки майбутнього вчителя. Збірник статей Третьої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». Київ, 2015. С.284–293.
4. Шроль Т.С. Робоча програма дисципліни «Медіаосвіта та комп'ютерні технології» для спеціальності 014.04 Середня освіта (Математика). РДГУ, 2017. 17 с.
5. Global Media and Information Literacy (MIL) Assessment Framework: Country Readiness and Competencies. Published in 2013 by United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), 158 p. URL: <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002246/224655e.pdf#page=122>

В статье раскрыто сущность медиа-информационной грамотности: базовое понимание и результаты, которые определяют ее сформированность. Указано подходы и принципы организации образовательной деятельности при изучении дисциплины «Медиаобразование и компьютерные технологии» магистрами специальности 014.04 «Среднее образование (Математика)». Описано содержание дисциплины и основные организационно-методические подходы, обеспечивающие формирование медиа-информационной грамотности во время ее изучения.

Ключевые слова: *медиаобразование, медиа-информационная грамотность, информационно-коммуникационные технологии, профессиональная подготовка, будущие учителя математики.*

The article outlines the essence of media and information literacy: basic understanding and outcomes that determine its formation. The approaches and principles of educational activity organization in the course of studying the discipline “Media education and computer technologies” by masters in specialty 014.04 “Secondary education (Mathematics)” are specified. The content of the discipline and basic organizational and methodological approaches that ensure the formation of media and information literacy while its studying are described.

Key words: *media education, media and information literacy, information and communication technologies, vocational training, future mathematics teachers.*

МЕДІАСВІТА В ПОЗАКЛАСНІЙ ТА ПОЗАШКІЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Бондаренко Артем,
учитель інформатики Миколаївського закладу
загальної середньої освіти І–ІІІ ст. № 3
Миколаївської міської ради
Слов'янського району Донецької області

Євтухова Тетяна,
завідувач кафедри природничо-математичних дисциплін
та інформатики в початковій освіті
ДВНЗ «Донбаський державний педагогічний університет»

УЧНІВСЬКА КІНОГРУПА «MEDI@NNA» ЯК ШЛЯХ УПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ В ОСВІТНІЙ ПРОСТІР ЗОШ

Стаття присвячена проблемі формування медіакультури особистості шляхом створення в загальноосвітній школі учнівської кіногрупи. Проблема є актуальною, перш за все, для педагогів, медіапедагогів і психологів, адже кінематограф є потужною складовою медіапростору, джерелом популярних розваг і суттєвим методом впливу на особистість насамперед дитини.

У статті розглянуто досвід шкільної ініціативної кіногрупи «MEDI@NNA», описано її творчий шлях, показано, як участь у кіногрупі впливає на формування медіакультури учнів.

Ключові слова: медіапростір, медіакультура, кінематограф, однохвилинне відео, особистість.

XXI століття, беззаперечно, відзначається високим рівнем прогресу у сфері інформаційних технологій. Виникнення нових цифрових медіа актуалізувало інформаційно-цифрову компетентність серед інших у системі освіти. У Концепції Нової української школи вона звучить наряду з основними десятьма компетентностями, необхідними для життя, і передбачає впевнене, а водночас критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією на роботі, в публічному просторі та приватному спілкуванні [3]. Складовою цієї компетентності є медіаграмотність, яку, на наше глибоке переконання, в умовах сучасної інформаційної війни слід уважати ключовою навичкою сьогодення.

Медіакультура, за Концепцією впровадження медіаосвіти в Україні, це культура сприймання і виробництва соціальними групами та соціумом у цілому сукупності інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, технологій комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передавання інформації. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі, здійснювати ціннісно-вольову рефлексивну регуляцію інформаційної поведінки [2].

У системі інноваційних змін української освіти все впевненіше одне із перших місць посідає медіаосвіта, адже сучасна дитина із ранніх років перебуває під інформаційним впливом різноманітних мас-медіа, що науковці розглядають не лише як

суспільне благо. Навпаки, вони відзначають, що такий вплив, некерований і стихійний, є геть негативним фактором становлення особистості. Дитина не готова до адекватного сприймання потоку інформації, адже не здатна на глибокий аналіз та критику. Натомість емоціональний вплив на вразливу дитячу душу настільки великий, що залишається в пам'яті назавжди. І, якщо батьки за будь-яких причин не здійснюють належного виховання дітей, то першими їхніми вихователями стають телебачення або інтернет.

Системний аналіз психолого-педагогічної літератури доводить, що сьогодні триває новий етап розширення та зміцнення позицій мас-медіа. Важливе значення мають для нас наукові дослідження як вітчизняних, так і зарубіжних учених, серед яких О. Баришполець, О. Бурім, О. Волошенюк, В. Іванов, І. Задорожна, Л. Зазнобіна, Н. Кирилова, Т. Кузнецова, А. Литвин, Л. Мастерман, Л. Найдьонова, Б. Потятинник, В. Різун, М. Скиба, О. Сергеева, О. Федоров, О. Шариков та ін.

Одним із видів медіа є кіно. Як зазначається у підручнику «Медіаосвіта та медіаграмотність», фільми, завдяки своїй винятковій реалістичності, здатні слугувати впливовою моделлю навколишньої дійсності. Глядачі схильні сприймати кінострічку як фрагмент життя: порівнювати долі героїв зі своєю власною, наслідувати їхні манери чи дії. Кіно – реалістична репрезентація, що приховує засоби власного виробництва, воно певним чином організовує наш погляд на світ [5].

Формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу та оцінки медіатекстів, навчання різним формам самовираження за допомогою медіатехніки дає можливість активно використовувати інформаційне поле кінематографа в процесі виховання [4].

На Донеччині, у місті Миколаївці, у загальноосвітній школі № 3 у межах співпраці з ГО «Новий Донбас», Unicef, представниками Львівської Освітньої Фундації, ПП «Теплиця», команди «Жовтий Автобус», громадської організації «Наша дія» створено ініціативну групу «MEDI@NNA». Прикладом самовираження учнів школи став український документальний фільм «Школа №3», який отримав гран-при в конкурсній програмі Generation 14plus («Покоління 14 плюс») на 67-му Берлінському міжнародному кінофестивалі. Мета діяльності групи «MEDI@NNA» полягає у залученні учнів 4 – 11 класів Миколаївської ОТГ до змістовного дозвілля через створення знімального майданчика та роботу над зйомкою відеонарисів, кінострічок на соціально значущі теми.

Для учнів групи «MEDI@NNA» відео – це можливість розширити свої горизонти, крок за кроком рухатись у саморозвитку, цілеспрямовано наближатися до вершин успіху. Саме за допомогою відео вони замислюються над актуальними проблемами сьогодення: школа та її місце в житті людини, роль рідної мови у формуванні особистості, висловлюють свою думку, діляться своїми поглядами з ровесниками на різні теми, які їх хвилюють [1].

Група «MEDI@NNA» в межах конкурсу малих грантів від Unicef презентувала проект «Мотор» (Миколаївський Освітній Творчий Осередок Ровесників), отримала сертифікат і камеру для зйомок. У межах конкурсу малих грантів від Unicef і співпраці з командою «Жовтий Автобус» у ході реалізації проекту «Мотор» група ініціювала зйомки кінострічки про історію рідного міста Миколаївки «Безкінечний квест». На I міському кінофестивалі «Із любов'ю до рідної школи – 2016» (м. Слов'янськ), присвяченому Дню рідної мови, учні презентували відеонарис «Ода третій школі». Фільм посів I місце, був нагороджений за краще розкриття теми. На II міському кінофестивалі «Із любов'ю до рідної школи – 2017» вони презентували відеонарис «Моя школа – моя родина» (https://www.youtube.com/watch?v=3eTR_e2knCM&feature=youtu.be), посіли друге місце.

Юні кінематографісти з «MEDI@NNA» значну увагу приділяють навколишньому середовищу, екологічним проблемам, із якими щоденно стикаються в рідному місті. Учні підготували відео «Усе починається з малого»

(<https://www.youtube.com/watch?v=LAI5NNRNgs0&feature=youtu.be>), взяли участь у конкурсі World_of_7_Billion_student_video_contest та отримали сертифікат.

Участь у масштабному проєкті «Однохвилинне відео» Unicef на Донбасі стала наступною можливістю для дітлахів висловити свій погляд на світ. Діти висвітлювали проблеми сиріт (<https://www.youtube.com/watch?v=LAI5NNRNgs0&feature=youtu.be>), страхів (<https://www.youtube.com/watch?v=kjiD3kBloTM&feature=youtu.be>), занепаду культури в маленьких містах (<https://www.youtube.com/watch?v=kjiD3kBloTM&feature=youtu.be>), говорили про свої мрії (<https://www.youtube.com/watch?v=DZTe7E9N8GM&feature=youtu.be>). Вісім робіт творчої групи, які розмістив Unicef на своєму YouTube-каналі, активно переглядаються професіоналами, ровесниками, батьками.

Учасники групи «MEDI@NNA» навчаються самі та прагнуть поділитися своїми знаннями та поглядами з ровесниками. Для них зйомки кінострічок стали способом залучитися до змістовного дозвілля, поєднати приймний відпочинок і неформальну освіту. Вони разом з учнями Малинівської ЗОШ I-III ст. завітали до Никонорівки. Саме у цьому чудовому селі юні фільммейкери знімали відеоролик «Пісенний край», який згодом разом із стрічкою «Життя мирного міста» презентували на конкурсі відеороликів «Із любов'ю до рідного краю», який відбувся в межах Фестивалю аматорського мистецтва ім. Марії Приймаченко (м. Краматорськ) [1].

У скарбничку кіно-успіхів, що їх отримали учні – учасники групи «MEDI@NNA», додалися перемоги на IX Міжнародному дитячому телефестивалі «Дитятко» (м. Харків), VII Міжнародному кінофестивалі «КІТИ» (м. Маріуполь), Міжнародному фестивалі аматорського кіно «КІНОКІМЕРІЯ» (м. Херсон), Міжнародному кінофестивалі «БРУКІВКА» (м. Кам'янець-Подільський). Кінострічка «Єдиний шанс» стала кращим дитячим фільмом на фестивалі «БРУКІВКА», і це вже третя її нагорода.

У планах креативних кіношників зйомка якісного українського кіно і створення шкільної продакшн студії. Задля цього «MEDI@NNA» збирає кошти на новий проєкт – кінокомедію «Канікули Offline» на платформі ВЕЛИКАІДЕЯ, у межах якого планує узагальнити досвід створення та менторингового супроводу діяльності дитячої кіногрупи (включно з гнучким проєктом та бюджетом), який зможе реалізувати кожна територіальна громада, відповідно до локальних та глобальних потреб і можливостей. Локальні – залучення односельців до співпраці, активізація їхньої громадської активності шляхом створення сценаріїв та зйомок майбутніх кінострічок, популяризація українського дитячого та молодіжного кінематографу. Глобальні – досвід залучення молоді до командної творчої роботи, прагнення самостійно змінювати світ на краще. Ініціативна група вже презентувала «Канікули Offline» в межах масштабного проєкту «Молодь в місті» (м. Київ) і отримала креативний ваучер від «Спільнокошту» – пакет комплексної допомоги, яку ефективно використовують, реалізуючи задум. Шкільна продакшн студія, на наше глибоке переконання, може вплинути і на оновлення освітнього простору (створення навчального відео), і на розвиток громади і регіону в цілому (туристичний напрям, кінокомісії).

Діти беруть постійну участь у майстер-класах, менторингах, воркшопах, літніх кінотаборах. Це, безумовно, сприяє формуванню здатності ефективно взаємодіяти, розвивати громадянську активність, допомагає визначитись із майбутньою професією. Дитяча кіногрупа, як свідчить практика, є потужним чинником упровадження медіакультури в освітній простір загальноосвітньої школи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бакуха О. Патріотичне виховання дітей та учнівської молоді в навчальному закладі: здобутки та перспективи / О. Бакуха, Т. Євтухова // Пошуки і знахідки: матеріали наукової конференції Державного вищого навчального закладу «Донбаський

- державний педагогічний університет» (травень 2017) / [За заг. ред. Т. А. Євтухової]. – Слов'янськ, 2017. – Вип. 17. – С. 3 – 6.
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/.
 3. Концепція нової української школи [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://mon.gov.ua/Новини%202016/12/05/konczepczyia.pdf>.
 4. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л., Іванова Т., Мірошниченко Ю. – 2-ге вид., стер. – К.: АУП, ЦВП, 2012. – 58 с.
 5. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр вільної преси, 2012. – 352 с.

Стаття посвячена проблемі формування медіакультури личности путем создания в общеобразовательной школе школьной киногруппы. Проблема актуальна, прежде всего, для педагогов, медиapedagogов и психологов, ведь кинематограф является мощной составляющей медиapространства, источником популярных развлечений и существенным методом воздействия на личность прежде всего ребенка.

В статье рассмотрен опыт школьной инициативной киногруппы «MEDI@NNA», описан ее творческий путь, показано, как участие в киногруппе влияет на формирование медиакультуры учащихся.

Ключевые слова: *медіапространство, медіакультура, кинематограф, одноминутное видео, личность.*

The article is devoted to the problem of forming a person's media culture by creating a students' cinema group at the comprehensive school. The problem is relevant, especially for educators, psychologists, and media educators because cinema is a strong component of the media space, a source of popular entertainment and a significant method of influencing the personality, first of all, of a child.

The article examines the experience of the school initiative cinema group "MEDI@NNA", describes its creative way, shows how participation in the cinema group influences the formation of the students' media culture.

Keywords: *media space, media culture, cinema, one-minute video, personality.*

АНАЛИЗ ВНЕШКОЛЬНЫХ МЕДИАОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЗАНЯТИЙ В ЦЕНТРЕ ДЕТСКОГО И ЮНОШЕСКОГО ТВОРЧЕСТВА СОЛОМЕНСКОГО РАЙОНА В Г. КИЕВЕ

У статті розглядаються медіаосвітні заняття протягом 7 років в позашкільному закладі, від простих, елементарних знань до більш поглибленого освоєння медіакультури.

Ключові слова: *медіаосвіта, медіакультура, медіаграмотність, анімація, кіноклуб.*

В эпоху информационного общества и глобального развития массовой коммуникации каждому человеку необходимы знания о средствах массовой информации и умения работать с ними. Поэтому концепция медиаобразования как важной составляющей общего, дополнительного, профессионального образования так важна в современной педагогике.

В 2010 году постановлением Президиума Национальной Академии педагогических наук Украины была утверждена и действует «Концепция внедрения медиаобразования в Украине». Основная цель, которой – способствовать становлению эффективной системы медиаобразования в Украине для подготовки детей и молодежи к безопасному и эффективному взаимодействию с современной медиареальностью. Согласно Концепции медиаобразование – это «отрасль образовательного процесса, направленная на формирование в обществе медиакультуры...». Среди форм внедрения медиаобразования в Украине в Концепции названы: дошкольное, школьное, внешкольное, в высшей школе и медиаобразование взрослых. [1]

Эта концепция определяла подготовку и проведение широкомасштабного поэтапного всеукраинского эксперимента по внедрению медиаобразования. Проведение эксперимента осуществлялось Институтом социальной и политической психологии АПН Украины и Института социологии НАН Украины. Основной задачей за этот период было подготовить образовательную систему для массового внедрения медиаобразования. [2].

Студия анимации «Червоный собака» ЦДЮТ Соломенского района в Киеве стала участником этого эксперимента. В рамках эксперимента, мы выбрали наиболее удачную для нас модель – обучение детей киноискусству. Обучение медиакультуре велось через анимацию, с одной стороны, и создание медиаклуба, с другой. Мультипликация, является важным средством обучения, воспитания и развития ребенка. В 1979 году в Париже проводился международный симпозиум "Мультипликационное кино – педагогика будущего?" С этого времени вопрос мультипликационной педагогики официально выносятся для обсуждения на различных уровнях педагогических и профессиональных симпозиумах, является предметом пристального внимания специалистов многих стран. [3]

В процессе создания мультфильма мы совмещаем в одном занятии различные виды деятельности, ищем интересные педагогические подходы, переходим от теоретических занятий к практике, осуществляем творческие импровизации. В результате дети получают бесценный опыт творческого самовыражения.

Второе направление по формированию медиакультуры в нашей студии – занятия в медиаклубе.

На занятиях создаются условия для диалога всех участников медиаобразовательного процесса, формируется рефлексивная позиция по потреблению медиапродуктов, обучаются грамотному анализу медиаконтента, овладевают современным языком экрана, развивается художественный вкус, активизируются творческие ресурсы в создании собственных медиапродуктов.

Результаты наших работ по медиаобразовательному обучению вошли в пособие «*Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчально-методичний посібник*» (За ред. Л. А. Найдьоновой, О. Т. Баришпольца) для учителей, школьных психологов и родителей. [4]

В 2013 году нами была разработана Комплексная программа «Медиаклуб» внешкольные медиаобразовательные занятия», утверждена Ученым советом Института социальной и политической психологии НАПН Украины.

Актуальность представленной программы заключается в необходимости формирования медиаграмотного (сознательного, компетентного и творческого) зрителя, выработки у него навыков критического восприятия и анализа видеопродукции, понимание особенностей экранного языка, самостоятельного видеотворчества.

Методика проведения занятий базируется на проблемных, эвристических, дискуссионных формах обучения и интерактивности –собственного активного участия и группового взаимодействия, активного обсуждения в форме диалога с соблюдением стиля сотрудничества в общении.

В результате занятий в медиаклубе развивается адекватное художественное и творческое восприятие аудиовизуальной медиапродукции, умение критически мыслить и расширяются творческие способности детей. «Комплексная программа "Медиаклуб" презентовалась 31 марта 2017 на Пятой международной научно-методической конференции по медиаобразованию и медиаграмотности.

С прошлого учебного года у нас проводятся занятия по медиаобразованию для учащихся школ №52 – 3 класс, №67 – 8 класс. Наша задача – научить каждого ребенка самостоятельно мыслить, креативно подходить к решению проблем и заданиям, формировать творческое мышление, повысить мотивацию получения знаний, содействовать развитию интеллектуальных способностей, уважение к достоинству другого человека.

Выводы. При поддержке различных организаций: «Академии украинской прессы», «У-Медиа», Фонд «Возрождение» разрабатываются программы по обучению медиаграмотности школьников.

Для внешкольного медиаобразования не хватает программ, в которых будет делаться акцент на практические задания. До сих пор не разработана единая стратегия развития внешкольного медиаобразования. Стоит отметить, что потенциал внешкольного медиаобразования необходимо использовать школьным педагогам, активнее внедряя медиакультуру в систему образования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. <http://krvuzcdyt.krivedu.com/ru/article/kontseptsiya-vnedreniya-mediaobrazovaniya-v-ukrain.html>
2. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ehrLAz4liHEJ:https://cyberleninka.ru/article/n/o-vnedrenii-mediaobrazovaniya-v-ukrainskuyu-shkolu-prakticheskii-aspekt.pdf+&cd=2&hl=ru&ct=clnk&gl=ua>
3. http://vestnik.yvspu.org/releases/uchenie_praktikam/1_1/
4. <http://mediaosvita.org.ua/book/mediakultura-osobystosti-sotsialn/>

В статье рассматривается взаимодействие детей с медиа, учитывая возрастные особенности, от простых, элементарных знаний к более углубленному освоению медиакультуры.

Ключевые слова: *медиаобразование, медиакультура, медиаграмотность, анимация, киноклуб.*

The article deals with media education lessons for 7 years in an out-of-school institution, from simple elementary knowledge to more advanced development of media culture.

Keywords: *media education, media culture, media literacy, animation, media-club.*

Величко Марина

психолог, соціальний педагог Ліцею міжнародних відносин № 51,
аспірантка кафедри практичної психології та педагогіки
Хмельницького національного університету

ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ МОБІНГУ В ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ. КІБЕРМОБІНГ

Сучасні інформаційні технології пропонують багато сприятливих можливостей для викладання і навчання, водночас вони створюють чимало проблем, однією з яких є кібермобінг. Мобінг з використанням мобільних телефонів, комп'ютерів або інших електронних пристроїв становить все більшу загрозу психологічному благополуччю дітей, оскільки такі пристрої усе частіше використовуються для соціальної комунікації. У статті розглянуті поняття мобінгу, кібермобінгу, Інтернет, віртуальна комунікація, флеймінг, тролінг, мова ненависті, анонімні погрози, причини виникнення мобінгу та напрямки роботи навчального закладу, батьків з метою профілактики даної проблеми.

Ключові слова: мобінг, кібермобінг, кібербулінг, Інтернет, віртуальна комунікація, флеймінг, тролінг, анонімні погрози, мова ненависті.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями:

Тема мобінгу серед дітей дедалі частіше опиняється в центрі уваги громадськості й наукових дискусій. Про насильство в школі та дитячих садках відомо давно. Починаючи з 1905 року, у пресі почали з'являтися перші роботи, присвячені цій проблемі, пік яких припав на кінець 40-их років минулого століття. Сьогодні проблема шкільного насилля хвилює весь світ. Так, за даними Національної асоціації шкільних психологів США, щодня понад 160 000 школярів пропускають заняття, побоюючись стати жертвою агресії [1,с.10].

Проблема мобінгу, як педагогічна була окреслена ще у 60-80 роках минулого століття у Швеції, потім у Німеччині, Польщі та інших країнах Європи [5, с.79].

Мобінг (англ. to mob – нападати, гнобити, знущатися) ситуація, коли в колективі одна або кілька осіб ставляться вороже до певної особи і здійснюють тиск на неї часто або впродовж тривалого часу (місяці, роки). Відрізняє його від інших конфліктів те, що тут немає рівності сторін. У такому випадку сильніші переслідують слабшого з метою послаблення його позиції в групі або навіть витіснення з неї.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми, виділення нерозв'язаних частин загальної проблеми, які розкриває стаття.

Психолого-педагогічні аспекти даної проблеми розглядалися у дослідженнях І.Філіппової, О.Матвійчук, Л.Гайнеман. Мобінг у шкільному колективі досліджували О.Корабльова, О.Юрчик, К.Дамбач, М.Шимановський.

Мобінг у робочих колективах досліджували Х.Лейманн, А.Задніпровська. Мобінг, як чинник, що загрожує життєдіяльності людини, вивчали Г.Гогіташвілі, В.Лапін. Соціально-психологічні аспекти мобінгу у військовому середовищі досліджували Є.Потапчук, О.Адамчук. Л.Найдьонова, О.Волошенко досліджують соціально-психологічні проблеми медіаосвіти та медіа залежності. Однак, поширеність явища, наявність протиріч між практичною потребою і станом вивчення проблеми обумовили актуальність дослідження даної проблеми.

Постановка завдань дослідження: Метою статті є аналіз проблеми мобінгу серед учнів та причини його виникнення у шкільному середовищі та дослідження явища кібермобінгу у Інтернет-спілкуванні і його деструктивна спрямованість.

Виклад основного матеріалу дослідження:

Шкільний мобінг – причина трагедій, що відбувається з його жертвами та одночасно причина негативного впливу на всіх учасників, бо він змінює особистість, травмує тих, хто брав участь у ньому, або ж виявився безсилим спостерігачем. До засобів знуцання належать образи, поширення пліток, приниження, лихослів'я, бойкот, причіпки, кепкування, дезінформація, спричинення шкоди здоров'ю, дрібні крадіжки або псування особистих речей тощо. Зазвичай такі події відбуваються без свідків, а оточуючим нав'язується думка про те, що жертва сама створює проблеми або що з її психічним здоров'ям не все гаразд. Мобінг є цільовою дією щодо усунення певної особи [10,с.80]

За своєю сутністю третирування – це специфічна форма агресивної поведінки, при якій сильніший (авторитетний) учень (або учні) систематично переслідує іншого (слабшого, аутсайдера). Ситуація третирування не обмежується лише ролями «агресора» і «жертви», вона «втягує» інших однокласників, роблячи їх активними або пасивними учасниками цих відносин. Шведський дослідник Х.Лейман запропонував термін «мобінг» (або «психологічне тероризування»), під яким розумів ворожі неетичні комунікативні дії систематичного характеру, спрямовані на певного індивіда. Такі дії повторюються відносно часто (як мінімум один раз на тиждень) і тривають впродовж відносно довгого періоду (як мінімум півроку) [4].

Найчастіше жертвами шкільного насилля стають учні, які мають: фізичні недоліки або вади; особливості поведінки; особливості зовнішності; страх перед школою; відсутність досвіду життя в колективі; хвороби – епілепсія, заїкання, порушення мовлення, низький рівень інтелектуального розвитку і труднощі у навчанні.

Серед причин насильницької поведінки виокремлюють зовнішні (соціальні), внутрішні (психологічні) та біологічні чинники.

Зовнішніми чинниками, що негативно впливають на розвиток і поведінку дітей та підлітків є такі: **процеси, що відбуваються в суспільстві:** екологічні й економічні кризи темп і ритм технологічних перетворень; відсутність позитивних суспільних цінностей; руйнування і криза традиційних інститутів соціалізації підростаючого покоління пропаганди насильства і жорстокості через засоби масової інформації; недоступність для учня безкоштовної якісної додаткової освіти (гуртків, секцій тощо), але доступність тютюну, алкоголю; **ситуація в сім'ї:** неповна сім'я; матеріальне становище сім'ї (як бідність, так і багатство); низький соціально-культурний рівень батьків, відсутність сімейних традицій; стиль виховання в сім'ї (відсутність єдиних вимог до дитини, жорстокість батьків); задоволення потреб дитини (нестача або надлишок); зловживання батьками алкоголем або наркотиками тощо; **недоліки в організації шкільного життя:** низький рівень інтелектуального, морально-етичного розвитку та навчальної мотивації школяра; навішування ярликів, приниження вчителем особистості учня; відсутність зв'язку школи з сім'єю учня, авторитарний або надмірно ліберальний стиль взаємин у системі «учень-педагог».

Серед негативних зовнішніх, об'єктивних впливів на дитину діють *внутрішні чинники* ризику виникнення насильницької поведінки. Серед них виокремлюють такі:

психологічні особливості підліткового віку (криза підліткового віку); особистісні характеристики дитини-підлітка; міжособистісні взаєностосунки дітей [10,с.41].

Наслідки мобінгу у спілкуванні є такими: руйнування комунікативних умінь, побоювання та відсутність бажання спілкуватися з людьми. Коли поєднуються тривога, страх і втрата здатності до повноцінного спілкування, можливим стає виникнення страху спілкування з класом. У жертви мобінгу на основі дискомфорту, який вона відчуває у власному класі, зникає бажання відвідувати заняття. Реалізуючи його жертва пропускає навчальні заняття, або ж посилаючись на неіснуючі хвороби, припиняє відвідувати навчальний заклад. Тому важливою є позиція класного керівника, спеціалістів соціально-психологічної служби та виховного відділу навчального закладу у роботі з дітьми, які часто пропускають навчальні заняття. Головною метою, за наявності таких фактів, є виявлення та проведення психолого-педагогічної роботи з жертвою мобінгу та агресором, розроблення системи заходів з попередження мобінгу в учнівському середовищі.

Розвиток нових комунікативних технологій розширив можливості спілкування школярів, але й одночасно приніс нові проблеми. Інтернет – безмежний простір, що відкриває безліч можливостей, проте містить масу пасток, що можуть бути небезпечні для малодосвідчених людей, серед яких можна виокремити таке поширене явище, як вербальна кіберагресія, або агресія в Інтернеті.

Віртуальну агресію за засобами можна поділити на пряму/відкриту і приховану. Відкриту агресію західні дослідники ще називають кібербулінгом (cyber-bullying), характеризуючи її як відкритий напад з метою завдання психологічної шкоди, агресивну поведінку у широкому діапазоні – від грубих жартів до віртуального терору, який може призвести навіть до суїциду жертви [9]. Кібербулінг є типовим для підлітків, але ним можуть займатися і дорослі люди. Найпоширенішим різновидом кібербулінгу є флеймінг (від англ. flame — вогонь) — обмін короткими повідомленнями між двома і більше людьми в Інтернет-форумах і чатах: словесна війна, яка не має жодного стосунку до початкової теми. Повідомлення флейму містять особисті образи, і часто направлені на подальше розпалювання суперечки, сварки. Наступним методом кібербулінгу є анонімні погрози, який полягає в тому, що кіберхулігани анонімно надсилають листи на адресу електронної пошти своєї жертви з повідомленням загрозливого змісту. Іноді ці погрози мають образливий характер з вульгарними висловами і ненормативною лексикою. [11].

Найбільш деструктивною формою кібербулінгу вважають кібермобінг, або цькування в Інтернеті. Кібермобінг (англ. cybermobbing), під яким розуміються умисні образи, погрози і повідомлення інших даних, що компрометують особу за допомогою сучасних засобів комунікації, як правило, протягом тривалого часу. Кібермобінг здійснюється в інформаційному просторі через інформативно-комунікаційні канали і засоби. [9, с.17]. Це психологічний терор, здійснюваний найчастіше групою осіб з метою усунення жертви з певного простору (Інтернету), колективу (певної спільноти, форуму тощо) або навіть з життя. Подібно до цькування в реальному житті, кібермобінг поширений в підлітковому середовищі (жертвам і роберам, як правило, 11-16 років).

На відміну від реального цькування, кібермобінг не має часових чи географічних обмежень, його повідомлення швидко поширюються необмеженою аудиторією, він часто є анонімним, що виступає додатковою травмуючою обставиною для жертви. Кібермобінг є одним з видів вербальної кіберагресії до якої належать хакерство, розсилка вірусів та інші дії, спрямовані на завдання реальної шкоди. Так, вербальні коментарі певного типу (які часом можна охарактеризувати і як «hate speech» - мову ненависті) мають на меті саме завдання психологічної шкоди конкретному користувачеві і сповнені агресії. Поширеністю цього явища у Інтернет-спілкуванні і його деструктивна спрямованість завдає особливої шкоди Інтернет-користувачам з несформованими остаточно захисними механізмами психіки – тобто дітям, підліткам.

Найбільш характерною ознакою відкритої агресії є те, що її жертва з самого початку усвідомлює недоброзичливий характер спілкування завдяки використанню емоційного забарвленого лексики. Вербальний арсенал відкритої агресії складається з погроз, образ, наклепів, лайків, знущань тощо. З однієї сторони, така агресія, особливо коли нападників кілька, здатна миттєво вивести жертву з рівноваги і завдати їй моральної травми; з іншої – вона зустрічається переважно там, де відсутній контроль за дотриманням етичних норм спілкування.

На будь-якому серйозному форумі чи у спільноті пряма вербальна агресія заборонена і тягне за собою санкції зі сторони модераторів. Таким чином, Інтернет-користувач за наявності певного досвіду може знайти відносно безпечні для спілкування віртуальні ділянки, де блокують і припиняють пряму агресію. Водночас жодний учасник Інтернет-спілкування не є гарантованим від зустрічі з прихованою агресією. Характерні особливості прихованої агресії добре простежуються на прикладі тролінгу. Тролінг (від англ. trolling) як розміщення в Інтернеті (на форумах, у групах новин та ін.) провокаційних повідомлень з метою викликати флейм, тобто конфлікти між учасниками, образи тощо. Головною метою тролінгу є внесення якимось чином розладу в спільноту [11].

Така кіберагресія характерна для дорослих, тоді як підлітки можуть обрати для мобінгу реального однокласника чи сусіда. В будь-якому випадку кіберагресія може протягом тривалого часу не позначатися на поведінці агресора в реальному житті, що ускладнює її діагностику та розробку можливих превентивних засобів педагогічного і психологічного плану.

Слід пам'ятати, що існує спеціальне програмне забезпечення, що має на меті блокування небажаної інформації на сайтах, а також спеціальні сайти присвячені питанням безпеки дітей в інтернеті, котрі в однаковій мірі необхідні для використання дітям, батькам та вчителям. До прикладу такі як: online-bezpeka.kyivstar.ua та onlandia.org.ua.

Висновки та перспективи подальших досліджень у даному напрямку:

Причини виникнення шкільного насильства та кібермобінгу в учнівському середовищі є надзвичайно складні і різноманітні і взаємозалежні як між соціальними і біологічними, успадкованими і набутими, фізіологічними і психічними, індивідуальними і суспільними чинниками. Тому, важливої уваги потребує соціально-педагогічна та корекційна робота з учасниками шкільного насилля та кібернасилля в напрямку зниження агресивності, формування толерантності, емпатійності в учнів, з метою вторинної профілактики виникнення шкільного насилля.

Поширення масової культури, неминучість зіткнення з віртуальною реальністю, в якій важко розрізнити ілюзію і дійсність, призводить до створення психологічних і культурних проблем, перш за все для дітей та молоді, адже небезпеки віртуального світу, пов'язані з нездатністю дитини критично сприймати інформацію.

Транслявання по телебаченню сцен насильства викликає збільшення агресивності глядачів. Це спричиняє негативний вплив на молодь і підлітків, особливо на тих з них, хто відчуває певні емоційні проблеми. На момент закінчення початкової школи, дитина встигає побачити 8 тисяч вбивств і 100 тисяч інших актів насильства на телеекрані [3,с.351]. Образи насильства, жорстокості, ненависті пронизують всю масову, орієнтовану на молодь культуру. З усього вищенаведеного можна побачити невтішну тенденцію того, що інформаційне середовище особистості цілеспрямовано забруднюється, щоб ця особистість не бачила інших способів поведінки й розвитку, крім тих, що їй пропонуються.

Між кібермобінгом та дитячою агресією існує безумовний причинний зв'язок. Шкідливість непомірного споживання аудіовізуальної інформації, що містить сцени насилля, дослідники вбачають в тому, що це: 1) упевнює, що насильство – цілком прийнятний спосіб вирішення соціальних конфліктів; 2) робить дітей байдужими до людських страждань; 3) викликає страх стати жертвою насильства; 4) слугує причиною

застосування насильства в реальному житті. Діти привчаються до думки, що насильство в суспільстві є нормою, вони постійно бояться стати жертвою злочинця і менш готові до того, щоб допомогти жертві злочину, відповідно ростуть більш агресивними й жорстокими. [8, с.150]

З метою запобігання проблемі кібермобінгу, батькам слід змалечку вчити свою дитину безпечно використовувати комп'ютер, Інтернет та інші інформаційно-комунікаційні технології, а також не поспішати оприлюднювати свій негатив у кіберпросторі; піклуватись про створення власної онлайнрепутації та не довіряти ілюзії анонімності; зберігати підтвердження фактів нападів у разі надходження неприємного повідомлення чи відео; ігнорувати випадки одиничного негативу; блокувати агресорів.

Важливим напрямком профілактичної роботи кібермобінгу є саме розвиток інформаційної безпеки, котра у час становлення інформаційного суспільства є передумовою дотримання прав і свобод людини і громадянина.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гогіташвілі Г.Г., Лапін В.М. Стрес і мобінг як причини травматизму//Безпека життєдіяльності.-2005.-№8.-С.14-17.
2. Дроздов О. Ю. Проблеми агресивної поведінки особистості / Дроздов О. Ю., Скок М. А. : Навчальний посібник. - Чернігів: ЧДПУ імені Т.Г.Шевченка, 2000. - 156 с.
3. Золотар О.О. Інформаційна безпека людини: теорія і практика: монографія. – Київ: ТОВ «Видавничий дім «АртЕк», 2018 – 446 с.
4. Корабльова О.О. Результати дослідження окремих аспектів профілактики мобінгу в малих групах школярів у загальноосвітній школі. Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна», №11, 2015 р.
6. Корабльова О.О. Вплив мобінгу на соціалізацію школяра// Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету Україна.-2011.-№3.- С.79-83.
7. Leymann H. The Mobbing Encyclopaedia [Electronic resource]. – Access mode: www.leymann.se/ English / frame. html. – Title from screen.
8. Лоренц К. Агрессия (так называемое "зло") / Конрад Лоренц: пер. с нем. - М.: Издательская группа "Прогресс", "Универс", 1994. - 272 с.
9. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: Навчальний посібник/О.Т.Баришполець, Л.А.Найдьонова, Г.В.Мироненко, О.Є.Голубева, В.В.Різун та ін.; За ред. Л.А.Найдьонової, О.Т.Баришпольця. – К.: Міленіум, 2010.- 440 с.
10. Проблеми державотворення і захисту прав людини в Україні : матеріали XXIII звітної науково-практичної конференції (7–8 лютого 2017 р.) : у 2-ох ч. Ч. 1. – Львів : Юридичний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка, 2017. – 260 с. [Електронний ресурс] <http://law.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/03/Конференція-2017-ч1.pdf> (с. 16-19)
11. Терещенко Л.А. Особливості прояву підліткової агресії//Практичний психолог:школа.- 2013.-№10.-С. 38-42
12. Шерман О.М. Агресія в Інтернеті //Львівський державний університет безпеки життєдіяльності, Львів. [Електронний ресурс] http://virt.ldubgd.edu.ua/pluginfile.php/14596/mod_folder/content/0/2013_1/SH2013_6.pdf?forcedownload=1
13. Я навчу тебе не битися. Формування ненасильницької моделі поведінки учня// Шкільний світ: -2014.-№ 3 (99).- С. 10-11.

Статья посвящена феномену моббинга и кибермоббинга как коммуникативного и психологического явления. Автор пытается выделить причины и его характерные особенности и классифицировать разные типы агрессии в Интернете.

Ключевые слова: Интернет, виртуальная коммуникация, моббинг, кибермоббинг, кибербуллинг, флейминг, троллинг, язык ненависти.

The article is devoted the analysis of the phenomenon of mobbing and cybermobbing as the communicative and psychological phenomenon. An author tries to select its characteristic features and classify the different types of aggression in the Internet.

Keywords: Internet, virtual communication, mobbing, cybermobbing, cyber-bullying, flame, trolling, hate speech.

МАНІПУЛЯТИВНІ ЕФЕКТИ МЕДІАДОВІРИ

Стаття присвячена дослідженню комунікативних ефектів маніпулятивного впливу в процесі формування медіадовіри. Виявляються конструктивні та деструктивні ефекти медіареальності, розглядаються світоглядні настанови функціонування «філософії довіри» та «філософії підозри». Обґрунтовується необхідність створення методологічного інструментарію дослідження медіакультури як частини культури сучасного інформаційного суспільства, що передбачає формування нових етичних принципів постіндустріального суспільства, розповсюджених практик критичного мислення та цифрової грамотності.

Ключові слова: *медіадовіра, медіакультура, маніпуляція, критичне мислення, філософія підозри.*

Відчутні зміни в глобальній конфігурації смислів та доволі небезпечні тенденції та масштаби маніпулятивних ігор зі смислами в сучасному інформаційному суспільстві зумовлюють звернення до проблематики комунікативних ефектів медіадовіри, що загострює питання співвідношення філософії довіри та філософії підозри, а також актуалізує обґрунтування нових стратегій формування критичного мислення в динамічних умовах становлення постіндустріального суспільства. Зокрема, зважаючи на появу у сучасному науковому дискурсі концепту «постправди», увиразнюються деструктивні ефекти комунікативних практик симуляції та руйнації комунікативної раціональності, значно проблематизуючи функціонування медіадовіри як відкритої стратегії соціальних взаємодій з невизначеним колом перспектив.

Тому метою даної праці є формування концептуального поля виявлення комунікативних ефектів маніпулятивного впливу в процесі функціонування медіадовіри, зважаючи на перспективи «філософії довіри» та «філософії підозри» в герменевтиці постіндустріального суспільства.

Серед вчених, які досліджують різноманітні соціальні ефекти динаміки функціонування медіакультури в аспекті становлення масового суспільства інформаційної доби, слід відзначити О. Тоффлера, Г.М. Маклюєна, Ж. Бодрійяра, М. Кастельса, Р. Барта, В. Беньяміна, Х. Ортегу-і-Гасета, Г. Маркузе, С. Жижека, Н. Лумана, Г. Ласуела, Д. Рашкоффа та ін., у працях яких медіа розглядається не лише як засіб передачі інформації, а й виявляються їх різнобічні ефекти – від розширення людських властивостей (Г.М. Маклюєн) до виробництва штучної реальності та віддалення соціальної дійсності (Ж. Бодрійяр), увиразнюючи проблематику маніпулятивності та вразливості медіадовіри, а також достовірності пропонованої інформації.

Аналізу тенденцій проблематизації довіри в сучасному інформаційному суспільстві присвячені праці Ф. Фукуями, Е. Гідденса, Н. Лумана, П. Штомпки, А. Селігмена, Д. Гамбетти, Б. Міцтал, Р. Хардіна, Ш. Айзенштдта, М. Гартмана, Б. Барбера, Е. Усланера та ін., які в цілому розглядають довіру в контексті процесів ускладнення сучасності та появи нових форматів вразливості довіри в умовах глобалізації та інформатизації.

Становлення медіареальності в сучасному інформаційному суспільстві відбувається в контексті розвитку масової культури та масового суспільства, відображаючи ефекти тиражованості, спрощення, масштабності, всепроникнення та імпліцитних впливів. Зокрема, дослідниками медіареальності відзначаються зростаючі технічні можливості маніпулятивного, репродуктивного, симулятивного впливу в

процесі масового споживання в інформаційному просторі, що спричинює відчутні зрушення у ціннісно-нормативних засадах повсякденності та реорганізує звичні структури світоглядних настанов і способу життя.

Медіакультура як особливий вимір культури сучасного інформаційного суспільства відображає опосередковане технічними засобами передачі інформації середовище виробництва та трансляції смислів і культурних кодів, що передбачає нову ціннісну зумовленість процесів передачі, інтерпретації та сприйняття інформації, а також специфіку та спрямованість взаємодій в опосередкованій мас-медіа системі «людина - суспільство».

Саме в медіакультурі відбувається своєрідна медіатизована соціалізація, в ході якої відбувається формування та перетворення масової свідомості під впливом інфосередовища, яке здатне не лише інформувати, фільтрувати, мобілізувати та актуалізувати сприйняття, а й викривляти, симулювати, трансформувати сприйняття реальності. Загалом розвиток медіадискурсу відображає динаміку хвиль різноманітних підходів до аналізу маніпулятивних можливостей медіа, демонструючи як теорії свого роду «демонізації» медіа (Г. Лассуел, Д. Рашкофф, Т. Адорно, Ж. Бодрійяр та ін.), так і виявляючи конструктивні можливості «комунікативного опору» (П. Лазерсфельд, Б. Берельсон та ін.). Слід звернути увагу також на зростання маніпулятивних впливів завдяки сучасним можливостям Big Data, зокрема, в контексті дискурсу постправди та в техніках психометрії, які дозволяють здійснити сегментацію та індивідуалізацію впливів на аудиторію, що значно посилює результативність маніпулятивних ефектів, суттєво проблематизуючи функціонування медіадовіри.

Демонструючи розширені можливості сприйняття реальності в медіасередовищі, медіадовіра позначає формування відносин відкритої інформаційної взаємодії в опосередкованому комунікативними технологіями соціокультурному просторі в умовах значного зниження можливостей контролю та перевірки.

З урахуванням властивих довірі базальних експектацій безпечності світу та інтенцій покладання на волю генералізованого Іншого, в якості ключових виокремимо наступні особливості медіадовіри:

- взаємообумовлене подвійне відношення – *відношення-оцінка*, що характеризує позитивно-селективне сприйняття надійності джерела інформації та її достовірності, авторитетності та незалежності адресатів, компетентності експертної думки; та *відношення-зв'язок*, що відображає стимульне формування результативної відкритості до комунікативної взаємодії в тривалій перспективі, активної підтримки та відповідальної співучасті з Іншим, який отримує певні повноваження відносно предметів довіри;

- специфічний набір соціально-комунікативних очікувань – надійності взаємодій, компетентності, добрих намірів, виконання добровільно взятих зобов'язань належним чином, неопортуністичності.

Насамперед медіадовіра передбачає комунікативні орієнтири достовірності пропонованої мас-медіа інформації та надійності її джерела. Розповсюджені практики незнання та недостовірності, неможливість отримання інформації та обмежений доступ до надійних інформаційних джерел створюють умови для суттєвих деформацій суспільної думки та уможливають медіа-маніпулятивні впливи. В першу чергу відбувається порушення моральних основ узагальненої довіри, що й зумовлює стратегії формування настанов відкритості/закритості у вибудові взаємодій та форматів сприйняття інформації.

Зважаючи на розмаїття функцій медіа (серед яких зазвичай виокремлюють інформативну, інтерпретативну, ціннісно-нормативну, координативну, інтегративну, ідентифікативну, культуротворчу, розважальну, мобілізаційну), довіра до них розглядається як важлива частина соціалізації особистості та чинник підтримки соціального порядку, а також доволі дієвий механізм управління суспільною думкою. Парадоксальність довіри обумовлюються тенденціями самопотрапляння в ситуацію

ризик та обману, оскільки люди часто приймають рішення на шкоду власним інтересам [1, 25].

Зокрема, ще теоретик пропаганди Г. Лассуел наголошував на значних маніпулятивних можливостях технологій медіавпливів, вибудовуючи теорію менеджменту колективних уявлень за допомогою маніпуляцій значущими символами та розробляючи дієві стратегії пропаганди. В аспекті стратегій ідеологічної обробки вчений вводить поняття креденди – довіри – як сфери догматичної раціональності, що забезпечує когнітивний вимір некритичних доктринальних підстав довіри шляхом доводів і переконань, та міранди, виявляючи дієвість ірраціонального, містить символічні комунікативні засоби чуттєвої актуалізації, пробудження чуття лояльності [8].

Окрім деструктивних, слід відзначити потужний конструктивний, зокрема, інтегративний потенціал медіасередовища. Завдяки розвитку інформаційних технологій стають можливими нові форми комунікацій, що сприяє посиленню громадянської активності, кумулятивної взаємодії, укріпленню соціального капіталу у вигляді численних мереж та спільнот, покликаних оптимально вирішувати нагальні проблеми шляхом швидкої організації необхідних дій на основі горизонтальних соціальних зв'язків, зворотнього зв'язку, інтерактивності тощо. Відтак, медіареальність потребує появи нових підходів до її аналізу, зважаючи як на нечувані раніше можливості, так і загрози та виклики, актуалізуючи формування медіакультури в аспекті створення етики цифрової доби та впровадження поширених практик дієвого критичного мислення та цифрової грамотності.

Медіа як нові технологічно-інформаційні «посередники» володіють здатністю примусового сприйняття потрібного інтерпретативного ракурсу в умовах низької визначеності та вислизуючого розуміння в доповненому візуальними обгортками екранних медіа фейкової інформації океані ілюзій та симуляцій реальності. Як зазначає відомий дослідник тенденцій медіавпливів М. Маклюен, лише з позицій відстороненого погляду вільного від цінностей та припущень медіа стають зрозумілими їх силові лінії та принципи, оскільки «будь-який засіб комунікації володіє здатністю нав'язувати занадто довірливим свої припущення» [6, 18-19]. Здатність зберегти об'єктивність аналізу та зрозуміти природу власних поглядів та потреб полягає в умінні уникнути зачарувань медіавпливів, актуалізувати критичність та спроможність розрізнення достовірності інформації.

Дослідницька стратегія оптики «культури підозри мотивів» спрямовує на критичне проникнення до глибин достовірності та ґрунтовне осягнення механізму вироблення смислів та прихованої користі, що конкретизується Н. Луманом у протидії базових питань соціальної теорії: «Що відбувається?» та «Що за цим приховується?», наполягаючи на науковому потенціалі аналітичних досліджень комунікації в термінах інформації, що припускає та продукує дискурс незнання [5].

На відміну від класичних підходів до раціонального осягнення сутності та джерел узгодженої соціальної взаємодії, що уможлиблює обґрунтування філософії довіри, в деяких неklasичних філософських інтерпретаціях соціальності зміщується ракурс аналізу онтологічних та епістемологічних підстав довіри до усвідомлення її маніпулятивної вразливості, що П. Рікер означає школою підозри, до якої в першу чергу залучає ніцшеанство, марксизм та фрейдизм. В ракурсі «філософії підозри» розгортається також аналіз соціальної реальності у працях М. Фуко, Р. Барта, Ж. Бодрійяра, Ж. Дерріда та ін., спрямовуючи дослідницький фокус на викриття суперечливості внутрішніх конститутивних зв'язків та відносин. Підозра та брехня як базові основи соціального буття стають онтологічними засадами філософії підозри, що визначає оптику аналізу у термінах ілюзорності буття, прихованості справжніх намірів, недоступності «вхоплення» дійсних підстав людського буття, його остаточної «незрозумілості». Відтак вимальовується контроверсивність настанов довіри та підозри у горизонтах інтерпретацій, що актуалізують питання, з одного боку, онтологічного

ракурсу детермінант рефлексії та існування, антагонізму та взаємодії; з іншого боку, - гносеологічних аспектів помилковості та упередженості свідомості, ілюзій самосвідомості тощо [7]. Гносеологічний модус «герменевтики підозри» та «герменевтики довіри» фокусується навколо питань спроможності пізнання достовірності Іншого, як іншого суб'єкта, іншого буття, іншої культури тощо. Ключовим постає питання підстав надійності та умов передбачуваності і пізнаваності Іншого, зумовлюючи стратегії відкритості / закритості, оптимістичності / песимістичності, обережності / ризиковості у соціальних взаємодіях. Подальші ракурси аналізу проблематики медіадовіри звертаються до різноманітних аспектів кризи довіри в сучасному світі, що розглядається в якості сутнісної причини сучасної духовної кризи в цілому.

Акцентуючи увагу на визначальній інформативній ролі масмедіа у житті сучасної людини, Н. Луман зауважує, що все, що ми знаємо про суспільство і світ – через новини, рекламу, розваги – ми знаємо завдяки масмедіа [4]. Усвідомлюючи тотальну залежність від масмедіа рівня та стану поінформованості, а також ціннісно-нормативної структурації і підтримки способу нашого життя, виникає логічна пересторога у вигляді відчуття підозри, що долається шляхом дешифрації з орієнтацією на рівень довіри до адресата. В той же час, зазначає Н. Луман, навіть усвідомлюючи безпідставність довіри до масмедіа, захищаючись та звинувачуючи їх у маніпуляціях, ми не спроможні змінити цю ситуацію, оскільки «знання, запозичене у масмедіа, неначе саме по собі утворює замкнену самопідтримуючу структуру» [4, 8].

Відтак питання достовірності людського досвіду та можливостей його смислового осягнення, логічних основ довіри до суб'єкта та об'єкта пізнання окреслюють контури «філософії підозри», увиразнюючи контроверсивність настанов довіри та підозри у горизонтах інтерпретацій, що проблематизують питання, з одного боку, онтологічного ракурсу детермінант рефлексії та існування, антагонізму та взаємодії; з іншого боку, - гносеологічних аспектів помилковості та упередженості свідомості, ілюзій самосвідомості тощо [7].

Усвідомлюючи потребу в довірі та неухильні тенденції розвитку філософії підозри, П. Рікер прагне зберегти людиновимірні джерела довіри, всупереч сумніву, розчаруванню, ілюзорності буття. Досліджуючи комунікативні підстави достовірності у феноменології пам'яті, П. Рікер виявляє додаткові виміри морального порядку як обіцянки дотримати слово, що зумовлює трактування довіри в якості чинника безпеки, який конститує соціальні зв'язки, а у випадку їх стабілізації та розширення до рівня забезпечення загальної безпеки набуває інституційних ознак. Загалом така соціальна звичка довіряти словам та зобов'язанням Іншого розповсюджується на всі взаємодії, що П. Рікер означає фідучіарним принципом соціальних відносин, що стає «деяким *habitus* розсудливих суспільств, а також правилом розважливості, що зобов'язує спочатку повірити словам іншого, а потім – поставити їх під сумнів, якщо на те є підстави» [7, 230]. Такий принцип по суті є виявом інтерсуб'єктивної довірчої компетентності, що базується на взаємовизнаному та взаємопідтримуваному кредиті довіри та увиразнює аксіологічні аспекти питань взаємозалежності, солідарності, консолідації, людяності тощо, постаючи комунікативним джерелом герменевтики довіри. В той же час саме тут містяться маркери вразливості довіри, зокрема, як зауважує П. Рікер, ідеологічні маніпуляції «корумпованих політичних інститутів створюють атмосферу взаємного стеження, доносів, коли брехня, яка стає повсякденною практикою, цілковито підриває довіру до мови» [7, 230].

З метою більш глибокого осягнення механізму функціонування масмедіа, Н. Луман пропонує звернутись до аналізу розрізень між повідомленням та інформацією, увиразнюючи більш-менш *об'єктивну* складову того, «що спостерігається» та переважно *суб'єктивну* того, «як це спостерігається». Сама реальність масмедіа постає як подвоєння реальності, як реальність «спостережень другого порядку», модус рефлексії якого базується на «спостереженні того, як суспільство, передаючи своє самоспостереження у

володіння функціональної системи мас-медіа, приймає такий спосіб спостереження в модусі спостережень спостерігачів» [4, 134].

Масмедіа продукують мультиплікацію реальностей, значно посилюючи властивий медіа ефект *інтерпретаційного примусу*, що виявляє широкі можливості у продукуванні потрібних смислів шляхом фрагментації та семантичного викривлення інформації, прихованої чи відвертої неправди, ігор з контекстами та фактами, жорсткої категоризації, відчутних ідеологічних акцентів, упередженні, використання фантомних образів тощо.

З радикальною критикою медіа виступає Ж. Бодрійяр, який виявляє симуляційний характер медіареальності як систем не-комунікації, демонструючи ілюзорність у споживанні знаків та образів, втрату достовірності та значне віддалення від істини. Завдяки властивим медіа технікам нагнітання страху та видовищній драматизації руйнується екзистенційна довіра, посилюється вразливість та чутливість до небезпек, зникає реальність та цінність справжнього, натомість постає простір образів як «метамови відсутнього світу» [3, 161].

Перефразовуючи Ж. Бодрійяра, визначимо медіадовіру як статистичний вираз симуляції референцій «мовчазної більшості», моделі яких тиражуються медіа у полі поглинання та імплозії. Масам як породженню інформаційної культури властива тотальна некритична довіра: вони інволютивні, уникають сенсу, політичного, репрезентації, історії та ідеології, покладаючись на інерційну силу «сомнабулічної відреченості» [2, 58]. Згідно Ж. Бодрійяру, соціальне, яке завдяки раціональності руйнувало символічні структури, заміщається масмедіа та інформацією, чий «ірраціональний шал» руйнує соціальне [2, 32].

В цілому медіадовіра внаслідок наявності специфікації та опосередкованих чинників комунікації має посилення невизначеності та обмежений доступ до достовірної інформації, розширюючи коло непевних Інших: кінцевий вияв довіри до самої інформації обумовлюється рівнем довіри до джерела та експертної думки, демонструючи цілковиту відкритість до пропонованої інформації, наявність хоча б мінімальних альтернатив якій залежить від рівня демократизації суспільства. Відтак ключовими маркерами вразливості та непевності у медіадовірі постають орієнтація на непрямі обставини, невизначені підстави та покладання на компетентність структур, які виконують функції інтерпретації та трансляції смислових компонентів комунікації. Саме інтенція готовності бути керованим та передання повноважень медіа у тлумаченні смислів і підбору способів комунікації постає технікою спрощення соціальних взаємин, натомість увиразнюючи проблематику співвідношення цілей та цінностей у різноманітних площинах (зокрема, політичного, соціокультурного, ментального, економічного вимірів). Зауважимо, що характерною ознакою медіадовіри постає не тільки можливість відвертих маніпуляцій, а й спроможність встановлювати згоду та формувати переконання в правильності існуючих порядків. Таким чином, зростає дієвість легітимативної функції медіадовіри, яка визначає ціннісні детермінанти надійності та визнання у сприйнятті медіаресурсів.

Загалом концептуалізація медіадовіри в термінах вразливості та відкритості медіа-впливам особливо актуалізує проблематику ризиковості довіри та її маніпулятивних ефектів, посилюючи в умовах невизначеності мотивів, джерел та носіїв інформації (фейків, блогів, коментарів, природної реклами тощо) значущість формування інформаційної культури – критичного мислення, інфо-грамотності, інфо-безпеки, інфо-відбору, інфо-відповідальності тощо. Суттєвих трансформацій зазнають інституційні засоби підтримки довіри, зокрема, репутаційний капітал, надійність джерел інформації та наявність їх альтернатив, якість самих інформаційних повідомлень, міра їх достовірності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акерлоф Дж. Охота на простака. Экономика манипуляций и обмана / Джордж Акерлоф, Роберт Шиллер; [пер. с англ. Э. Кондуковой]. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 320 с.
2. Бодрийяр Ж. В тени молчаливого большинства, или Конец социального / Ж. Бодрийяр; [пер.с фр. Н. Сулова]. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2000. – 95 с.
3. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Ж. Бодрийяр; [пер.с фр. Е. Самарской]. – М.: Культурная революция; Республика, 2006. – 269 с.
4. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман; [пер. с нем. А.Ю. Антоновского]. – М. : Праксис, 2005. – 256 с.
5. Луман Н. «Что происходит?» и «Что за этим кроется?». Две социологии и теория общества / Н. Луман; [пер. с нем. А. Филиппова]. – Социологическое обозрение. Т. 6. – 2007. - № 3. – С. 100-117.
6. Маклюэн Г.М. Понимание медиа: Внешние расширения человека / Герберт Маршалл Маклюэн; [пер. с англ. В. Николаева]. – М.: КАНОН-пресс-Ц, 2003. – 464 с.
7. Рикер П. Конфликт интерпретаций. Очерки о герменевтике / Поль Рикер; [пер. с фр И.С. Вдовиной]. – М.: Канон-Пресс, 2002. – 624 с.
8. Lasswell H. D. Language of power / H. D. Lasswell // Language of politics; studies in quantitative semantics / Harold D. Lasswell, Nathan Leites and associates. – New York : G. W. Stewart, 1949. – P. 3–19.

Статья посвящена исследованию коммуникативных эффектов манипулятивного воздействия в процессе формирования медиадоверия. Выявляются конструктивные и деструктивные эффекты медиареальности, рассматриваются мировоззренческие установки функционирования «философии доверия» и «философии подозрения». Обосновывается необходимость создания методологического инструментария исследования медиакультуры как части культуры современного информационного общества, что предполагает формирование новых этических принципов постиндустриального общества, распространенных практик критического мышления и цифровой грамотности.

Ключевые слова: *медиадоверие, медиакультура, манипуляция, критическое мышление, философия подозрения.*

The article is devoted to the study of the communicative effects of manipulative influence in the process of mediatrust formtion. The constructive and destructive effects of mediareality are revealed, the world-view attitudes of the functioning of the "philosophy of trust" and "philosophy of suspicion" are considered. The necessity of creating a methodological tool for studying mediaculture as a part of the culture of the modern information society, which involves the formation of new ethical principles of postindustrial society, the common practices of critical thinking and digital literacy is substantiated.

Key words: *mediatrust, mediaculture, manipulation, critical thinking, philosophy of suspicion.*

ОСОБЛИВОСТІ ВЗАЄМОДІЇ УЧАСНИКІВ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

В статті увага зосереджується на перевагах і недоліках взаємодії учасників освітнього процесу у соціальних мережах, урахування яких дозволить ефективніше налагодити діяльність закладу освіти у сфері зв'язків з громадськістю. Подано основні положення нетикету як філософії ефективного Інтернет-спілкування. Описано практичні поради щодо публікації матеріалів у соціальних мережах та основні правила реагування на негативні коментарі.

Ключові слова: соціальні медіа, соціальні мережі, Facebook, Інтернет-залежність, нетикет, порушення нетикету, флейми, негативні відгуки, чеклист.

Постановка проблеми. Поняття соціальна мережа, спрогнозоване ще в 1835 році у романі В. Одоєвського «4338-й рік», було вперше введене у 1954 році соціологом із манчестерської школи Джеймсом Барнсоном та розглядалося як соціальна структура, що складається з групи вузлів, якими є соціальні об'єкти (люди або організації), і зв'язків між ними (соціальних взаємин). З появою у 1969 році Інтернет наукова концепція Джеймса Барнса набула певної трансформації і вже у 1971 році перша соціальна мережа як двостороння або одностороння взаємодія групи осіб з використанням комп'ютерної техніки стала використовуватися для передачі інформації військовими через ARPANET. Проте справжню популярність соціальні мережі здобули в 1995 році. Тоді американець Ренді Конрадс створив Classmates.com – першу соцмережу в сучасному розумінні. У ній зареєстровані користувачі отримують доступ до каталогу випускників різних навчальних закладів.

За даними дослідження Factum Group Ukraine за підсумками 2017 року в Україні зафіксовано 21,0 млн. активних Інтернет-користувачів [4]. Віртуальний світ сайтів, форумів, чатів – світ соціальних мереж і інформаційних ресурсів стає одним з провідних джерел інформації людини, засобом і особливим простором для комунікації, областю різних видів діяльності. 68% користувачів Інтернет України, користуються мережею Facebook [8]. Не обійшла ця тенденція і учасників освітнього процесу.

У мережі Facebook Існують тисячі спільнот та груп, пов'язаних з освітою. Зокрема, Освіта.ua налічує 136 тис. підписників Facebook, офіційна сторінка Міністерства освіти і науки в Україні об'єднало 99 тис. учасників освітнього процесу, суспільна група Центру нової освіти Івана Іванова «Уміти вчити: спільнота освітян» має 93,5 тис. учасників; Громадське об'єднання «Батьки SOS» налічує 88 тис. учасників, громадські організації Освіторія та EdCamp Ukraine об'єднали у Facebook 62 тис. та 11 тис. прогресивних освітян відповідно.

У Facebook представлено величезну кількість офіційних сторінок закладів освіти, їх підрозділів, а також науково-педагогічних та педагогічних працівників, що мають до 1000 учасників. ТОП-10 лідерів громадських думок у Facebook, які періодично пишуть про освіту, мають до 840 000 фоловерів, зокрема у Міністра МОН України 38 тис. підписників.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика соціальної взаємодії в мережі Інтернет, дослідження мережевого суспільства, становлення соціальних мереж та принципи їхнього використання розкривається у дослідженнях зарубіжних та вітчизняних науковців Д. Белла, Н. Бейма, О. Брука, Д. Вестерман, Дж. Гэлбрейта, Ю. Данько, Б. Джозефа, В. Емеліна, В. Іванова, Р. Інгельгарта, П. Коллока, С. Кайзлера, М. Кастельса, Т. Кравченко, О. Лещенко, О. Лобовікової, Т. Лукіних, А. Назарчук, Г. Рейнгольда, Л. Спрелла, С. Тонг, А. Тоффлера, А. Турена, С. Херрінга та ін.

Соціальні мережі, будучи не тільки засобами масової комунікації, а механізмом конструювання комунікативного простору, виконують низку функцій, створюючи ціннісний базис свого існування, Аксіологічні проблеми інформаційного суспільства та розвиток кіберцінностей розглянуто у працях С. Бибик, Л. Глебова, Ю. Карпенко, О. Овчиннікової, Н. Полутіної, Г. Почепцова, А. Сергєєва, В. Сидоркиної, Д. Мартьянова та інших дослідників.

Проте питання використання соціальних медіа у діяльності закладів освіти, висвітлення їх діяльності, етики взаємодії між учасниками освітнього процесу у соціальних мережах, особливості підготовки медіатекстів для різних соціальних мереж залишаються недостатньо розглянутими у педагогічній літературі.

Мета дослідження – розглянути переваги і недоліки взаємодії учасників освітнього процесу у соціальних мережах.

Виклад основного матеріалу. Взаємодія у соціальних мережах спочатку носила конкретний характер – спілкування з робочих питань між людьми, які знаходяться в різних точках планети. Тільки потім з доступністю Інтернет віртуальне спілкування стало об'єднувати всі верстви людей з різних питань у тому числі освіти. Зокрема, поза закладом освіти учасники освітнього процесу все частіше спілкуються через Facebook і різні месенджери (Viber, Telegram, WhatsApp тощо). Розглянемо основні переваги та недоліки такої комунікації.

До переваг віртуального спілкування для учасників освітнього процесу можна віднести:

- оперативність та швидкість оповіщення одразу всіх учасників освітнього процесу, починаючи від організаційних питань і закінчуючи просвітницькими;
- комфортність умов для кожного учасника освітнього процесу, починаючи від психологічних до фізичних;
- відсутність часових обмежень, що дозволяє спілкуватися у вільний і зручний для кожного учасника освітнього процесу час від самого рання до пізньої ночі;
- можливість для всіх учасників освітнього процесу, у тому числі з особливими потребами, знайти численних друзів з усього світу по інтересам, цілям, бажанням тощо;
- спілкування без комплексів: можливість для «закритих» учасників освітнього процесу, яких не видно і не чути під час освітнього процесу, розкриватися на власній сторінці, що в свою чергу дозволить ефективніше включати їх в освітній процес;
- добровільність налагодження спілкування між учасниками освітнього процесу та можливість припинити його в будь-який момент і без пояснень;
- можливість учасникам освітнього процесу стати такими, якими вони хочуть бути, висловити те, що не наважилися сказати одне одному у вічі;
- поява впевненості в собі за рахунок скорочення дистанції між учасниками освітнього процесу, у плані комунікації, соціальні мережі роблять педагогів та

адміністрацію закладів освіти більш доступними для здобувачів освіти та їх законних представників;

- можливість в будь-який момент виправити помилку в письмовому спілкуванні тощо.

Як бачимо, переваг достатньо багато, проте у віртуальному спілкуванні учасників освітнього процесу не менше і недоліків. Розглянемо лише основні з них:

- зменшення спілкуватися учасників освітнього процесу в реальному світі: навіть перебуваючи поруч один з одним, учасники освітнього процесу можуть спілкуватися та з'ясовувати відносини через свої гаджети, втрачаючи навички реального спілкування та упередження конфліктів;
- формування неадекватної самооцінки учасників освітнього процесу, підвищення власної значимості на основі отримання великого числа вподобань у соціальних мережах;
- змінюється свідомість, спрощується мова і взаємодія з оточуючими за рахунок використання символів-емодзі, картинок-мемів, Інтернет-сленгів та різних жаргонних виразів, що особливо небезпечно для здобувачів загальної середньої освіти;
- захоплення життям інших людей, що може бути далеко від дійсності реального світу, призводить до спокуси створення віртуальної особистості з «ідеальним» життям та спотворення духовно-моральних цінностей особливо молодших учасників освітнього процесу – здобувачів освіти;
- Інтернет-комунікація є більш легкою і невимушеною, відтак будь-який учасник освітнього процесу може стати ким завгодно від «розлюченого батька» до «милого керівника», провокуючи інших учасників освітнього процесу, приміряючи на себе різні ролі, оскільки мало шансів розкрити обман, поки віртуальне спілкування не стане реальним;
- відсутність моральних обмежень: у віртуальному світі все дозволено, відтак питання етики учасників освітнього процесу можуть відійти на задній план;
- Інтернет-небезпека, що виявляється у налагоджені комунікації із досвідченими аферистами, які створюючи віртуальний образ до якого прагне довірливий користувач, отримати інформацію, від якої може постраждати не лише учасник освітнього процесу, а і його оточення;
- розвиток Інтернет-залежності та усунення від реального життя тощо.

Перерахуємо основні ознаки Інтернет-залежності, що характерна для всіх учасників освітнього процесу, не зважаючи на те чи висвітлюють вони своє приватне чи яка спостерігається в сучасному суспільстві у багатьох людей:

- нав'язливість перегляду повідомлень, навіть якщо ніхто не повинен написати;
- важливість відслідковування кількості відвідувачів сторінки чи коментарів, що залишають інші;
- збільшення часу перед комп'ютером;
- почуття паніки або розчарування через неможливість потрапити на свою сторінку;
- спілкування з друзями тільки через соціальні мережі;
- прагнення до обговорення чужих фотографій чи повідомлень, навіть обумовлене професійною потребою.

Не зважаючи на ті недоліки і ознаки залежності користувачів Інтернет від соціальних мереж, необхідно зазначити, що вони характерні для всіх видів масмедіа в більшій чи меншій мірі, а відтак зважене використання соціальних мереж з урахуванням їх переваг та недоліків в освітньому процесі дозволить максимізувати їх позитивний вплив на цей процес та залучити усіх учасників освітнього процесу до активної взаємодії. Незважаючи на те, що для багатьох людей спілкування в соціальних мережах

встигло стати органічним продовженням освітнього процесу та взаємодії з усіма учасниками освітнього процесу, багато педагогічних працівників досі побоюються взаємодії із здобувачами освітніх послуг та їх законними представниками у соціальних мережах. Взаємодія учасників освітнього процесу у соціальних мережах дозволяє отримати великі можливості та містить не менші загрози у силу того, що вона має імітаційний характер, відтак ті, хто не має можливості висловитися чи реалізувати свої амбіції безпосередньо, можуть створити імітаційне соціальне середовище громадської активності.

Розширення сфер спілкування за рахунок розвитку комунікації у соціальних мережах спричинило вироблення особливих правил поведінки і в Інтернеті, які називають новим словом «нетикет», або мережевий етикет (від англ. net – «мережа» та етикет). Це так би мовити філософія ефективного Інтернет-спілкування, яка використовує загальні конвенції та норми як керівництво для правил та стандартів. Це не просто зведення правил усного та писемного спілкування в Інтернеті, але й система, що орієнтує користувачів мережі на дотримання принципів культури мови незалежно від того, віртуальна вона чи реальна [3].

Положення нетикету розділяють на три основні категорії:

- психологічні, емоційні (використання звертань: «ти», «ви», смайликів, підтримка або ігнорування новачків тощо);
- технічні (використання певної довжини рядків, обмеження на розмір листів, їх підписи, допустимість написання у верхньому регістрі, допустимість форматування, виділення курсивом, кольором тощо);
- адміністративні (правила заголовків тем, правила цитування, допустимість реклами, допустимість флейму, необхідність додержуватися тематики співтовариства) [9].

Єдиного документу, що відображає усі правила нетикету і є стандартом для усіх, немає, проте існують найбільш поширені правила, які повинен знати кожен учасник освітнього процесу, і впершу чергу педагоги та батьки, оскільки «діти не про що в нас не запитують, просто дивляться на нас й мовчать...», мовчать транслюючи від попереднього покоління її власні віртуальні цінності і правила, які збагачуються новими, що виникають у зв'язку зі змінами актуальної соціальної дійсності.

Розглянемо основні 10 правил нетикету, що вперше побачили світ ще у 1994 році і є наразі актуальними для всіх учасників освітнього процесу.

Правило 1. Пам'ятайте, що ви спілкуєтесь з людиною. Досить часто люди в мережі порушують дане правило, забуваючи, що по ту сторону екрана з ними спілкується жива людина. Не зловживайте тим, що співрозмовник вас не бачить і не дозволяйте собі того, чого б не зробили у звичайному спілкуванні. У віртуальному світі є таке поняття як тролінг, що являє собою провокаційні повідомлення, які пишуться деякими особами (тролями) з метою викликати конфлікт між учасниками спілкування. Тому, заради свого спокою, уникайте конфліктних ситуацій та не провокуйте їх. Пам'ятайте, що не потрібно робити для інших того, чого не хочете щоб зробили для вас.

Правило 2. Дотримуйтеся тих самих стандартів поведінки, що і в реальному житті. У віртуальному світі існує певне відчуття анонімності і в деяких ситуаціях, люди можуть дозволити собі більше, ніж вони дозволяють, спілкуючись у реальному житті. Але, все ж таки, намагайтесь дотримуватись правил спілкування, як в реальному, так і у

віртуальному спілкуванні. Залишайтеся толерантними і пам'ятайте, що Інтернетом користуються і діти.

Правило 3. Пам'ятайте, що ви знаходитесь у кіберпросторі. Активне спілкування у Мережі має свої нюанси. Так, спілкуючись в чаті або ж форумі, пам'ятайте, що манери спілкування в різних співтовариствах різні. Якщо один стиль спілкування цілком звичний для одного співтовариства, для іншого він буде абсолютно неприйнятним. Обов'язково, перед тим, як щось коментувати в цілком новій для вас темі, озирніться, вивчіть обстановку – послухайте про що і як говорять там люди, і лише після цього долучайтесь до розмови. Не варто нав'язувати свої правила і вчити співтовариство, навіть якщо ви впевнені, що всі не праві.

Правило 4. Поважайте час і можливості інших. Якщо ви хочете поділитись з усім світом важливою для вас новиною, подумайте, чи всім вона така корисна. Одним з наслідків цього правила є шанобливе ставлення до чужого трафіку. Відправляючи кому-небудь надмірної ваги файл, користуйтеся архіватором. Викладаючи великі зображення, подбайте про те, щоб їх супроводжували невеликі прев'ю (від preview – попередній перегляд зображення, як право, в зменшеному вигляді) із зазначенням розміру файлу. Якщо ви даєте посилання на великий файл, не забувайте вказувати його розмір. Не слід очікувати миттєвої реакції на повідомлення.

Правило 5. Зберігайте свій імідж. Ваша репутація в Інтернеті не менш важлива, ніж у реальному житті. Навіть якщо здається, що ніхто в Мережі вас не впізнає, не варто ображати інших, створювати конфліктні ситуації, або відповідати на образу образою. Нехай друзі за інтересами та сайтами знають вас, як ввічливу, толерантну та порядну людину. Публікуючи якусь інформацію, перевірте її достовірність, пишіть грамотно.

Правило 6. Допмагайте іншим там, де ви це можете зробити. Мережа не є сховищем всіх можливих у світі знань. Зазвичай в Інтернеті з'являється лише та інформація, яка несе вигоду її автору. Досить часто у людей виникають запитання на які в Мережі відповіді немає, тому, якщо ви є компетентні в якомусь питанні і можете на нього відповісти – відповідайте. Якщо ви виявили, що в Інтернеті відсутня інформація про щось, що ви знаєте напевне – обов'язково напишіть про це, ваші знання можуть комусь знадобитись. Якщо в Мережі вас просять допомогти – допоможіть, можливо хтось колись так само допоможе вам. Обмінюйтесь досвідом у Мережі, адже сам Інтернет виріс завдяки бажанню людей ділитись інформацією.

Правило 7. Не створюйте конфлікти та не допускайте їх. «Словесну війну», яка іноді виникає між декількома учасниками дискусії, ще називають флеймом (від англ. flame — полум'я). Зазвичай, під час таких суперечок істина не народжується і виникає лише дискомфорт серед учасників обговорення. Інтернет не забороняє флейми, вони можуть нести задоволення, як авторам, так і читачам, а ті, хто їх отримує, цілком можуть на них і заслуговувати. Проте, нетикет не заохочує таких дій, які іноді переростають у справжні інформаційні війни. Краще уникайте образ і не беріть участі у конфліктних обговореннях.

Правило 8. Поважайте право на приватне листування. Як і в реальному, так і у віртуальному світі існує право особи на приватне листування, і неповага до цього права – ознака поганих манер. Інколи при користуванні комп'ютером у закладі освіти виникають моменти, коли користувачі не виходять зі своїх сторінок у соціальних мережах та електронної пошти, або просять колег відкрити їх скриньку і роздрукувати якусь інформацію. Необхідно обов'язково попередити учасників освітнього процесу про

можливі ризики, показати, як самостійно відкрити скриньку та порадити користувачеві не довіряти нікому свій пароль і вводити його самостійно. І запам'ятайте ще один момент, який також відносять до даного правила: не поширюйте в Мережі інформацію про себе та інших людей – реальні імена, адреси, телефони, фотографії!

Правило 9. Пам'ятайте про авторське право. Представляти скопійовану з Інтернету інформацію, як авторську, не просто нечесно, але й незаконно. Зверніть увагу й на те, що завантажувати і поширювати фото, відео та музику, які захищені авторським правом теж не варто, адже це прирівнюється до крадіжки.

Правила 10. Пам'ятайте про безпеку. Намагайтесь без зайвої потреби не викладати на сторінках Мережі приватну інформацію, щоб не стати жертвою он-лайн злочинців [7].

Під порушенням нетикету, які найчастіше виникають в мережі Інтернет, розуміють образи та перехід на особистості, відступ від теми, який робиться зловмисно (офтопик), рекламу, саморекламу у невідповідних місцях. Також, порушенням нетикету вважають наклеп або іншу зловмисну дезінформацію, чи плагіат.

У червні 2014 року було створено групу у соціальній мережі Facebook для обговорення проблем, пов'язаних із освітою з ініціативи «поговорити у соціальній мережі» з'явилася громадська організація — «КМО «Батьки SOS», щоб надавати допомогу батькам у разі порушення прав їхніх дітей у школі чи садочку та ініціювати системні зміни в освіті.

Спільнота працює за простим алгоритмом:

- озвучується ситуація (у школі, чи загалом в освіті)
- з'ясовується, як ця ситуація співвідноситься із законодавством,
- висновок, що треба змінити: ситуацію чи законодавство і разом — змінюють!

Не зважаючи на те, що за час існування ГО ініціювало численні зміни в системі освіти через громадські ініціативи, участь у колегії МОН, співпрацю з депутатами різних рівнів та громадськими активістами батьківського руху у різних куточках країни. Зокрема, ініціатива «Батьки SOS» щодо конкурсного відбору на посади керівників навчальних закладів, знайшла втілення у новому Законі Про освіту [6]. Проте, коментатори інформації у цій групі вдаються до системного порушення нетикету вдаючись до грубих, непристойних, оціночних виразів та образ особистості. Замість вирішення проблеми можна потонути в інформаційному дощі оціночних суджень у підтримку того чи іншого повідомлення, так і не отримавши вирішення проблеми у реальному світі.

Треба зазначити, що зараз образи в мережі замінюють вуличні сварки. Але лайка і на вулиці, і в мережі підпадає під адміністративну відповідальність – за це штрафують. Політикою Facebook також передбачено реагування на такі дії – блокування аккаунти за умови, якщо його власник викладав якісь матеріали, що порушують умови Фейсбуку (чужі без дозволу автора, незаконні, шахрайські, ворожі, образливі та інше); було зазначено явно несправжнє ім'я або помилкова інформація про власника аккаунти; власник видавав себе за іншу людину; особиста сторінка використовувалася у комерційних цілях, оскільки для цього є сторінки компаній, і на останок, якщо власник поведився агресивно або образливо або переслідував людей чи погрожував їм. В такому разі навіть однієї скарги досить для блокування аккаунту.

Часте порушення нетикету зустрічається і у соціальних месенджерах, серед яких найбільш розповсюджений Viber. У результаті, адміністрація деяких навчальних

закладів наполегливо рекомендували педагогічним працівникам не підтримувати таким чином зв'язок із батьками. Особливо з урахуванням того, що докази, подані в електронній формі та/або у формі паперових копій електронних повідомлень, вважаються письмовими доказами згідно зі статтею 64 Цивільного процесуального кодексу України, статтею 36 ГПК України та статтею 79 Кодексу адміністративного судочинства України [5].

Громадський активіст та директор однієї із шкіл Києва С. Горбачов пропонує власний алгоритм дій усунення будь-яких конфліктів у діяльності закладу освіти через оперативне висвітлення проблем у соціальних мережах:

- по-перше, не замовчувати проблему: визнати її існування;
- по-друге, відразу і ефективно розпочати її вирішення;
- по-третє, постійно повідомляти, що заклад освіти робить для її розв'язання, яких вжито оперативних дій;
- по-четверте, повідомити про результат: проблему вирішено – ми молодці або проблему не вирішено – вирішимо, працюємо далі [10].

При цьому, публікуючи пост про діяльність закладу освіти у соціальній мережі, адміністрацією чи педагогічними працівниками варто дотримуватися основних правил, що висуваються до медіатекстів цього типу, так званого чеклиста:

- перевірити орфографію та пунктуацію, оскільки ці повідомлення підпадають під пильну увагу інших учасників освітнього процесу і їх автори можуть надовго стати предметом глузувань;
- дотримуватися сталої кількості публікацій у тиждень чи на день, щоб систематично висвітлювати діяльність закладу освіти та підтримувати постійну увагу до освітнього процесу;
- переконатися, що у повідомленні є користь чи розвага, оскільки користувачі соціальних мереж піддають перевагу більшою мірою саме такому контенту;
- слідкуйте за коректністю довжини медіатексту у соціальній мережі, зокрема у повідомленнях довжиною не більше 80 знаків рівень залучення користувачів на чверть більше, ніж у більш довгих текстів, а відтак більше шансів привернути увагу до нагальної проблеми діяльності закладу освіти;
- не забувати про те, що у соціальних мережах можна згадувати інших користувачів за допомогою міток з метою залучення більшого числа учасників освітнього процесу;
- переконатися, що повідомлення не було написано під дією негативних емоцій, оскільки повідомлення, написані у такому стані частіше шкодять, ніж допомагають у вирішенні проблем;
- наявність якісних картинок чи фото, на яких максимально всі учасники освітнього процесу виглядають яскраво, оскільки понад 65% світового населення сприймають інформацію візуально.

Таким чином, всі учасники освітнього процесу через соціальні мережі залучають до діяльності, активно співпереживають чи навпаки, проте обізнаність гарантує зменшення негативних проявів індивідуальної автономії.

При використанні соціальних мереж адміністрація та педагогічні працівники завжди повинні пам'ятати про одну важливу річ: робота не обмежується публікацією постів. Необхідно постійно відслідковувати їх, щоб з'ясувати, наскільки вони популярні, відповісти на коментарі читачів і оптимізувати свої наступні заходи.

Необхідно відповідати на всі коментарі учасників освітнього процесу, в яких міститься будь-яке питання, пропозиція або негативний відгук

Незважаючи на наявність негативних коментарів у повідомленнях, ними все ж таки не варто ігнорувати, їх необхідно обробляти у першу чергу, щоб не виводити з себе коментатора та інших учасників освітнього процесу, які помітять їх.

Не варто видаляти негативні коментарі. Зрозуміло, що хочеться, щоб у закладу освіти була бездоганна репутація, проте позбавлятися від негативних відгуків – не найкраще рішення. Це викличе ще більше невдоволення інших учасників освітнього процесу, які мають подібну точку зору.

Необхідно завжди представляти свої аргументи відразу під коментарем, адже не оброблене вчасно негативне зауваження може викликати ланцюгову реакцію і зашкодити іміджу закладу освіти. Також не варто вдаватися до флеймів, сперечатися з учасником освітнього процесу у соціальній мережі. Якщо він висловлює об'єктивне невдоволення, значить, на це є причина. Тому доречно вибачитися і спробувати допомогти за потреби при особистій зустрічі.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Взаємодія учасників освітнього процесу у соціальних мережах визначається їх конфігурацією та зв'язками між ними, спрямованістю інформації, інтерактивністю, відкритістю, що створює умови для формування соціальної відповідальності всіх учасників освітнього процесу, їх бажання і здатності співпрацювати заради суспільного інтересу. Відповідно аксіологічний статус соціальних мереж полягає в тому, що вони виступають механізмом конструювання сучасного комунікативного простору учасників освітнього процесу, що мають як свої недоліки, так і переваги, характерні в більшій чи меншій мірі всім масмедіа.

Рішення по використанню соціальних мереж для взаємодії з учасниками освітнього процесу з точки зору працівників закладу освіти має бути обґрунтованим та слугувати для вирішення нагальних проблем закладу освіти та упередження конфліктів, спираючись на нетикет.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 10 правил хорошего поста в социальной сети [електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://amplifr.com/blog/ru/cheklist-horoshego-posta/>
2. 6 заповедей для удачных постов в социальных сетях от свидетеля SMM [електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://freshit.net/6-zapovedej-dlya-udachnyx-postov-v-socialnyx-setyax-ot-svidetelya-smm/>
3. Бибик С. Нетикет, або мережевий етикет / С. Бибик // Культура слова. — 2015. — Вип. 82. — С. 125-128.
4. В Україні зменшилась кількість регулярних користувачів інтернет [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://detector.media/rinok/article/133767/2018-01-16-v-ukraini-zmenshilas-kilkist-regulyarnikh-koristuvachiv-internet-inau/>
5. Ворожбит О. Практика: Доказовий лист / Ольга Ворожбит, Микола Гелетій // Український юрист. – № 2. – 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://jurist.ua/?article/1025>
6. Громадське об'єднання «Батьки SOS» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://charitytuner.org/foundations/culture/gromadske-obyednannya-batky-sos/>
7. Культура віртуального спілкування: методичні поради / Упр. культури, національностей та релігій Хмельниць. облдержадмін.; ХОУНБ ім. М. Островського. – Хмельницький, 2014. – 28 с.

8. Мартыянов Д. С. Виртуальные ценности: структура, динамика, противоречия / Мартыянов Денис Сергеевич // Труды Санкт-Петербургского государственного института культуры. – 2015. – С. 319-327 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/virtualnye-tsennosti-struktura-dinamika-protivorechiya>
9. Практичні поради для вчителів-блогерів: навщо, як і де? [електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prosvitcenter.org/uk/praktychni-porady-dlya-vchyteliv-bloger-2/>
10. Як дошкульна шкільна проблема може покращити імідж школи / Горчабев С. І. [електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.slideshare.net/sivangor/gorbachov-ed-camp20170429>

В статье внимание сосредоточено на преимуществах и недостатках взаимодействия участников образовательного процесса в социальных сетях, учет которых позволит эффективнее наладить деятельность учебного заведения в сфере связей с общественностью. Представлены основные положения нетикета – философии эффективного Интернет-общения. Описаны практические советы по публикации материалов в социальных сетях и основные правила реагирования на негативные комментарии.

Ключевые слова: социальные медиа, социальные сети, Facebook, интернет-зависимость, нетикет, нарушение нетикета, флеймы, негативные отзывы, чеклист.

In the article it is paid attention on the the advantages and disadvantages of the interaction of participants in the educational process in social networks. This is will allow to work more effectively the activities of the educational institution in the public relations.

The main provisions of social networking etiquette as the philosophy of effective Internet communication are presented.

There are described the practical tips for publishing materials in social networks. There are presented the basic rules for responding to negative comments in social networks.

Keywords: social media, social networks, facebook, internet addiction, social networking etiquette, violations of social networking etiquette, flames, negative reviews, checklists.

РЕАЛІЗАЦІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ МОДЕЛІ МЕДІАОСВІТИ У СВІТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ ПІДХІД ТА МОЖЛИВОСТІ ВТІЛЕННЯ НА ПРИКЛАДІ ВЗАЄМОДІЇ МЕДІА ТА АУДИТОРІЇ

У статті окреслено основні підходи до розуміння журналістської моделі медіаосвіти, названі її відмінні риси. Вказано, що в межі моделі входять опосередковані та безпосередні методи. На основі узагальнень складені переваги та недоліку досліджуваної моделі та її перспективи впровадження в Україні.

Ключові слова: журналістська модель, медіаосвіта, медіа- та інформаційна грамотність.

Медіаосвіта та розвиток медіаграмотності та інформаційної грамотності від своїх початків та на сьогоднішній день здебільшого реалізуються в педагогічній площині. Найбільш розробленими (як теоретично, так і практично) є методи формальної медіаосвіти в школі, а інформаційною грамотністю займаються здебільшого бібліотеки.

Однак з появою та розвитком нового підходу, а саме медіа- інформаційної грамотності як життєво важливої компетенції для всіх жителів планети, не залежно від віку, сфери роботи, статі чи країни проживання, процес медіаосвіти вийшов за межі шкіл та бібліотек і сьогодні має бути спрямований не лише на дітей, підлітків та молодь, а стати невід'ємною частиною безперервної освіти протягом життя.

З метою побудови світового інформаційного та громадянського суспільства (участь у якому мають взяти всі люди, не залежно від їхнього віку чи місця проживання), ми вважаємо актуальними дослідження та розвиток неформальної медіаосвіти дорослих (тобто такої, що виходить за межі навчальних закладів і триває протягом усього життя), мета якої – розвиток медіа- та інформаційної грамотності – сукупності знань, установок, умінь і навичок, які дозволяють отримувати доступ до інформації та знань, аналізувати, оцінювати, використовувати, створювати та поширювати їх з максимальною продуктивністю відповідно до законодавчих та етичних норм і з дотриманням прав людини.

Як уже зазначалося раніше, наслідуючи світову багаторічну традицію, на сьогоднішній день медіаосвіта є здебільшого сферою зацікавлення педагогів, психологів та бібліотекарів. Про це свідчить велика кількість наукових праць, що розглядають медіаосвіту саме з точки зору згаданих підходів. Однак, на нашу думку, таке розуміння медіаосвіти є занадто однобоким. Так, наприклад, якщо поглянути на сам термін «медіаосвіта», «медіаграмотність», «медіа- та інформаційна грамотність», то поряд з концептами «освіта» завжди звучить концепт «медіа». І якщо педагогічна складова медіаосвіти на сьогодні є достатньо дослідженою, то медійна все ще має багато «білих плям». Педагог, який займається питаннями медіаосвіти (як теоретично, так і практично) є спеціалістом у методиці викладання, педагогічних та психологічних методах навчання тощо. Однак, у нього, як для неспеціаліста в галузі медіа, можуть бути відсутні важливі знання щодо того, як сьогодні функціонують медіа, які є їхні особливості, призначення, як медіа впливає на людину, як кожній людині гармонійно жити у новому медійному світі, відрізняючи фізичну реальність від віртуальної. Це відбувається через те, що світ медіа сьогодні розвивається надзвичайно швидко й педагог може не встигати за всіма новинками та змінами; крім того медіа (навіть для

медіапедагога) ніколи не буде першочерговим інформаційним пріоритетом, найперше він завжди буде розвиватися в галузі педагогіки і вже потім – у медійній сфері. Саме тому ми вважаємо роль медіаекспертів, медіаспеціалістів, працівників медіа (журналістів, редакторів, розробників програмних забезпечень, програмістів тощо) у медіаосвітньому процесі надзвичайно важливою.

Зважаючи на зазначені вище розмірковування, ми можемо зробити припущення, що серед усіх сучасних моделей медіаосвіти журналістська або інтерактивна модель може стати однією з ключових у медіаосвіті дорослих протягом життя, що сприятиме становленню та розбудові інформаційного суспільства.

Звернімося до наукових праць, щоб з'ясувати особливості та можливості означеної моделі та медіаосвітній потенціал журналістики загалом. Російська дослідниця І. Жилавська пропонує розглядати журналістську (інтерактивну) модель медіаосвіти як якісно відмінну від педагогічної моделі, що «може бути більш ефективною, оскільки має прикладний характер і виражену мотивацію медіаспеціалістів» [3, с. 107]. Модель побудована на комунікативній стратегії взаємодії і сприяє формуванню комунікативного середовища на основі взаємовигідного співробітництва ЗМІ з аудиторією.

І. Фатеева називає наступні переваги та особливості журналістської моделі медіаосвіти (у рамках її використання у формальній медіаосвіті) [7, с. 133-134]: 1) спирається не на когнітивний, а на діяльнісно-компетентісний підхід; 2) має на увазі не пасивну, а активну позицію учнів (особистісно-орієнтовану); 3) має риси діалогової педагогічної парадигми; 4) спирається не на аналіз як провідний тип розумової діяльності, а на синтез; 5) не передбачає строгої регламентації змісту та форм навчальної роботи; 6) надає учневі широкі можливості вибору змістовних і формальних сторін освітнього процесу; 7) характеризується широким використанням різних освітніх технологій і методик (діагностика, дискусії, спеціальні тренінги, організаційно-діяльнісні й імітаційні ігри, case-studies, бесіди, програмне навчання і т.д.) з опорою на проектну технологію; 8) допускає широке використання групових форм роботи (кооперативної роботи, що базується на психологічних особливостях особистості та групи, однаково ефективною як для сильних, так і для слабких дітей, підтримують в процесі творчої діяльності одне одного); 9) може реалізовуватися як при класно-урочній системі, так і в рамках позашкільних занять.

Згідно з типологією медіаосвіти І. Фатеевої, журналістську модель медіаосвіти можна кваліфікувати як професійну організовану неформальну медіаосвіту. За словами дослідниці «непрофесійна (або масова) медіаосвіта ... призначена для успішної адаптації масової аудиторії до життя в умовах медіатизованої спільноти і для ефективного функціонування самих ЗМІ (завдяки підготовленості аудиторії)» [7, с. 54].

Крім того, І. Дзялошинський, А. Короченський, І. Жилавська вказують, що виробництво медіапродуктів у межах журналістської моделі не є самоціллю, більш важливою є реалізація громадянських прав кожної людини, тобто права на свободу вираження поглядів та отримання інформації, що сприяє підтримці демократії, будівництву та підтримки миру, соціальної справедливості.

З точки зору зазначеного підходу до медіаосвіти, за словами І. Дзялошинського, «його соціальний сенс полягає не стільки в підвищенні медіаграмотності індивіда, скільки у формуванні установки на медіаактивність, що складається з трьох компонентів: 1) провідна активність (наприклад, трудова, громадянська або будь-яка інша); 2) інформаційна активність, спрямована на пошук інформації, необхідної для реалізації провідної активності, у всіх наявних ресурсах; 3) медіаактивність, що керує діями індивіда з пошуку (або виробництва) інформації в медіасфері» [2, с. 93].

Медіаактивність, у свою чергу, поділяється на шість основних видів: пошук, отримання, споживання, передача, виробництво, поширення масової інформації. У зв'язку з цим цікавим є припущення, що зростання (або зниження) медіаактивності населення в різних країнах може служити індикатором вектора розвитку цих країн.

Надзвичайно тісно із журналістською моделлю медіаосвіти пов'язана теорія соціальної відповідальності ЗМІ. Теорія була сформована в 40-і рр. ХХ ст. як одна з чотирьох сучасних теорій преси під керівництвом Р. Хатчинсона. Згідно з нею, журналісти повинні усвідомлювати свою відповідальність перед соціумом, слідкувати за представленням всіх основних позицій, які є в суспільстві, забезпечувати людей достатньою кількістю інформації, якої достатньо для формування власної точки зору, завдяки чому ЗМІ зможуть подолати кризу довіри та негативне ставлення з боку суспільства [4, с. 376].

Звернімо увагу на способи реалізації та втілення журналістської моделі медіаосвіти. Дослідники спільні в переконанні, що це може бути здійснено завдяки масовій роботі редакцій ЗМІ, тобто «системі організаційних заходів, мета яких – встановлення і зміцнення зв'язків періодичного видання з його аудиторією» [1].

І. Жилавська пропонує розглядати такі види аудиторії, на яких може бути звернена журналістська модель медіаосвіти [3, с. 136]: *виробники* медійного контенту: експерти, професійні консультанти й неформальні автори («народні кореспонденти»); *споживачі* контенту: реальна (активна і пасивна) та потенційна аудиторія. Завдання ЗМІ – максимально збільшити активну частину реальної аудиторії за рахунок пасивної, і реальну – за рахунок потенційної. У розв'язанні цього завдання істотну роль відіграють медіаосвітні технології, які є центральним комплексом редакційних технологій сучасних медіаорганізацій.

Взаємодіяти зі своєю аудиторією, за словами дослідниці, медіа можуть безпосередньо та опосередковано.

До *опосередкованих* контактів можна віднести: розділи та рубрики в ЗМІ, в яких є інформація про проблеми журналістики й медіаосвіти, медіакритики, ведуться дискусії про перспективи розвитку сучасних ЗМІ, комунікативістики, ролі аудиторії.

Наприклад: «1) медіаосвітні публікації і програми в засобах масової комунікації; 2) публікація творів, що містять аналіз, інтерпретацію та оцінку засобів масової комунікації та проблем їх соціального функціонування; 3) випуск періодичних видань, що орієнтують масову аудиторію і формують у неї базові навички сприйняття й оцінки аудіовізуальних медіатекстів; 4) публікація творів і освітніх програм, генерованих громадськими медіамоніторинговими організаціями та медіаактивістами, представниками громадянського суспільства; 5) розділи і рубрики, призначені для підтримки зв'язків редакції з аудиторією, де даються пояснення про внутрішні редакційні особливості журналістської «кухні», діяльності журналістів зі збору, оцінки та перевірки інформації; 6) колонки омбудсменів («читацьких редакторів», «захисників читачів»), де піддаються розбору спірні випадки журналістської практики» [6, с. 222.].

До *безпосередніх* контактів за методами медіаосвітніх комунікацій можна віднести професійне спілкування (творчі зустрічі, публічні дискусії, медіаклуби і т.д.); створення медіапродуктів (як участь у спільних проектах – створення тематичних сторінок, газет, журналів; випуску теле- і радіопрограм, передач, сюжетів; так і створення власних інформаційних продуктів у вигляді самодіяльних газет, журналів, особистих фото- і відеоматеріалів, блогів, сторінок в Інтернеті тощо); організаційно-діяльнісні ігри.

Д. Платонова інакше визначає способи взаємодії аудиторії та ЗМІ, називає інформаційний та організаційно-керуючий (неінформаційний) способи взаємодії.

«*Організаційно-керуюча* участь передбачає діяльність представників суспільства на стадії прийняття стратегічних рішень в сфері роботи редакцій і включає в себе такі види участі, як: володіння ЗМІ, програмування (розпорядження, керівництво) ЗМІ, контроль діяльності редакцій (участь в громадських радах). *Інформаційна участь* – найбільш масовий спосіб участі в діяльності ЗМІ, який передбачає різні за активністю рівні участі у виробництві та споживанні інформації: 1) споживання, «пасивна» участь: вибір друкованого видання, теле-, радіоканалу або окремого матеріалу; 2) участь у якості об'єкта, «героя», персонажа матеріалу, суб'єкта думки, вираженого побічно, «через третю особу»; 3) виробництво інформації – найбільш активний рівень інформаційної участі, що виражається в безпосередній участі у виробництві контенту: як автори матеріалів, суджень, висловлених від свого імені, «без посередників» (або авторська участь)» [5, с. 133].

журналістська (інтерактивна) модель медіаосвіти базується на принципі взаємодії та довіри аудиторії та ЗМІ. Може реалізовуватися шляхом опосередкованих та безпосередніх методів взаємодії, серед яких досить ефективними є медіакритика, робота ньюс-омбудсменів, діяльність відкритих телеканалів, громадських організацій медійного спрямування, організація тренінгів, семінарів, курсів для аудиторії засобами масової інформації.

Журналістка модель медіаосвіти має ряд переваг: для аудиторії – носить прикладний характер, дає можливість реалізації принципу «навчання через виконання» (learning by doing), активна роль учасників, адаптації масової аудиторії до життя в умовах медіатизованої спільноти, направленість на всі групи та верстви населення (не залежно від віку, освіти, соціального статусу, тощо); для ЗМІ – має виражену зацікавленість медіа спеціалістів, у результаті медіа отримує залучену аудиторію, яка є лояльною до відповідного ЗМІ, прихильною й такою, що здатна об'єктивно, неупереджено та повно оцінити роботу медіа й побачити відповідність стандартам і професіоналізм команди; для суспільства в цілому – застосування стратегії взаємодії, що в подальшому може бути використана в інших сферах, розвиток медіаактивності населення та, як наслідок, формування активної громадянської позиції, розвиток інформаційного суспільства.

Серед недоліків моделі ми можемо назвати високу зайнятість медіапрацівників, які зосереджені на безпосередньому створенні медіапродукту, а тому не мають достатньої кількості часу та сил на провадження медіаосвітньої роботи, нестачу знань та умінь працівників медіа для реалізації журналістської моделі медіаосвіти, пасивність аудиторії та її неготовність брати участь медіаосвітньому русі, потреба у безперервному функціонування моделі, а також відсутність чітких індикаторів, які б могли говорити про її ефективність.

Ми вважаємо журналістську модель медіаосвіти такою, що може бути впроваджена в Україні та стати фактором розвитку медіа та інформаційної грамотності населення протягом життя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гуревич С. М. Экономика отечественных СМИ (Учебное пособие для вузов) / Семен Моисеевич Гуревич. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 288 с.
2. Дзялошинский И. Медиаобразование: педагогическая технология или школа гражданских коммуникаций? / И. М. Дзялошинский // Медиаобразование: от теории – к практике. Сб. материалов II Всеросс. науч.-практ. конф. «Медиаобразование в развитии науки, культуры, образования и средств массовой коммуникации». Томск, 4–5 декабря 2008. – Томск: НОУ ВПО ТИИТ, 2008, – с. 84–103.

3. Жилавская И. Медиаобразование молодежной аудитории. Монография / И. В. Жилавская. – Томск : ТИИТ, 2009. – 322 с.
4. Иванов В. Массовая коммуникация : монография / В. Ф. Иванов. – К. : Академия украинской прессы, Центр свободной прессы, 2013. – 902 с.
5. Платонова Д. Информационное участие и формы его реализации в СМИ / Д. В. Платонова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика, № 1, 2011. – С. 131–141.
6. Ушакова С. Роль журналистики в развитии медиакультуры аудитории / С. В. Ушакова. // Журналистика и медиаобразование в XXI веке: Сб. трудов I Междунар. науч.-практ. конф. – 2006. – С. 236–238.
7. Фатеева И. Медиаобразование: теоретические основы и практика реализации: монография / И. А. Фатеева. Челябинск: Челяб. гос. ун-т, 2007. – 270 с.

В статье обозначены основные подходы к пониманию журналистской модели медиаобразования, названные ее отличительные черты. Указано, что в инструментарий модели входят косвенные и прямые методы. На основе обобщений составлены преимущества и недостатка исследуемой модели и ее перспективы внедрения в Украине.

Ключевые слова: журналистская модель, медиаобразование, медиа- и информационная грамотность.

The article outlines the main approaches to understanding the journalistic model of media education, names its main features. It is indicated that the model includes indirect and direct methods., the advantages and disadvantages of the model were found, based on the generalizations. The prospects of implementation in Ukraine are summarized.

Key words: journalistic model, media education, media and information literacy.

Приходькіна Наталія,
доцент кафедри педагогіки, управління та
адміністрування Державного вищого
навчального закладу «Університет
менеджменту освіти» Національної академії
педагогічних наук України, м. Київ

НОВІ МЕДІА В ОСВІТІ: СОЦІАЛЬНА МЕРЕЖА FACEBOOK ЯК СУЧАСНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У статті увага акцентується на зміні пріоритетів використання соціальних мереж у житті людини. Авторкою представлені основні аспекти використання можливостей соціальних мереж, зокрема, мережі Facebook для навчання та професійного розвитку сучасного викладача. Зазначено, що використання соціальних мереж в освітньому процесі сприяє обміну інформацією, підвищує мотивацію студентів у освітній діяльності, стимулює розвиток їх творчих здібностей і пізнавальний інтерес.

Ключові слова: заклади вищої освіти, освітнє середовище закладів вищої освіти, Інтернет, соціальні мережі, соціальна мережа Facebook.

Постановка проблеми. Ми живемо в світі, коли навколо нас - суцільні технології. Сьогодні в смартфоні кожного школяра/студента мінімум три канали комунікації. Найвідоміші з них - блоги, віртуальні ігри, де теж можна спілкуватися, соцмережі, спільноти виробництва контенту, спільні проекти, геосоціальні сервіси, новинні агрегатори, онлайн-медіа. Всі ці нові способи комунікації дуже сильно відрізняються від того, що ми знаємо про традиційний світ.

Молоді важко читати довгі тексти, "лонгріди". Фейкові новини, наприклад, тому і популярні, що їх довжина - 40 знаків, які ніхто не хоче перевіряти. Тому важливе завдання - вміти верифікувати інформацію і показувати дітям канали комунікації, яким вони можуть довіряти. І головним верифікатором повинні стати педагоги. Студенти можуть ділитися будь-якими посиланнями, але завдання педагога - давати їм правильний напрямок по контенту, виявляти їх інтереси і давати їм відповідні правильні набори даних - посилання, джерела, бібліотеку. Сучасний педагог обов'язково повинен хоча б кілька годин на тиждень присвячувати Інтернету, новинам, цікавим його студентам, щоб мати можливість постійно підживлювати молоде покоління новими знаннями. Адже для них Інтернет - це природне середовище, і у них навіть рефлекс на те, щоб постійно перевіряти, що відбувається в їх інформаційному просторі. Соціальні мережі - це об'ємний архів інформації, не враховувати і не аналізувати який є, на нашу думку, помилкою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема соціальних мереж в освітньому середовищі набуває все більшої актуальності серед науковців. Варто зазначити, що питаннями соціальних мереж, їх сутнісної ролі в житті людини займається широке коло науковців, зокрема М. Кастельс, В. Буряк, М. Згуровський, М. Соколова, О. Прогнімак, С. Паринов, С. Данилюк, Ю. Вернік, В. Попик та інші. Говорячи про проблему використання соціальних мереж в освітньому середовищі, спостерігаємо тенденцію звуження кола науковців, увазі яким підлягає це питання. Серед авторів, що досліджують питання сутнісної ролі віртуального простору у роботі освітян, науковців

та вихованців, відносимо М.Шварцмана, Є. Бондаренка, О. Власенка, В. Черненко, Є. Ісаєва. Науковці більшою мірою увагу зосереджують на окремих соціальних мережах та загальних властивостях останніх для учасників мережі, не виокремлюючи можливостей використання серед освітян, науковців, учнів, студентів та осіб, спрямованих на саморозвиток. Саме це і стане метою обраної проблеми.

Постановка завдань дослідження. Розкрити можливості використання мережі Facebook у якості освітнього середовища закладів вищої освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інформатизація освіти як один із напрямів Національної стратегії розвитку освіти на 2012-2021 рр., вимагає від сучасного освітянина модерного підходу до процесів, що відбуваються в навчальній аудиторії та за її межами. Такий підхід передбачає не тільки впровадження та використання інформаційних технологій, облаштування комп'ютерних класів, а й безумовно включення освітянина, в так звані, процеси віртуальності, які надають широкі можливості: від найпростішого обговорення теми заданого завдання до напрацювання ідей та розробки нових проектів [5]. Тому актуальним є активне використання засобів комунікації в мережі Інтернет, з метою забезпечення всебічного обміну інформацією: в середині своєї соціальної та навчальної групи, між викладачами і студентами, між керівництвом закладу освіти і студентом. Такими засобами можуть бути віртуальні навчальні середовища, системи, засновані на механізмі wiki, продукти Google, LiveJournal тощо, але на сьогодні все більшої популярності набирають соціальні мережі.

Очолює рейтинг соціальних мереж - мережа Facebook, якій у лютому 2018 року виповнилося 14 років. Facebook - одна з найбільших соціальних мереж в світі. Була заснована в 2004 році Марком Цукербергом і його сусідами по кімнаті під час навчання в Гарвардському університеті - Едуардо Саверіном, Дастіном Московіцем і Крісом Хьюзом. Спочатку веб-сайт був названий TheFacebook і був доступний тільки для студентів Гарвардського університету, потім реєстрацію відкрили для інших університетів Бостона, а потім і для студентів будь-яких освітніх закладів США, які мають електронну адресу в домені .edu. Починаючи з вересня 2006 року сайт доступний для всіх користувачів Інтернету у віці від 16 років, які мають адресу електронної пошти.

24 серпня 2015 року соціальна мережа Facebook вперше переступила поріг з відміткою в мільярд користувачів. «Це означає, що кожен сьомий житель землі використовував Facebook для спілкування з друзями і сім'єю. Це тільки початок для об'єднання всього світу», - написав Марк Цукерберг у своєму блозі [20]. Станом на вересень 2015 року кількість користувачів Facebook досягла рекордної цифри - 1,6 млрд людей. Марк Цукерберг, керівник компанії Facebook Inc, повідомив, що його дітище продовжує лідирувати серед популярних соцмереж [20].

Середньостатистичні дані по цьому сервісу виглядають таким чином: у кожного користувача цього сервісу приблизно 130 друзів, 57 % її користувачів частіше спілкуються в мережі, ніж зустрічаються в реальному житті, і 48% користувачів у віці від 18 до 34 років заходять на цей сервіс відразу ж після того, як прокидаються вранці. Кожні 20 хвилин на Фейсбук поширюється 1 000 000 посилань, розсилається 1484000 запрошень на різні заходи, публікується 1851000 оновлень в статусах користувачів, завантажуються 2 716 000 фотографій, відправляється 2716000 особистих повідомлень і пишеться 10 208 000 коментарів [3].

В Україні ще не надто розповсюджена практика використання соціальних мереж в освітніх цілях. Соціальні мережі розглядаються як середовище для проведення вільного часу, спілкування з друзями та перегляд сторінок не навчального призначення. Але у навчальній діяльності педагога соціальні мережі можна використовувати для вирішення наступних завдань:

- колективно організовувати роботу студентів на парі (та поза навчальною аудиторією), що сприяє співтовариству, набутті досвіду роботи в команді;
- розширювати організацію навчання студентів удома, оскільки можна використовувати навчальний контент в будь-який час доби, не обмежуючись часовими рамками;
- забезпечують розвиток персоніфікованого навчального середовища студента;
- сприяти самостійному навчанню студентів, оскільки кожному студенту необхідно працювати в своєму ритмі;
- здійснюватися неформальне спілкування між викладачем та студентом;
- змінити роль викладача - він припиняє бути просто викладачем, стає помічником, товаришем, наставником;
- створення навчального контенту дисциплін;
- міжнародний обмін досвідом роботи між викладачами.

Аналізуючи досвід використання соціальних мереж у освітній діяльності деяких вчених [2, 5, 6, 7, 8], можна висунути наступні аргументи у користь їх використання в освітніх цілях:

- звичне середовище для студентів;
- це безкоштовно. Не потрібно буде витратити гроші на покупку дорогого програмного забезпечення для збереження даних;
- соціальні мережі мають дуже гарний функціонал, що дозволяє оперативно ділитися зі студентами важливою інформацією;
- найбільш популярні. Основним користувачем соціальних мереж є студенти, тобто аудиторія від 16-19 та від 20-29 років, які найбільше користуються Інтернетом. Якщо на освітні сайти, які використовує викладач для керування освітнім процесом, студенти заходять тільки за необхідністю, то в соціальних мережах вони проводять більшу частину свого часу;
- використовуючи соціальні мережі, студенти опановують пошук-аналіз інформації;
- підвищення зацікавленості у вивченні певної дисципліни. Адже цікавіше шукати та опанувати навчальний матеріал не в друкованому вигляді, а через Інтернет;
- освітній процес не обов'язково переривати на час хвороби студента або викладача. Здійснювати навчальний процес та приймати участь у ньому можна в режимі он-лайн;
- постійна взаємодія студентів з викладачем. Якщо в аудиторії учасники освітнього процесу зустрічаються один-два рази на тиждень, то з використанням соціальних мереж це може відбуватися неодноразово;
- підвищення комунікативних стосунків між студентами, згуртованість колективу групи студентів, набуття досвіду самостійної організації своєї роботи поза аудиторією;
- проведення лабораторних та практичних занять в он-лайн режимі;
- стає можливим спільне (слухача і викладача) створення навчального контенту. Слухачі замість простого споживання інформації створюють повідомлення, дискусії та інші ресурси.

Тому багато освітніх закладів використовують засоби Facebook для публікації новин, збирання інформації, спілкування, залученням абітурієнтів, та надання студентам потрібної інформації, для здійснення наукової діяльності. Крім того, студенти та викладачі використовують безліч додатків Facebook у наукових цілях. Такими додатками є:

- Книги weRead – цей додаток дозволяє ділитися думками про книги, писати свої коментарі та дізнаватися думку інших читачів про книги.

- Flashcards – за допомогою цього додатка можна створювати флеш-карти, які допоможуть вчитися на Facebook.
- DoResearch 4ME – цей додаток призначений для збирання інформації за допомогою тез, інструкцій та багато іншого.
- Study Groups – за допомогою цього додатку можна реалізувати груповий проект. Такий наприклад, як курсова робота тощо.
- HeyMath! – ці міні-фільми пояснюють складні поняття математики, що допомагають студентам краще зрозуміти матеріал.
- SlideShare – це додаток дає можливість створення презентацій для відправки студентам слайд-шоу.
- BookTag – програма пропонує відмінний спосіб поділитися книгами, а також створювати цікаві тести для вивчення.
- Docs – додаток дозволяє створювати та обмінюватися документами Microsoft Office у Facebook.
- Zoho Online Office – користувачі мають можливість зберігати свої документи в Інтернеті, і навіть ділитися ними з студентами і колегами [1].

Усі згадані фактори, безумовно, роблять Facebook потужним інструментом для навчання, враховуючи постійне вдосконалення його можливостей та нескінченний потенціал для використання. Якщо спиратися на наш особистий досвід використання мережі Facebook у процесі підготовки викладачів вищої школи, можна ефективно використовувати такі функції Facebook. Як і будь-яка звичайна програма електронної пошти, Facebook дозволяє студентам обмінюватися приватними повідомленнями. Додаток «Facebook Групи» дає змогу створювати відкриті або закриті групи за інтересами з необмеженою кількістю учасників, проводити дискусії, обмінюватися медіафайлами та надсилати приватні повідомлення [10]. Створюючи навчальну групу у Facebook, викладачі здатні значно підвищити рівень мотивації у групі і надати студентам можливість брати участь у багатоступеневій взаємодії. Встановлено, що Facebook дозволяє кожному студенту виконувати завдання зі швидкістю, характерною для його індивідуальних особливостей, і не залежати від більш здібних студентів [14].

Багато дослідників відзначають безумовно позитивний вплив використання Facebook на всіх етапах навчання. Встановлено, що додаток «Facebook групи» здатний покращити письмо студентів, будучи проміжною ланкою між академічним письмом і спілкуванням та надаючи їм автентичного та персоналізованого контексту [11]. Письмове спілкування засобами Facebook сприяє підвищенню рівня змістовності, складності письмових робіт студентів, забезпечує миттєвий зворотний зв'язок, зменшення кількості помилок і сприяє висловлюванню точки зору, яку вони не здатні висловити в усному мовленні [4]. Facebook може бути особливо ефективним на етапі планування висловлювання та відбору релевантної інформації. Участь у процесі «мозкового штурму» безпосередньо перед власне письмом розвиває критичне та творче мислення. Більшість студентів ПВШ-16-Г1 визнає, що інші учасники групи Facebook допомагають їм краще зрозуміти суть завдання, групові дискусії розвивають критичне та творче мислення, полегшують планування написання есе та інших письмових творів, а коментарі та повідомлення однолітків додають студентам впевненості та додаткової мотивації у навчанні [17].

Розміщення письмових висловлювань у Facebook спонукає студентів до здійснення їх самокорекції. Режим роботи онлайн та значно більша за звичайну навчальну групу аудиторія викликає у студентів почуття глобальної взаємодії і відповідальності за свої письмові твори. Так, згідно з дослідженнями, 90,7% студентів

групи ПВШ-16-Г1 погоджуються з тим, що вони перевіряють матеріали перед їх публікацією у групах Facebook.

Таким чином, перевіряючи ресурси перед публікацією, студенти допомагають викладачам здійснювати їх моніторинг. Використання Facebook у процесі навчання дозволяє поєднувати взаємодії викладач – студент і студент – студент, надаючи можливість викладачам підтримувати зв'язок зі студентами поза навчальною аудиторією і обговорювати завдання, події в університеті, обмінюватися корисними посиланнями тощо.

У соціальних мережах повідомлення відображаються в хронологічному порядку, що, безумовно, є позитивним моментом під час підготовки студентів до заняття, яке базується на матеріалі, попередньо вивченому в аудиторії. Більшість респондентів погоджуються з тим, що читання коментарів інших учасників групи та викладачів сприяє збагаченню їхнього креативного мислення, комунікації, значно покращуючи внаслідок цього вираження власних думок. Крім того, на відміну від звичного для більшості студентів традиційного письма, Facebook забезпечує корекцію орфографії слів. Червона лінія підкреслення вказує на помилку в написанні слова, і студент може вибрати одне із запропонованих слів. Facebook також пропонує додаток «Курси», створений безпосередньо для студентів. Студенти та викладачі можуть створити свій власний курс і запропонувати охочим приєднатися до нього. Цей додаток пропонує багато можливостей для співпраці, обміну інформацією, проведення відеоконференцій та створення коментарів, доступних для всіх учасників групи. Викладач має змогу публікувати різні офіційні дані, такі як адреси електронної пошти, завдання, оголошення, документи та теми для обговорення. Хоча необхідною платформою для навчання володіють і інші види технологій Веб 2.0, такі як, наприклад, дискусійні форуми, більшість студентів надають перевагу спілкуванню саме в мережі Facebook.

За статистикою 42% підлітків США спілкуються в мережі Facebook, відмовляючись від використання стаціонарних телефонів та електронної пошти [12]. Крім того, дослідження свідчать про те, що Facebook активно використовується не тільки студентами, але й викладачами [13]. Все більше коледжів починають використовувати ресурси Facebook для підтримки зв'язку зі студентами, скорочуючи при цьому використання електронної пошти [17]. Водночас ті викладачі, які ще не долучились до нових способів спілкування студентів, ігнорують використання веб-технологій на своїх заняттях, перебувають у режимі «цифрового дисконекту» зі студентами та ризикують безнадійно відстати від сучасних творчих та медіа орієнтованих студентів. Щоправда, повний потенціал мережі та всі можливості її імплементації у освітньому процесі ще підлягають вивченню.

Поряд із численними перевагами використання Facebook має і низку недоліків. Так, не слід забувати, що ця мережа, як і інші засоби онлайн спілкування, сприймаються студентами як такі, що передусім виконують розважальну функцію [18]. У зв'язку з цим дослідники відзначають деякі проблеми, котрі можуть виникнути під час роботи у соціальних мережах. Однією із таких проблем є марнування студентами часу у процесі онлайн ігор, виконання ними різноманітних психологічних тестів, участі у Facebook чатах тощо. Саме через численні додатки на Facebook студенти можуть витратити більше часу, вивчаючи їх характеристики та особливості, будучи нездатними сконцентруватися на власне завданні. Студенти також втрачають багато часу, вивчаючи особисту інформацію своїх друзів у Facebook з метою покращення своїх стосунків у соціальній мережі [15].

Для ефективного вирішення цієї проблеми викладач має бути в ролі мотиватора, спонукаючи студентів до дисципліни та раціонального використання часу на Facebook.

Ще одним можливим недоліком використання платформи Facebook є відсутність зорового контакту і миттєвого зворотного зв'язку. У процесі обміну ідеями та точками зору в мережі Інтернет у студентів іноді виникають труднощі при висловлюванні складних і абстрактних ідей, що може призвести до непорозумінь та неправильного сприймання інформації. Навіть використовуючи Facebook лише в навчальних цілях, студенти піддаються ризику недоречної поведінки та дій з боку інших користувачів Facebook. Більшість учасників мережі надто відкрито відображають свою особисту інформацію, яка може бути переглянута багатьма людьми зі всього світу і використана в їхніх особистих цілях. Таким чином, студенти можуть піддаватися ризику спаму (рекламній інформації) та словесного насильства.

На сьогоднішній день більше третини підлітків зі всього світу мають власну персональну сторінку в соціальній мережі, що свідчить про дуже високий рівень розкриття персональної інформації та внаслідок цього існування високого ризику крадіжок інформації, Інтернет-хуліганства, онлайн переслідування та навіть шантажу [16].

Доступність Facebook сприяє також розвитку психологічної залежності студентів від цього інформаційного ресурсу. Вони легко можуть отримати доступ до мережі за допомогою своїх мобільних телефонів, що породжує нездорову звичку постійно перевіряти свою персональну сторінку на рахунок оновлень та нових повідомлень. Деякі студенти з порівняно невисоким рівнем сформованості мовленнєвої компетентності можуть відчувати дискомфорт та невпевненість стосовно граматичної та змістовної правильності власних повідомлень, які відкриті для ознайомлення для всіх учасників спілкування. Крім того, не всім студентам спілкування засобами Facebook до вподоби – дехто з них вважає цей вид комунікації нудним та повільним, адже вони змушені чекати на зворотний зв'язок від інших учасників групи.

Також, надаючи зворотний зв'язок, учасники дуже часто коментують один і той же аспект роботи, роблячи зв'язок неефективним. Деякі студенти мають упереджене ставлення до Інтернет-технологій взагалі та соціальних мереж зокрема і тому необхідно знайти відповідну стратегію їх залучення до Facebook [16]. При цьому в жодному разі не слід примушувати студентів вступати до соціальної мережі.

Створення, оформлення та редагування онлайн навчальних матеріалів іноді відбирає у викладачів та студентів надто багато часу, внаслідок чого пошук необхідних матеріалів онлайн може бути неефективним. Крім того, нестабільний доступ до мережі Інтернет може спричинити ускладнення у виконанні студентами домашніх завдань. Деякі студенти вважають незручним читання тексту з монітора комп'ютера, надаючи перевагу традиційному читанню. Також деякі несумлінні студенти виконують письмові завдання онлайн шляхом пошуку необхідних відповідей в Інтернеті і функцією «копіювати-вставити» [18].

Попри всі згадані недоліки, пов'язані з використанням соціальних мереж у навчанні, не слід ігнорувати потужний навчальний потенціал цих засобів. Застосування соціальних мереж змінює характер освітнього процесу та ролі його учасників. Якщо на традиційному занятті час міжособистісного спілкування обмежений, то Інтернет-мережі відкривають нові можливості для спілкування не лише з одногрупниками, але й однолітками за кордоном та викладачами на новому особистісному рівні, що, в свою чергу, може позитивно вплинути на стосунки між студентами й викладачем та забезпечити створення сприятливого освітнього середовища. При цьому відповідальність за успіхи в навчанні лягає на студентів, активно залучених до набуття знань та оволодіння навичками та вміннями. Роль викладача не зводиться до

повідомлення інформації – натомість він навчає студентів формувати власні навчальні стратегії та самостійно здійснювати пошук та аналіз необхідних ресурсів.

Особистий досвід використання соціальних мереж в освітньому процесі. Я підписана на безліч освітніх розсилок, на групи або спільноти науково-популярних журналів, курсів по самостійного навчання. Саме Facebook є головним джерелом майже всіх важливих новин особисто для мене. Корисні відео і інформація, посилання на цікаві статті та думки авторитетних людей - все це я відношу до робочих моментів. До того ж, публікація своїх текстів і відео - теж присутні на моїй сторінці.

Як куратор груп ПВШ-16-Г1 та ПВШ-17-Г1, маю можливість постійної взаємодії зі студентами групи в мережі в зручний для них час, що забезпечує безперервність освітнього процесу, з'являється можливість більш детальної організації індивідуальної роботи з кожним із студентів. Крім цього, дискусії, діалоги, полілоги розпочаті під час аудиторних занять, можуть продовжуватися у Facebook. Дані обставини дозволяють студентам більше часу перебувати в процесі обговорення навчальних питань, що забезпечує ретельне освоєння ними матеріалу і активну позицію студента у процесі.

Інформаційна підтримка навчального курсу в соціальній мережі дає можливість студентам, які пропустили заняття, не випадати з освітнього процесу, брати участь в обговореннях і виконувати завдання вдома. Для швидкого обміну повідомленнями в мережі є служба миттєвих повідомлень, де студенти можуть задавати мені запитання і обговорювати окремі завдання. Мультимедійність комунікативного простору полегшує завантаження і перегляд на сторінці групи відео- і аудіоматеріалів, інтерактивних додатків.

Є можливість завантаження та обмін фотографіями, які студенти роблять протягом сесій. Перед кожною сесією я завантажую на сторінку нашої групи розклад, повідомляю про зміну аудиторії, завантажую матеріали для проходження практичної підготовки та стажування, асистентської практики тощо. Також, як для куратора, дуже зручним є те, що я бачу, коли у студента День народження, є можливість привітати. Також є можливість вирішувати дискусійні питання у будь-який час доби (оскільки студенти не завжди наважуються зателефонувати куратору після 21 години). Дуже зручно є те, що група є закритою для інших користувачів мережі Facebook.

Отже, створення та управління спільнотою студентів у Facebook дозволяє мені вирішити такі завдання:

1. Створення колективної бази знань, освітніх послуг з системою пошуку і підпискою. Студенти груп ПВШ отримують можливість прямого спілкування і обговорення якості освітнього процесу.

2. Створення ефективних інструментів управління доступом до інформації про останні новини Інституту менеджменту та психології УМО, свіжі навчальні матеріали, заходи і плани.

3. Проведення маркетингових і рекламних акцій для презентації навчальних матеріалів, послуг нашого ННІМП та кафедри педагогіки, управління та адміністрування (займаюсь адмініструванням сторінки кафедри педагогіки, управління та адміністрування у мережі Facebook).

6. Створення механізму збору та аналізу зворотного зв'язку. Служба підтримки студентів отримує можливість відстеження питань і проблем, що найчастіше виникають.

Висновки. На основі вищеописаного можна зробити висновок про те, що використання соціальних мереж в освітньому процесі сприяє обміну інформацією, підвищує мотивацію студентів у освітній діяльності, стимулює розвиток їх творчих здібностей і пізнавальний інтерес. Ці чинники позитивно впливають на формування

компетентностей студентів. Отже, соціальні мережі можуть стати повноцінною освітнім середовищем, де кожен бажаючий може не тільки провести час, просто переглядаючи стрічки новин і сторінки друзів, а й отримати масу знань у зручний для себе час і в комфортній обстановці.

Виокремивши переваги використання мережі Facebook як освітнього середовища закладів вищої освіти, вважаємо за доцільне в подальших розробках звернути увагу на загрози, які можуть бути при використанні віртуального простору в освітніх цілях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Блог викладача інформатики [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://viklad.blogspot.com/2012/02/Facebook.html>.
2. Бодненко Д. М. Использование социальной сети Facebook для обучения будущих журналистов / Д. М. Бодненко, Д. О. Яценко, Я. О. Борщ // Науковий вісник інноваційних технологій. - № 1. - 2012. - С. 29-35
3. Дяченко В. Нова віра. Соцмережі змінюють схеми спілкування українців [Електронний ресурс] / Віталій Дяченко // Кореспондент. - Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/journal/1331433-korrespondent-nova-vira-socmerezhi-zminyuyut-shemi-spilkuvannya-ukrayinciv>
4. Клименко О. А. Социальные сети как средство обучения и взаимодействия участников образовательного процесса / О. А. Клименко // Теория и практика образования в современном мире: материалы междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). — СПб.: Реноме, 2012. — С. 405-407.
5. Клименко О. А. Социальные сети как средство обучения и взаимодействия участников образовательного процесса / О. А. Клименко // Теория и практика образования в современном мире: материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, февраль 2012 г.). — СПб.: Реноме, 2012. — С. 405-407.
6. Радченко М. В. Освітній потенціал соціальних мереж як складової інформаційно-освітнього середовища [Електронний ресурс] / Радченко М. В. - Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/konfer35/726.pdf>.
7. Саттарова О. Е. Использование социальной сети в учебном процессе фармацевтического вуза [Електронний ресурс] / О. Е. Саттарова, Т. И. Ярыгина, Г. Г. Перевозчикова. - Режим доступу - <http://www.science-education.ru/109-9492>.
8. Тверзовська Н. Т. Роль та місце соціальних мереж у формуванні освітньо-інформаційного середовища аграрних університетів [Електронний ресурс] / Н.Т. Тверзовська, С. М. Мигович. - Режим доступу : http://www.mnau.edu.ua/files/02_02_01_10/mygovich/2012-mygovich-rmsm.pdf.
9. Феценко А. В. Социальные сети в образовании: анализ опыта и перспективы развития / А. В. Феценко // Открытое дистанционное образование. - N3 (43). - 2011 г. - Томск : ТГУ, АСОУ, 2011. - С. 44 - 49.
10. Щербаков О. В. Соціальна мережа для підтримки навчального процесу у ВНЗ / О. В. Щербаков, Г. А. Щербина // Системи обробки інформації: зб. наук. праць. / М-во оборони України, Харк. ун-т Повітр. Сил ім. Івана Кожедуба. – 2012. – Вип. 8 (106) : Проблеми і перспективи розвитку ІТ-індустрії. – С. 159-162.
11. Mazer J. P. I'll see you on 'Facebook': The effect of computer-mediated teacher self-disclosure on student motivation, affective learning and classroom climate / J. P. Mazer, R. E. Murphy, C. J. Simonds – Communication Education. – 2007. – Vol. 56. – 15 p.
12. Pempek T. A. College Students' Social Networking Experiences on Facebook / T. A. Pempek, Y. A. Yermolaeva, S. L. Calvert – Journal of Applied Developmental Psychology. – 2009. – 230 p.
13. Selwyn N. Faceworking: exploring students' education-related use of Facebook / N. Selwyn – Learning, Media and Technology. – 2009. – 160 p.

14. Yunus M. M. The effectiveness of Facebook groups on Teaching and Improving Writing: Students' perceptions / M. M. Yunus, H. Salehi. – Journal of Education and Information Technologies. – 2012. – 90 p.

With the popularity of social networking has become convenient to use them for training purposes. The article discusses social networks as an effective tool with a wide range of features and applications in modern education. The paper considers an innovative approach to improving the quality of education by introducing a social network Facebook in the educational process.

Key words: *students, modern education, social networks, learning environment, social network Facebook.*

В статье внимание акцентируется на изменении приоритетов использования социальных сетей в жизни человека. Автором представлены основные аспекты использования возможностей социальных сетей, в частности, сети Facebook для обучения и профессионального развития современного преподавателя. Отмечено, что использование социальных сетей в образовательном процессе способствует обмену информацией, повышает мотивацию студентов в образовательной деятельности, стимулирует развитие их творческих способностей и познавательный интерес.

Ключевые слова: *высшие учебные заведения, образовательная среда высших учебных заведений, Интернет, социальные сети, социальная сеть Facebook.*

КОМУНІКАЦІЙНА МЕДІАПЛАТФОРМА У КОНТЕКСТІ ІМІДЖУВАННЯ

У статті зацентовано увагу на актуальності конструювання іміджу країни з урахуванням специфіки висвітлення матеріалів у ЗМІ на тему релігії та віросповідання. Окреслено вплив тематики на формування свідомості громадян з урахуванням релігійної приналежності, економічного, політичного розвитку, культурних особливостей, менталітету. Розглядаємо авторитет церков та лідерів думок – священників заохочувати до успішного просування іміджу України у ЗМІ. Акцентуємо на фаховій спеціалізації журналістів. Релігія у медіа є одним із інструментів впливу на аудиторію, підсилення догми політичного життя суспільства за умов розуміння вузькоспеціалізованих інституцій журналістами – матеріали у ЗМІ будуть фаховішими й дієвішими в інтересах розвитку морально здорової нації.

Ключові слова: імідж, медіа, преса, релігія, паломництво, комунікації, фаховість.

Актуальність. Творення іміджу – процес неперервний, щоденний, це стиль і спосіб життя кожного, що в сукупності створює історію і репутацію. Творення іміджу держави починається з родин українців, з виховання. Інформаційно-технологічно медіа лише віддзеркалюють дійсність з використанням рекламних та PR-технологій, розставляючи акценти при подачі матеріалу. До процесу творення іміджу залучено: державні структури, органи влади, приватні, державні і незалежні, вітчизняні та зарубіжні ЗМІ, неурядові громадські організації і фонди, що діють на території країни і за кордоном, релігійні організації і об'єднання, фахівців зі зв'язків з громадськістю і всіх громадян.

ЗМІ створюють особливе соціальне і культурне середовище, здатне впливати на аудиторію, формувати суспільну думку, імідж держави. Науковці і практики Л. Губерський, В. Іванов, Г. Почепцов, Т. Іванова, М. Дорошко, А. Гальчинський, П. Кривонос, А. Гулієв, В. Коцаба, Е. Галумов, А. Рамов, політики і дипломати Х. Клінтон, В. Горбулін, Г. Удовенко, А. Зленко та ін. виходили з різних уявлень про сутність іміджу, масову комунікацію, процеси сприйняття інформації та закономірності формування громадської думки. Питання формування іміджу держави актуальне й не вирішене, немає єдиного алгоритму творення іміджу, а час потребує нових ефективних наукових методів і рішучих практичних кроків. У даному дослідженні розглядаємо роль церкви, значення релігійних та паломницьких заходів для формуванні іміджу держави. Взаємодія релігії і політики - одна з найскладніших тем сучасності, що має складову моральну, політичну, правову, економічну, світоглядну. Церква має значний вплив на свідомість громадян, тому релігійність політика істотно впливає на результат роботи щодо творення його іміджу у масах. Саме тому, звертаючись до аудиторії з меседжами, спрямовуючи до високих цілей, програмуючи виборців на позитивне сприйняття кандидатури і високий рівень довіри, політики та іміджмейкери часто вдаються до релігійних важелів впливу. Серед основних інструментів формування і просування іміджу трюїзм (поєднання політики і релігії) - очевидний і дієвий. Створення інформаційних приводів, пов'язаних із діяльністю громадських діячів із залученням церковних атрибутів, приуроченням заходів до пам'ятних дат тощо, здебільшого мотивується бажанням продемонструвати свою духовність, законослухняність і

кришталеву чесність, щоб збільшити свій електорат. Ставлячи таку високу духовну планку, чи готовий політик у повсякденному житті дотримуватися Заповідей Божих, бути чесним з виборцями і діяти за Біблійними заповідями? Наслідки нехтування заявленого способу життя – втрата рейтингу, іміджу, довіри виборців. Імідж відображає соціальні очікування певної групи, зокрема віруючих і паломників, прихильників певного релігійного напрямку. З аналізу наукових досліджень випливає, що імідж - це результат обробки інформації [1]. Споживачі інформації підсвідомо обирають емоційно-забарвлений імідж. Тема релігії особлива, делікатна для кожного і саме тому до висвітлення цієї тематики у ЗМІ треба підходити зі знанням не лише журналістського фаху, а й релігійних законів.

У всі часи у політичних кампаніях намагалися залучати церкву до підняття рейтингів потенційних лідерів нації, (кандидатів). Формування іміджу політика у ЗМІ за допомогою релігійних важелів впливу та паломницько-церковних заходів надзвичайно дієве, це ефективний інструмент для іміджмейкерів. Його ефективність беззаперечна за умов відповідності об'єкта іміджу заявленим постулатам і способу життя у повсякденному побуті «без краватки». Іміджмейкери, прагнучи відбілити репутацію політика або створити її з чистого листа, залучають найбільш впливові методи впливу на свідомість широкої аудиторії. Науковці-практики у своїй діяльності намагаються дати відповідь на питання: чому іміджмейкери вдаються до асоціативного, стереотипної побудови іміджу свого клієнта, пов'язуючи образ з релігією, вірою, з духовними цінностями громади? У 2010-2018 рр., в умовах тотальної зневіри аудиторії у політичних діячах і недотримання обіцянок, чи не єдиним джерелом віри й правди є церква і її служителі. За рахунок іміджу церкви і святинь, шляхом інформаційної адаптації свого об'єкта іміджмейкери, із залученням ЗМІ, фахово формують образ лідера, впливають на формування громадської думки. Завдання політика - втримати довіру громади, тримати планку. Зафіксовано кілька конфліктних ситуацій, коли священнослужителі, демонструючи свою прихильність політикам, завдали шкоди власній репутації і іміджу політика, котрого хвалили. Звернемося до історії: у розпал Євромайдану, 22 січня 2014-го, в ході урочистої проповіді в Києво-Печерській Лаврі, владика Павло, колишній член Партії регіонів, звернувся до президента Віктора Януковича і запевнив його у своїй прихильності та абсолютній підтримці. «Сьогодні ви несете важкий хрест, і Церква з вами сьогодні до кінця, подібно до того, як Симон Киринейський допомагав нести Хрест Христа на Голгофу», - заявив митрополит. Таке порівняння Януковича з Ісусом обурило як громадськість, так і представників українського духовенства. Зокрема, настоятель Української греко-католицької церкви, кардинал Любомир Гузар, в своєму коментарі пресі заявив, що владика Павло явно перегнув палицю [1]. Зазначимо, що конфліктні матеріали в українських ЗМІ здебільшого пов'язані саме з окремими священниками, і до речі, у позитивному контексті лідирують як незалежні експерти саме священнослужителі, чиї імена асоціюються з існіною. Аудиторія довіряє незаангажованим персонажам – щирим і віданням своїй справі – служінню Богові. Аналізуючи недійний простір України 2014-2017 рр., можемо зробити узагальнений висновок, що лідером думок вважається Президент Українського Католицького Університету Владика Гудзяк, котрий говорить про те, яким ма бути лідер сьогодення, як пережити кризу лідерства, поєднати людину і технологію, як постав УКУ, а також про швидкоплинність життя, втому, і те, як пережити розчарування. «Це означає, що лідер повинен справді глибоко змінювати людей, спільноти і суспільство, він повинен працювати безкорисливо та бути готовим на жертву. Ми бачили, як герої Небесної сотні змінили нашу країну: пішли вперед та своєю абсолютно безкорисливою жертвою змусили «організм» країни видалити певну пухлину. Це був неймовірний, таїнственный

і парадоксальний момент. Не кожен із нас щодня покликаний віддавати своє життя. Але ми покликані ділитися і віддавати. Не захоплювати. І лідерів варто завжди думати, чого він справді прагне і яка його мета. І коли цією метою є Бог та люди, коли це не самозосереджене «я будую собі п'єдестал, свій маєток, свою владу», така поведінка провадить до успіху й створює процес, що стає життєдайним для багатьох» [2].

Проведене дослідження тематики у ЗМІ в період з 2004 по 2018 рр. доводить, що релігійна складова домінує серед пріоритетів українців. Духовні лідери, їх заяви і вчинки є невід'ємною складовою формування державного іміджу. На думку Третього предстоятеля Української православної церкви Київського патріархату українського православного архієрея Святійшого Патріарха Київського і всієї Руси-України Філарета: «Кожна влада від Бога. Буває влада по волі Божій – добра влада, яка служить народу. А буває влада по попущенню Божому - вона зла... Якщо говорити конкретно про нашу владу... Люди обирали її. Бог дав кожному свободу, можливість обирати. Влада залежить від людей, від відповідальності кожного...». Філарет вважає, що випробування, які нас спіткали, – це очищення. І ми його обов'язково пройдемо. Адже Бог завжди на стороні правди [3, с.3]

Церква не може стояти осторонь від політичної ситуації, тому що політичні ігри стосуються кожного учасника суспільного процесу. Будь-які конфлікти у релігійному середовищі мають негативний вплив на імідж держави в цілому. Дипломатичність духовенства дуже важлива в униканні публічних суперечок. «Блаженніший митрополит Володимир тримав курс на збереження миру в УПЦ (МП), даючи можливість спілкуватися в лоні цієї Церкви як прихильникам автокефалії, так і тим, хто ще тримається духовної єдності з Московським патріархатом. Попри це, він багато зробив для того, щоб УПЦ українізувалася, відновлювала свою правдиву історію, розвивала українське богослов'я» [4, с.1].

Фахівці працюють над іміджем, а над собою має працювати сам кандидат-політик (громадський діяч). Якщо ж реальний образ не відповідає заявленому, то краще вести «закритий спосіб життя». Саме тому, щоб не схибити перед аудиторією, «ховаються» деякі політики за релігію, проповідуючи віртуальні принципи скромності. Це правило досить цинічне, але воно дієве.

Паломницько-релігійні заходи - це публічні зібрання і інформаційні приводи, пов'язані з подіями релігійного життя, участь відомих осіб у релігійних проектах. Ідеться, зокрема, про державні і церковні свята, залучення священиків до заходів світського життя, пізнавально-історичні екскурсії, паломницькі тури, відвідування святинь і святих місць тощо. Використання релігійних здобутків для підсилення іміджу політика сприяє розширенню його сфери впливу, налагодженню дипломатичних зв'язків не лише на внутрішньому, а й закордонному інформаційному просторі.

За результатами опитування соціологічної групи «Рейтинг» на замовлення Міжнародного Республіканського Інституту за фінансової підтримки Уряду Канади [5], проведеного по всій території України (крім Криму і Донбасу) з 28 вересня по 7 жовтня 2016 р., із 2400 громадян України, котрі мають право голосу на виборах, діяльність Верховної Ради не підтримують 87% опитаних, 79% - не підтримують роботу уряду, а роботою Петра Порошенка незадоволені 74%. Повністю схвалює діяльність нардепів лише 1%, ще 7% заявили, що вони «скоріше схвалюють» роботу народних обранців, аніж ні. 5% - не змогли визначитися, а решта ж до роботи парламенту поставилися негативно [6].

За таких обставин іміджмейкери та медіа фахівці могли б звернутися для формування іміджу лідерів до заходів із використанням паломницько-релігійних важелів [7].

Наразі можемо сказати, що домінуючою у суспільстві є довіра більшості громадян саме до релігійних лідерів думок. Відроджується традиція релігійного виховання у родині; вплив релігії виявляється у сімейному житті, торкається кожної сфери, українці дадалі частіше віддають дітей до недільних церковних шкіл, дбають про дотримання традицій (Великодня, Різдва, тощо...). Відродження релігії набуло секулярного характеру (тобто церква діє за принципом ринкових законів - відповідати соціально прийнятним нормам та очікуванням мас, залучити максимум прихожан у свій храм в умовах конкуренції між конфесіями). Сьогодні релігія вийшла за межі церкви, і все це обмежує можливості впливу на широку аудиторію, навіть священники пішли у політику в прагненні самореалізації у власній інституції [8].

Висновки. Виокремлюємо наступне: домінуючою у суспільстві є довіра та шана до релігійної інституції. Відродження релігії набуло секулярного характеру, тобто церква діє за ринковими законами – прагне залучити максимум прихожан, священники йдуть у політику. Виражена економічна нестабільність та соціальна нерівність - основний фактор, що породжує недовіру до уряду й до ЗМІ. Індокси довіри перебувають у вільному падінні. Аудиторія не довіряє офіційним інституціям, а покладається лише на власну інтуїцію і висновки, отримані під час обговорення певної ситуації з родичами або друзями у соціальних мережах. Згідно з проведеними спостереженнями та опитуваннями, - найвищий рівень довіри мають релігійні організації та соціальні медіа. Однак єдиного алгоритму поєднання політики й релігії досі немає. З метою активізації роботи, спрямованої на поліпшення іміджу держави, слід більше уваги приділяти інформаційно-комунікаційним технологіям, державній інформаційній політиці, проведенню масштабних заходів та акцій, залученню паломників з усього світу до святинь України. Релігійні маркери у сучасній медіакультурі посідають чільне місце: церковні лідери беруть активну участь у політичному житті держави, виступаючи експертами у різних сферах. Моральні принципи набирають обертів і ваги у формуванні іміджу певних об'єктів. Релігійна тематика має місце у світському житті, у сучасних телевізійних серіалах та кінострічках і навіть кібер-культурі, психологічних тренінгах лідерства. Конфесійна приналежність об'єкта іміджу, його духовна ідентичність є матеріалом для формування його репутації у контексті сучасної політичної культури. Матеріали, що підтверджують його духовність, є джерелом інформації для ЗМІ. Практичне застосування матеріалу даного дослідження передбачає використання рекомендацій у професійній діяльності іміджмейкерів, PR- і політтехнологів, журналістів, фахівців сфери соціальних комунікацій і науковців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конфликты с прессой и тяга к красивой жизни: главные скандалы с участием наместника Лавры Павла [Електронний ресурс] // Обозреватель. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://obozrevatel.com/politics/94038-namestnik-kievo-pecherskoj-lavryi-pavel.htm>.
2. Ласкін О. резидент Українського Католицького Університету, Владика Борис Гудзяк [Електронний ресурс] / Олександр Ласкін // Insight LvBS Inside. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://lvbs.com.ua/uk/news/1015>.
3. Підвезяний М. Патріарх Філарет: «Перемога буде за нами, бо Господь завжди на стороні правди». [Електронний ресурс] / М. Підвезяний, Р. Сокол, М. Глуховський // Главред. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://glavcom.ua/interviews/127869-patriarh-filaret-peremoga-bude-za-nami-bo-gospod-zavzhdi-na-storoni-pravdi.html>.

4. Ректор Ужгородської української богословської академії імені святих Кирила і Мефодія та Карпатського університету ім. Августина Волошина архимандрит Віктор (Бедь) [Електронний ресурс] // Укрінформ. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrinform.ua/>.
5. Дослідження [Електронний ресурс] // Соціологічна група «Рейтинг» К. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://ratinggroup.ua/research/ukraine/obschestvenno-politicheskie_nastroeniya_naseleniya_oktyabr_2016.html
6. Результати опитування [Електронний ресурс] // TV Інформаційний портал 24. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: http://24tv.ua/skilki_ukrayintsiv_ne_pidtrimuyut_nardepiv_tsifra_vrazhaye_n743772
7. Чекалюк В.В. Формування іміджу України у ЗМІ [Текст] : монографія / Чекалюк Вероніка Василівна ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. - Київ : Академія Української преси : Центр вільної преси, 2016. - 355 с. : іл. - Бібліогр.: с. 316-353.
8. Чекалюк В. В. Формування іміджу політика у ЗМІ за допомогою релігійних важелів впливу та паломницько-церковних заходів / В. В. Чекалюк. // Український соціум та медіа: динаміка взаємодії (2010 – 2015 рр.) : матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції [наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова] – К. : Інститут журналістики, 2015.. – 2015, с.154

The article focuses on the actuality of constructing of the country's image with taking into account the specifics: religious affiliation, economic and political development, cultural features, and mentality. We offer the authority of churches and priests - opinion leaders to encourage successful promotion of the image of Ukraine. Religion in media is one of the tools of influence on the audience, strengthening the dogma of the political life of society.

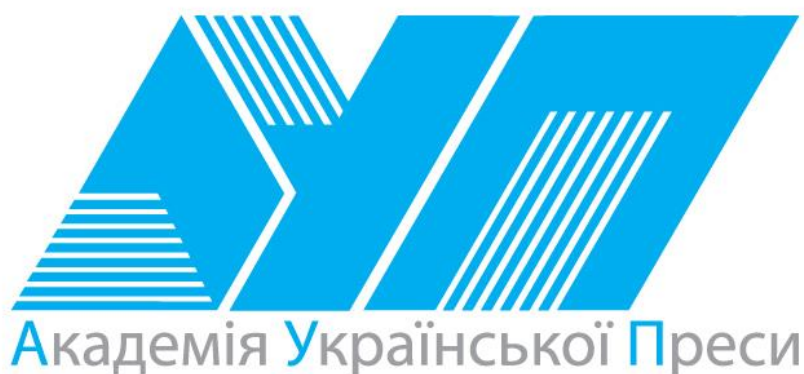
In the article, we emphasize that it is worth to consider the powerful religious base, because Ukraine is a religious Mecca, when correctly positioned in the world media, it will be perceived as a holy land - Jerusalem. We propose to use proven world-wide advertising and communication technologies, technologies of media branding, with the purpose of purposeful informing and encouraging potential pilgrim-tourists to visit Ukraine. Broadcasting a brand in the context of religious-pilgrimage activities through mass media gives a positive effect in terms of emotional coloration of information, contributes to improving the image of the state in the eyes of every citizen.

We anticipate the effective use of findings by scholars and practitioners in the field of PR, social communications, political science, psychology, religious studies and media. Religious markers in modern media culture are prominent: church leaders take an active part in the political life of the state like experts in various spheres. Moral principles gain momentum and weight in shaping the image of certain objects. Religious themes take place in secular life, in modern television series and films, and even in cyber-culture, psychological leadership trainings. Confessional affiliation of an object of the image, its spiritual identity is a material for the formation of its reputation in the context of contemporary political culture. The materials confirming its spirituality are a source of information for the media. Practical application of the material of this study involves the use of recommendations in the professional activities of image

makers, PR- and political technologists, journalists, specialists in the field of social communications and academics.

Key words: *image, media, press, religion, pilgrimage, communication.*

Макет – Юлія Гуза
Обкладинка – Євген Цимбаленко



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

Загальне бачення: АУП постає незалежною організацією, яка інспірує ключові ініціативи в сфері медіаосвіти та перекваліфікації журналістських кадрів в Україні, сприяє поширенню медіаграмотності та європейських стандартів журналістики, якісно інформуючи суспільство за допомогою досліджень, навчання та публікацій фахових видань.

Місія Академія української преси сприяє поінформованому та критичному споживанню медіа українським суспільством та дотриманню стандартів соціально-відповідальної журналістики в Україні.

Контакти:

Академія української преси

тел. (044) 223 73 11

e-mail: info@aup.com.ua

Сайт: <http://aup.com.ua/>

Портал «Медіаосвіта та медіаграмотність»: <http://www.medialiteracy.org.ua/>

Сторінка на Facebook: <https://www.facebook.com/aupfoundation>



Академія Української Преси

Міжнародний благодійний фонд «АКАДЕМІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ»

International Charity Fund «ACADEMY OF UKRAINIAN PRESS»

+38 044 223 73 11

www.aup.com.ua, www.medialiteracy.org.ua

www.facebook.com/aupfoundation

info@aup.com.ua