

# Збірник статей Восьмої міжнародної науково-методичної конференції *«Критичне мислення в епоху токсичного контенту»*

**З-41 Збірник статей Восьмої міжнародної науково-методичної конференції «Критичне мислення в епоху токсичного контенту». – Київ : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2020. – 494 с.**

ISBN 978-966-2123-74-6

*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 статті учасників Восьмої 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 впровадження медіаосвіти; про медіаграмотність як педагогічну компетенцію. Видання уможлиблює 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.***

# ЗМІСТ

Передмова.....	9
----------------	---

## I. ТЕОРЕТИЧНІ Й СВІТОГЛЯДНІ ЗАСАДИ МЕДІАОСВІТИ

### Ольга Гарматій

Критичне мислення як ключова компетенція медіаграмотності.....	11
--	----

### Михайло Коропатник

Нова українська школа: чи потрібна педагогам та учням інформаційно-комунікаційна компетентність? .....	17
--	----

### Олександр Мокрогуз

Критичне мислення в контексті медіаосвіти.....	26
--	----

### М. Герасимович

Медіаосвіта в Україні як чинник на шляху становлення інформаційного суспільства.....	30
--	----

### Вікторія Чуркіна, Вікторія Федоренко

Конвергентність та мультмедійність медіа в XXI столітті.....	34
--	----

### Ксенія Кудрявцева

Динаміка поширення фейків в соціальному просторі.....	38
---	----

### Олена Зіненко

Візуальний сторітелінг як інструмент медіаграмотності .....	42
---	----

### Людмила Іваненко, Наталія Барішовець

Медіаграмотність як пріоритетний напрямок розвитку інформаційної компетентності у суспільства.....	47
--	----

### Ольга Головка, Олександр Баранов

Безпека медіапростору в умовах цифрових трансформацій: законодавчі ініціативи чи інформаційна культура? .....	52
---	----

### Надія Компанієць

Розвиток особистості в епоху тосичного контенту.....	58
--	----

### Вячеслав Прилюк

Фейкування і спотворення мови.....	63
------------------------------------	----

### Вікторія Вронська

Психологічне здоров'я сучасної особистості.....	67
---	----

## II. МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ДОШКІЛЬНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

### Тетяна Чашка

Формування медіатворчості у дітей середнього дошкільного віку шляхом залучення їх до медіадіяльності .....	74
--	----

### Людмила Швайка, Інна Молодушкіна, Олена Тарасова

Педагогічні орієнтири розвитку критичного мислення сучасних дошкільників: шпаргалка для дорослих .....	84
--	----

**Наталія Дев'ятко**

Деформації світогляду дитини дошкільного віку засобами художніх творів  
.....88

### **ІІІ. МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ**

**Оксана Волошенюк, Олег Чорний**

Візуальна грамотність у Новій українській школі.....98

**Світлана Митнік**

Шляхи формування навичок інфо-медійної грамотності учнів початкових класів у сучасному освітньому середовищі .....105

### **ІV. МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У ЗАГАЛЬНІЙ СЕРЕДНІЙ ОСВІТІ**

**Людмила Дубина**

Плагіат в закладах загальної середньої освіти в Україні: причини існування та рекомендації щодо подолання..... 110

**Ніна Яременко**

Медіаграмотність як умова ймовірної кібербезпеки учнів старшого підліткового віку ..... 115

**Ольга Сирцова, Марина Дашко**

Уміння запобігати інтернет-загрозам як складова критичного мислення учнів .....124

**Максим Кокадей**

Усвідомлення гендерних особливостей критичного мислення митця крізь призму мовлення дійових осіб: на основі драми-феєрії Лесі Українки «Лісова пісня» ..... 133

**Наталія Карук, Тетяна Локойда, Наталя Шелехова**

Інтеграція елементів медіаосвіти в предмети філологічного циклу з метою розвитку критичного мислення школярів.....137

**Олеся Слижук**

Сучасний підліток і художній твір: комунікація крізь призму медіа .....149

**Марія Астахова**

Розвиток навичок критичного мислення, інформаційної безпеки та протидії маніпуляції в рамках підвищення кваліфікації вчителів, що викладають курс «Громадянська освіта» ..... 155

**Світлана Пилипчук, Аліна Скапа**

Впровадження медіаосвіти на уроках української мови та літератури .....160

**Олена Семенов**

Медіакультура вчителя-словесника: теорія і практика формування у вищій школі .....167



## **Лариса Овсяннікова, Олена Суховерхова**

Використання медіаосвітніх вправ у проектній діяльності на уроках англійської мови в ЗПТО та ЗЗСО .....174

## **Антоніна Воробйова**

Медіаграмотність учнів під час роботи з художнім текстом на профільному етапі гуманітарної підготовки .....180

## **Наталія Міщук, Галина Жирська, Алла Степанюк**

Медіаграмотність у структурі професійно-методичної компетентності вчителя біології .....186

## **Світлана Карпик**

Впровадження основних методів і прийомів технології критичного навчання на уроках історії та суспільствознавчих дисциплін.....193

## **V. НАСКРІЗНА МЕДІАОСВІТА В ОСВІТНЬОМУ ЗАКЛАДІ**

### **Андрій Єлькін**

Модель шкільного медіахолдингу Запорізького НВК №19 (базової школи Всеукраїнського експеримента) як форма масової медіаосвіти школярів .....200

### **Тетяна Мотуз**

Використання потенціалу інтернет-ресурсів для створення позитивного іміджу закладу освіти .....209

### **Ірина Земелько**

Медіаосвіта: практики впровадження в аспекті формули нової школи.....213

### **Олена Хобта**

Діти і YouTube: основні ризики, викликані переглядом дитячого контенту відеохостингу .....218

### **Анжеліка Бабич**

Комунікаційні здібності вихованців студії «ЮН-ПРЕС» як індикатор медіаграмотності .....226

### **Інна Червінська**

Медіаграмотність педагогів гірських шкіл регіону українських Карпат у контексті викликів сьогодення.....231

### **Валерій Коваленко**

Цифровізація експериментального закладу загальної середньої освіти ...237

### **Ірина Срібна**

«Школа медіаграмотності» для шкільних бібліотекарів, або мультиплікація медіаосвіти бібліотечними засобами .....244

### **Наталія Дзюба**

Бібліотека для дітей – територія інформаційної безпеки.....248

### **Лариса Лисенко**

Бібліотека – важлива ланка медіаосвіти .....253

### **Тетяна Махиня**

Комунікації закладу загальної середньої освіти у соціальних мережах: переваги, проблеми та можливості .....256

<b>Ірина Сорока, Іванна Дашкель</b>	
Глокалізація навичок критичного мислення в закладах освіти .....	265
<b>Лариса Дяченко</b>	
Медіаосвіта крізь призму критичного мислення учасників освітнього процесу.....	269
<b>Тетяна Шкуринська</b>	
Розвиток м'яких навичок шляхом інтеграції медіаграмотності в освітній процес .....	273
<b>Сергій Іванов</b>	
Ресурсні центри як модель упровадження медіаосвіти .....	277

## VI. МЕДІАСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У ВИЩІЙ ОСВІТІ

<b>Ліна Анищенко</b>	
До питання профілактики медіатравматизації педагогів .....	282
<b>Галина Єрко, Тетяна Жалко</b>	
Медіаграмотність як складова циклу дисциплін гуманітарної та соціально-економічної підготовки у закладах вищої освіти: методичні аспекти .....	286
<b>Вікторія Герман</b>	
Формування критичного мислення майбутніх учителів під час вивчення курсу «Типологія помилок».....	294
<b>Ольга Зима</b>	
Формування у студентів-журналістів медіакомпетентностей .....	301
<b>Ольга Жорнова, Олена Жорнова</b>	
Здатність до вирізнання токсичного контенту як відповідність рівня цифрових компетентностей викладачів закладів вищої освіти потребам українського суспільства .....	306
<b>Олена Аксьонова, Олена Зіненко</b>	
Досвід інтегрування інструментів медіаграмотності у навчальний процес технічного ЗВО .....	311
<b>Ніна Курмишева</b>	
Інфомедійна грамотність у педагогічній суб'єкт-суб'єктній взаємодії .....	315
<b>Оксана Кравченко</b>	
Особливості професійної підготовки майбутніх вчителів суспільних предметів до втілення медіаграмотності .....	319
<b>Світлана Ізбаш, Олена Пачина</b>	
Андрагогічний підхід до формування медіаграмотності у майбутніх магістрів освіти засобами онлайн-сервісів.....	323
<b>Наталія Пономаренко</b>	
Формування мовленнєвої компетентності студентів спеціальності 061 журналістика за допомогою технології розвитку критичного мислення.....	330

**Марина Ячменик, Надія Кириленко**

Формування медіаграмотності майбутніх учителів-словесників (на прикладі роботи наукових гуртків Сумського педагогічного університету імені А. С. Макаренка) .....334

**Ірена Сніховська**

Формування інфомедійної компетентності студентів вищих навчальних закладів.....338

**Оксана Залюбівська**

До розробки програми вибіркової дисципліни «Медіаграмотність та критичне мислення» на засадах міждисциплінарного підходу .....343

**VII. МЕДІАОСВІТА І МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У ЗАКЛАДАХ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ПЕДАГОГІЧНОЇ ОСВІТИ І В САМОСВІТІ ВЧИТЕЛЯ**

**Вікторія Лобода, Лариса Петрова**

Інноваційний підхід до формування медіаграмотності освітян Сумщини..... 351

**Тетяна Разводова**

Медіаграмотність як основна компетенція сучасного педагога .....356

**Олена Цогла**

Медіаграмотність освітян – потреба сучасного суспільства .....360

**Володимир Чуприна**

Медіакомпетентність як складова професійної компетентності вчителя .... 365

**Дарія Лукьяненко**

Медіаграмотність як складова професійної компетентності вчителя зарубіжної літератури .....369

**Лариса Петрова, Оксана Подліняєва**

Модель розвитку інформаційно-цифрової компетентності педагогів на основі мережевої взаємодії в системі післядипломної освіти.....374

**Лія Олійник**

Хмарні технології як засіб підвищення медіаграмотності педагогів початкової школи.....384

**Тетяна Устименко**

Стратегії набуття інфомедійної грамотності в післядипломній педагогічній освіті.....393

**Лариса Мельник**

Дизайн мислення як інструмент розвитку креативності педагогів у практиці курсу «Медіаосвіта» в системі післядипломної педагогічної освіти.....399

**Максим Запорожченко**

Медіакультура та цифрова безпека учасників освітнього процесу: результати онлайн-опитування педагогічних працівників Миколаївської області .....408

**Тетяна Ковбасюк, Лариса Паніна**

Використання сучасних освітніх інструментів для підвищення рівня цифрової компетентності педагога НУШ.....417

## VIII. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ І КОРИСТУВАЧ. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ПОЖИТТЄВІЙ ОСВІТІ

### **Віктор Голобородько**

Проблема вимірювання наслідків поширення дезінформації в українському інформаційному просторі.....423

### **Олег Джолос**

Інформаційна та медійна грамотність - головна компетенція сучасної людини .....427

### **Юлія Доброносова**

Критичне мислення і медіакреативність як передумови формування гармонійного медіадосвіду особистості.....432

### **Ольга Крутенко**

Актуальні проблеми медіаосвіти дорослих та шляхи їх подолання .....440

### **Ірина Кобзева, Олександра Белєніннік**

Формування у підлітків та молоді навичок безпечної поведінки в інформаційному просторі.....444

### **Оксана Іванченко**

Екологічна проблематика як привід для маніпуляції в медіа .....449

### **Ірина Ладика**

Роль медіа у формуванні навичок медіаграмотності у споживачів інформації .....454

### **Олександр Тягло**

Як виховувати вміння протидіяти токсичним інформаційним впливам? ....459

### **Вікторія Маркова**

Фактчекінгові медіаресурси у формуванні критичного мислення населення...465

### **Артем Захарченко**

Маніпуляції, від яких не захиститися фактчекінгом та стандартами BBC.....469

### **Ольга Ладика, Оксана Ярема**

Навчання запобігання видам шахрайства у медійному просторі.....474

### **Ганна Старкова, Ганна Сорокіна**

Елементи картини світу студентської молоді крізь призму мемів .....482

### **Орися Харитонюк**

Зброя XXI століття – не зброя!? .....492

## ПЕРЕДМОВА

---

*У своїх книгах «З усіма і ні з ким» і «Раби Майкрософта» американські комунікативісти, дослідники сучасної культури епохи 2.0 М. Харріс і Д. Коупленд міркують про наслідки так званої «цифрової колонізації» і проникнення інтернету в наш мозок, що занурює нас у дивний ментальний стан. Ми, люди сьогодення, інформаційного світу, розуміємо, що ніколи раніше не були більш ерудовані, як індивіди, проте ніколи не відчували себе такими медіазалежними і маніпульованими, як зараз. До речі, для опису цього ментального феномену Д. Коупленд використовує неологізм «дурмний», від слів (дурний + розумний).*

*Як же вилікуватися від цієї самої «дурмності» і не потрапити під владу медіазалежності? Як сформувати навички усвідомленого ставлення та поведінки в світі медіа, при цьому зберігши своє внутрішнє «Я»? Такі, далеко не прості теми продовжуємо дискутувати з освітньою спільнотою нашої країни в черговій збірці статей Восьмої міжнародної науково-методичної конференції «Критичне мислення в епоху токсичного контенту». Сама логіка запропонованих авторами до збірника конференції матеріалів була спрямована не тільки на те, щоб теоретично окреслити актуальні проблеми медіаграмотності, а й на розробку певних прогнозів і рекомендацій, яким чином формувати та розвивати особистісні медіакомпетентності й медіанавички молоді у сучасних умовах цифрового світу.*

*Авторами запропонованого збірника є як відомі вчені, педагоги-теоретики медіаосвіти в Україні, так і практики, які щиро діляться власним досвідом проведення тренінгів та уроків з медіаграмотності серед школярів й студентів навчальних закладів освіти.*

*Вважаємо, що саме в такий спосіб найактуальніші проблеми медіаосвіти будуть за-своєні та переосмислені читачами щодо впровадження їх у власну педагогічну практику.*

**Валерій Іванов,**

*президент Академії української преси,  
професор, доктор філологічних наук*

**Тетяна Іванова,**

*завідувачка кафедри соціальних комунікацій  
Маріупольського державного університету,  
професор, доктор педагогічних наук*

# **I. ТЕОРЕТИЧНІ Й СВІТОГЛЯДНІ ЗАСАДИ МЕДІАОСВІТИ**

**Ольга Гарматій**

доцент кафедри журналістики та засобів масової комунікації

Національний університет «Львівська політехніка»

## **КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ ЯК КЛЮЧОВА КОМПЕТЕНЦІЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ**

*Розглядається важливість медіаграмотності і критичного мислення в сьгоднішніх реаліях інформаційного суспільства. З'ясовується рівень опрацювання порушеної проблематики у науковій літературі. Досліджуються основні характеристики і компоненти критичного мислення. Обґрунтовується обов'язковість критичного мислення у структурі сучасної медіаосвітньої діяльності. Зроблено висновок, що вміння критично мислити виступає підґрунтям для забезпечення суспільного прогресу і запорукою самостійної та відповідальної діяльності, сприяє самовдосконаленню.*

**Ключові слова:** *медіаграмотність, критичне мислення, медіаосвіта.*

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. В епоху інформаційного суспільства сучасні ЗМІ, новітні інформаційно-комунікаційні технології здатні активно впливати на громадську думку, формувати суспільну та індивідуальну свідомість, змінювати життя соціуму. Усе це потребує від споживачів інформації здатності орієнтуватися в інформаційних потоках, вміння відбирати й оцінювати все, що надходить ззовні, потребує критичного мислення.

Причому важливість вміння критично мислити постійно зростає. На Всесвітньому економічному форумі у Давосі, де регулярно укладаються переліки актуальних навичок, необхідних для успішної кар'єри, міжнародні експерти серед ключових компетенцій 2020 року на друге місце поставили саме критичне мислення. Дослідники вважають, що через велику кількість й легку доступність інформації зростає необхідність навичок її відбору та правильного переосмислення. До десятки найбільш затребуваних компетенцій майбутнього входять також вміння вирішувати складні завдання (перша позиція), креативність, управління людьми, навички координації та взаємодії, емоційний інтелект, судження і прийняття рішень, клієнтоорієнтованість, вміння вести переговори, когнітивна гнучкість [4].

Уміння критично мислити виступає підґрунтям для забезпечення суспільного і науково-технічного прогресу, запорукою демократичного розвитку, базою самостійної та відповідальної діяльності, сприяє самовдосконаленню. На шляху становлення громадянина як активного члена плюралістичного, толерантного, демократичного суспільства, прищеплення рішучості та впевненості у висловлюваннях і поведінці, готовності аргументувати власну позицію критичне мислення стає обов'язковим і незамінним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спирається автор. Визначення перспектив розвитку критичного мислення та контексту цієї категорії стало предметом зацікавлення багатьох науковців. Огляд літератури та аналіз попередніх досліджень з порушеного і суміжних питань засвідчує, що у вивчення проблематики медіаосвіти зробили значний внесок такі українські науковці, як В. Іванов, Г. Онкович, А. Литвин, Б. Потятиник, Г. Почепцов, В. Різун, В. Робак, А. Сулім, Т. Федорів та інші. Вивчення критичного мислення – один з загальноновизнаних напрямів досліджень зарубіжних науковців. Теоретичні та прикладні аспекти медіаосвіти стали предметом наукового зацікавлення багатьох зарубіжних дослідників, зокрема таких як К. Безелгет, Дж. Браун, К. Ворсноп, Дж. Гербернер, Ж. Гоне, І. Жилавська, Р. К'юбі, М. Ліпман, М. Маклюен, Л. Мастерман, Дж. Пандженте,



Дж. Поттер, Ф. Рогоу, К. Тайнер, Ю. Усов, С. фон Файлітзен, І. Фатєєва, О. Федоров, Е. Харт, А. Шариков, С. Шейбе та інші.

Виділення нерозв'язаних частин загальної проблеми, які розкриває ця стаття. Уміння працювати з інформацією було потрібним в усі часи. А в сьогоднішніх умовах токсичного контенту та перенасичення інформацією таке уміння є особливо затребуваним. Потужний розвиток мас-медіа та інформаційно-комунікаційних технологій нагально потребує вмілого і безпечного користування ними. Відтак, стаття присвячується розгляду критичного мислення як невід'ємної компоненти медіаграмотності впродовж життя.

Постановка завдань дослідження. З огляду на сказане, стаття покликана вирішити такі завдання: розглянути рівень опрацювання порушеної проблематики у науковій літературі; з'ясувати релевантність критичного мислення сьогоднішнім реаліям; дослідити його основні характеристики; обґрунтувати обов'язковість критичного мислення у структурі сучасної медіаосвітньої діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. М. Ліпман наголошував, що для формування та розвитку критичного мислення у сучасній молоді необхідне чітке розуміння того, чим воно є і чим може бути. Тому, з точки зору ученого, потрібно розрізняти істотні характеристики, ознаки та особливості критичного мислення порівняно з іншими видами мислення, знати результати та фундаментальні умови його становлення та зміцнення. Дослідник виокремлює такі визначальні аспекти критичного мислення: «критичне мислення є відповідальним, майстерним мисленням, що сприяє доброму судженню, оскільки: (а) базується на критеріях; (б) самокоригується; (в) чутливе до контексту» [5].

Як вказував М. Ліпман, інтелектуальне середовище, в межах якого ми знаходимося, часто наповнене крихкими конструкціями. Люди здатні зміцнити їх через навчання міркувати логічніше. Однак це не допоможе, якщо фундамент або підстави міркування є надто плинними чи не досить міцними. Ми повинні обґрунтовувати свої міркування, думки, заяви та всі інші складові мислення міцними основами. Покликання на розумні критерії є одним зі способів розвитку нашого мислення на міцнішому фундаменті. Автор наголошує: «Щоб мислити критично, потрібно – як в оркестрі – диригувати великою кількістю пізнавальних навичок» [5].

Представлений концептуальний каркас є релевантним для осмислення стратегії впровадження критичного мислення у практику освіти, що, на думку М. Ліпмана, завжди мала дві принципові цілі: передавати знання і культивувати мудрість. Перша переважала у традиційних і стабільних суспільствах, в яких знання вважалося множиною вічних істин, безсумнівно прийнятних для незмінного світу. Названі істини постійно передавалися від старшого покоління до молодшого. Однак в умовах соціальних метаморфоз знання можуть швидко втрачати актуальність, різко ставати застарілими. Упродовж подібних періодів люди надають перевагу не усталеним відомостям, а інтелектуальній гнучкості та винахідливості.

Відтак концепція сучасної освіти як дослідження включає вказані цілі. Вона рівною мірою акцентує як на процесі, так і на результаті цього процесу: на дослідженні та на досягненні завдяки йому істині, на мисленні і знанні. Теперішні студенти мають не тільки оволодіти накопиченими ресурсами, а й мислити критично [30]. Критичне мислення, таким чином, є продовженням розвитку напряду традиційної освіти, спрямованого на культивування мудрості та на її активне практичне використання у житті.

Критичне мислення, як каже С. Ганаба, є релевантним у реаліях перманентно динамічної епохи, оскільки воно заперечує будь-які авторитети та є антидогматичним. Критичне мислення виявляється у здатності особистості до об'єктивного оцінювання власних думок і прискіпливої перевірки своїх рішень, не піддаватися впливу чужих поглядів, вмінні бачити і враховувати всі аргументи «за» і «проти» тощо. Критичне мислення не зводиться до певного алгоритму та не просякнуте стандартами і стереотипами. ХХІ століття все більше вимагає не інтелектуала-ерудита, а особистість, яка вміє вчитися, уникати стереотипів та усталених шаблонів, здатна орієнтуватися в потужних інформаційних потоках. Мінливе сьогодення потре-



бує винахідливого та гнучкого критичного осмислення існуючих завдань і проблем. На зміну людині-інтелектуалу приходять людина-винахідник [2].

Відтак критичне мислення, що передбачає здатність і вміння людини самостійно оцінювати явища дійсності, думки і твердження, вміння бачити позитивні й негативні аспекти, а також прагнення до кращого, оптимального розв'язання проблем, перегляду й переоцінки чинних традицій, стереотипів, догм, стало центральним поняттям для медіаграмотності. Критичне мислення – протидія конформізму, духовному рабству. Воно означає розумний розгляд різноманітних підходів для того, щоб ухвалювати обґрунтовані рішення [1, с. 74–75]. Водночас, критичне мислення є значною мірою коректним дотриманням певних процедур, коли цінність конкретного результату і кожної окремої дії підпорядковується загальній правильній поведінці. При цьому критичне мислення не виступає послідовністю окремих правильних дій, навіть якщо щоразу це адекватна реакція на ситуацію, яка потребує ухвалення відповідного рішення. Ідеальною критичною дією за таких умов уже може стати не правильна реакція, а розгортання власного сценарію поведінки, що має проактивний, а не наздоганяючий характер поведінки. Процес критичного мислення передбачає не просто ініціативну позицію особистості, а, передусім, її провідну роль у визначенні ходу та напрямків розвитку подій [3].

Критичне мислення дозволяє створювати нові знання за допомогою використання раніше набутих знань. Знання не є статичним, воно – динамічне. Ми не маємо починати з нуля і винаходити колесо. Для того, щоб продукувати нові знання, ми спираємося на попереднє знання. Ми створюємо нове знання кожного разу, коли знайомимося з новими ідеями та відомостями. Ми використовуємо нову інформацію для формування наших власних структур знань. Знання – це «стан розуміння», властивий лише свідомості конкретної особистості, це те, чим можна поділитися під час спілкування з іншими людьми. Наявні у нас знання ми використовуємо для осмислення нової інформації. Отож, набуття знань – це активний психічний процес [8, с. 8-9].

Знання не є віддзеркаленням того, що дано людині ззовні; це індивідуальна конструкція, якій людина надає сенсу, зіставляючи елементи досвіду і знань з певною організуючою схемою [10, с. 130]. Саме слово «критичне», що вживається у дефініції «критичне мислення», передбачає оцінний компонент. Проте оцінка може і мусить конструктивно відображати як позитивне, так і негативне ставлення. Мислячи критично, ми оцінюємо результати власних розумових процесів, до прикладу, чи правильне рішення ми ухвалили, чи впоралися з виконанням завдання тощо. Крім того, критичне мислення включає оцінку самого процесу мислення – ходу міркувань, які привели до конкретних висновків, чи тих факторів, що бралися до уваги при прийнятті рішення.

Критичне мислення здатне допомогти кожному розпізнати пропаганду і тим самим запобігти тому, щоб не стати її жертвою, розглянути помилкові підстави аргументації, визначити можливий обман, з'ясувати надійність джерела інформації та належним чином обдумати кожне завдання і рішення [3; 8, с. 9–10]. Критичне мислення ґрунтується на таких уміннях: здійснювати усвідомлений вибір; оцінювати твердження, факти, дії тощо; аргументувати; визначати критерії аналізу; відділяти факти та коментарі; формулювати адекватні запитання; продукувати нові рішення; встановлювати логічні зв'язки; виявляти докази [3]. Критичному мисленню притаманні усвідомлені дії та навички, завдяки яким можна оцінювати власну та чийось інформацію (текстову, звукову, візуальну).

У рамках медіаграмотності ми зосереджуємо увагу на п'яти ключових складниках критичного мислення:

1) Допитливість і бажання досліджувати. Носії критичного мислення хочуть дізнаватися більше, вони відкидають надмірні спрощення та збирають усі відомості перед тим, як робити висновки. У медіадокументах вони знаходять втіху в «глибоких прочитаннях», а не шукають єдину, незаперечну істину.

2) Постійне занурення у процес дослідження. Носії критичного мислення добирають, аналізують та оцінюють інформацію, що дозволяє їм робити висновки, відповідно до яких скеровується поведінка або обґрунтовуються рішення. Вони досліджують речі, з якими вони

погоджуються, так само ретельно, як і ті, що викликають у них підозри.

3) Базове скептичне ставлення. Ті, хто мислить критично, завжди відшуковують відомості, припущення, мотиви у задекларованих заявах.

4) Поцінювання аргументації. Носії критичного мислення здатні розрізняти факти та думки. Вони вміють шукати та оцінювати ймовірні докази, використовувати логіку, щоб робити висновки.

5) Гнучкість і неупередженість. Носії критичного мислення свідомі власних упереджень і вміють піддавати їх сумніву, охоче змінюють власні думки, якщо з'являються відповідні фактичні дані, погоджуються з існуванням невизначеності та непевності у світі й регулярно отримують інформацію з різних джерел [9, с. 66].

Головними характеристиками критичного мислення є здатність самостійно аналізувати інформацію, з'ясувати її суть, зіставляти з іншими відомостями і робити висновки; переглядати власну позицію, якщо вона не витримує критики; уміти помічати помилки, суперечності й спотворення в аргументації опонента та в іншій інформації; навички розпізнавати пропаганду як цілеспрямоване прагнення певних соціальних груп чи лідерів впливати на масову свідомість; вміння оцінювати суспільно-політичні явища й процеси, дії та вчинки державних і політичних лідерів, конкретних осіб з позицій загальнолюдської моралі; володіти розумною часткою сумнівів і скепсису; намагання шукати оптимальні рішення, дії, висновки в конкретних ситуаціях; мужність, принциповість, сміливість у відстоюванні власних позицій, поглядів, віри; відкритість для інших поглядів, цінностей і позицій, повага до їхнього різноманіття [1, с. 75–76].

Важливими для критичного аналізу медіатекстів стає вміння з'ясувати відмінність між відомими фактами і тими, які слід перевірити; визначити надійність джерела; допустимі і неприпустимі судження; встановити головну та другорядну інформацію; заангажованість тверджень; недостовірні аргументи; логічну суперечність тощо [1, с. 101].

Критичне мислення сформоване двома компонентами: змістовним та операційним. До змістовної складової критичного мислення належать: 1) загальні методологічні принципи – переконання у важливості самокорегування дослідницького методу, увага до дослідницької процедури, готовність критично ставитися і до себе, до інших, врахування усіх точок зору; 2) стратегії – розділити основну проблему на частини; розв'язати простіші завдання, які відображають окремі аспекти загальної проблеми; застосовуючи смислові та графічні організатори, подати проблему різними способами; розглянути окремі випадки в межах проблеми; здійснити аналіз мети і засобів.

Операційну компоненту визначають вміння контролювати розумову діяльність та її самовдосконалення: 1) уміти визначати проблему та розуміти зв'язок між суперечностями; 2) здійснювати доведення, тобто добирати релевантні та прийнятні докази; 3) відшукувати контраргументи; 4) враховувати факти, які суперечать власним думкам; 5) уміти обґрунтовувати; 6) оцінювати, щоб вибрати один з варіантів, розуміти обмеження, які можуть накладатися на висновки; 7) уміти спростовувати фальсифікацію; 8) здійснювати узагальнення; 9) висувати припущення; 10) робити висновки [7, с. 38–39].

На погляд науковців, ключовими є низка характеристик критичного мислення [6, с. 5–8]. По-перше, критичне мислення – самостійне і має індивідуальний характер. По-друге, інформацію слід розглядати як відправну, але в жодному разі не кінцеву точку критичного мислення. Знання створює базу і дає мотивацію, без якої людина не здатна критично мислити. Для того, щоб створити вагому думку, треба опрацювати багато інформації.

По-третє, критичне мислення виникає зі з'ясування та формулювання проблем, з постановки питань, які слід вирішувати. Для процесу пізнання характерне намагання суб'єкта розв'язувати проблеми і відповідати на питання, які з'являються поряд з його власними потребами й інтересами. Критичне мислення як особливий вид розумової діяльності дає для людини можливість робити об'єктивні оцінки стосовно пропонованої моделі поведінки, думки чи точки зору.

По-четверте, критичне мислення передбачає переконливу аргументацію. Критично мисляча особистість намагається знайти власне розв'язання проблеми і обирає для такого рішення розумні й ґрунтовні докази, а також розуміє, що можливі ще інші шляхи вирішення поставленої проблеми і здатна визначити логічність і раціональність власного рішення. Аргументація міцнішає, коли беруться до уваги усі можливі контраргументи, які або приймаються за істинні, або піддаються спростуванню. Визнання інших поглядів і точок зору завжди підсилює аргументацію. Критично мисляча особистість, яка володіє сильними аргументами, може навіть ефективно протистояти уявленням і переконанням більшості, авторитетам і традиціям. Такою людиною майже неможливо маніпулювати.

По-п'яте, критичне мислення – це соціальне мислення. Кожна думка апробується за умови її обговорення у соціумі. Обмінюючись думками, ми дискутуємо, сперечаємося, осмислюємо та уточнюємо свою позицію [6, с. 5–8].

Критичне мислення будується на законах і правилах логіки, риторики, теорії та практики аргументації, наукової епістемології. С. Терно зазначає, що критичне мислення є здатністю ухвалювати самостійні рішення, формулювати запитання, знаходити різні аргументи. Критично мислячі особистості ставлять перед собою такі питання:

- У чому полягає проблема?
- Які висновки зробив автор стосовно порушеної проблеми?
- Які фактори спричинили такі висновки?
- На чому базується автор: на фактах чи на поглядах? Факти можна перевірити, натомість погляди – ні.
- Як автор висловлює думки: нейтрально чи емоційно? Критично мисляча людина слідкує за стилем викладу, щоб з'ясувати підґрунтя [6, с. 9–10].

Люди з критичним мисленням відзначаються такими характеристиками: вони чесні перед іншими і собою; ставлять запитання; не вдаються до підтасування фактів і оцінок; долають заплутаність; роблять висновки на очевидних фактах; інтелектуально незалежні; слідкують за зв'язком між подіями і явищами.

У процесі критичного мислення застосовують такі дослідницькі навички:

- визначати (демонструвати або доводити існування об'єкта, розпізнавати його);
- спостерігати (помічати ознаки й властивості об'єкта);
- описувати (з'ясувати, як виглядає об'єкт);
- асоціювати (встановлювати зв'язок між об'єктами і зіставляти їх за їхньою взаємодією);
- порівнювати (визначати подібності й відмінності між об'єктами, оцінювати об'єкти);
- прогнозувати (робити припущення щодо майбутнього);
- узагальнювати (підсумовувати, робити висновки на базі існуючих відомостей);
- застосовувати (використовувати критичне мислення з практичною користю).

Значення критичного мислення полягає також у протистоянні вірі, яка не піддається поясненню. Це виявляється в орієнтації на пошук правди та у розумінні різноманітності [6, с. 9–10]. Критичне мислення вміщує також оцінку самого розумового процесу, тобто перебігу міркувань, що підвели до висновків, або тих чинників, які враховані при ухваленні рішення.

Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі. Сказане вище дозволяє зробити висновок про те, що критичне мислення виступає ключовою складовою медіаграмотності. Сьогодні його слід розглядати як громадянську компетенцію, життєво необхідну навичку особистості, спосіб «вижити» в сучасних умовах перенасичення інформацією та токсичного медіаконтенту. Критичне мислення є запорукою для того, щоб відрізнити об'єктивну інформацію від інформаційного сміття, політичної джінси, пропаганди. Ідея навчання критичному мисленню є сьогодні затребуваною та популярною, уміння критично мислити стало життєво необхідною здатністю сучасної людини. Перспективи подальших досліджень у зазначеному напрямі пов'язані з напрацюванням і вдосконаленням методичної складової оволодіння критичним мисленням. Критичне мислення має бути обов'язковим компонентом медіаосвіти освіти упродовж життя і, таким чином, сприяти стійкості населення до деструктивних

інформаційних впливів. Більш того, тільки критично мислячий медіаспоживач здатен сформувати попит на якісні медіа, без існування яких неможливе функціонування демократичного суспільства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вчимося бути медіаграмотними / за заг. ред. М. Масютіної. – Бердянськ : Колібри ; Запоріжжя : Дике поле, 2016. – 200 с.
2. Ганаба С. «Навчати мисленню»: епістемологічний проект Метью Ліпмана / Світлана Ганаба. – Режим доступу : <https://scholar.google.com.ua/citations?user=tpR5dwwAAAAJ&hl=uk>.
3. Горохова І. В. Значущість критичного мислення для сучасних суспільства та освіти / Горохова І. В. – Режим доступу : <http://oaji.net/articles/2014/1026-1415782468.pdf>.
4. Критичне мислення на другому місці найзатребуваніших компетенцій у 2020 [Електронний ресурс] // Освітня платформа «Критичне мислення». – Режим доступу : <http://www.criticalthinking.expert/statti/kritichne-mislennya-na-drugomu-mistsi-najzatrebuvanishih-kompetentsij-u-2020/>.
5. Ліпман М. Чим може бути критичне мислення? // Освітня платформа «Критичне мислення». – Режим доступу: <http://www.criticalthinking.expert/materiali-dlya-samoosviti/ekspertiradyat-pochitati/>.
6. Терно С. О. Методика розвитку критичного мислення школярів у процесі навчання історії / С. О. Терно. – Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2012. – 70 с.
7. Терно С. О. Теорія розвитку критичного мислення (на прикладі навчання історії) / С. О. Терно. – Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2011. – 105 с.
8. Халперн Д. Психология критического мышления / Д. Халперн ; пер. с англ. Н. Мальгиной, С. Рысева, Л. Царук. – СПб : Питер, 2000. – 512 с.
9. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: критичне мислення у мультимедійному світі / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу ; перекл. з англ. С. Дьома ; за заг. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2017. – 319 с.
10. Resnick L. B. Cognition and instruction / L. B. Resnick // Psychology and learning: The master lecture series / V. L. Hammonds (Ed.). – Washington, DC: American Psychological Association, 1985. – P. 127-186.

*The importance of media literacy and critical thinking in today's realities of the information society is considered. The level of study of the mentioned issues in the scientific literature is clarified. The basic characteristics and components of critical thinking are investigated. The necessity of critical thinking in the structure of modern media educational activity is substantiated. The author concluded that the ability of critical thinking serves as the basis for development of social progress, independent and responsible activity, and promotes self-improvement.*

**Keywords:** media literacy, critical thinking, media education.



**Михайло Коропатник**

доцент кафедри суспільних дисциплін та методики їх викладання, кандидат історичних наук  
Чернігівський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти імені К. Д. Ушинського

## **НОВА УКРАЇНСЬКА ШКОЛА: ЧИ ПОТРІБНА ПЕДАГОГАМ ТА УЧНЯМ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНА КОМПЕТЕНТНІСЬ?**

*У статті розглядаються проблеми формування медійної та інформаційної грамотності в контексті інформаційно-комунікаційної компетентності, якою, відповідно до Закону України про освіту, мають володіти сучасний педагог та учень. Така постановка питання зумовлена якісними змінами в інформаційно – комунікаційному середовищі, що сталися останніми десятиліттями, коли медіа стали потужно й суперечливо впливати на освіту молодого покоління, часто перетворюючись на провідний чинник його соціалізації, активізацією зовнішньої інформаційної агресії. За таких обставин виникає необхідність змінити ставлення до змісту та функцій освіти із врахуванням особливостей інформаційного суспільства.*

**Ключові слова:** *інформація, комунікація, інформаційне суспільство, інформаційна культура, медійна та інформаційна грамотність, «гібридна війна», інформаційно-пропагандистська війна, педагогіка.*

На поставлене у назві статті риторичне запитання ми можемо дати свою суб'єктивну відповідь: так, інформаційно-комунікаційна компетентність вкрай необхідна, у першу чергу педагогам, котрі покликані у процесі навчання сформувати відповідні навички і вміння у школярів. Саме про таку послідовність йде мова у практичній площині. Чому? Приведемо лише один аргумент із документу № 8753 ПАРЄ від 6 червня 2000 р., в якому акцентується увага, що молоді люди не володіють достатніми знаннями, щоб об'єктивно оцінити справжній сенс отриманої інформації, а педагоги та батьки часто виявляються безпорадними у спробі співставити власний життєвий і професійний досвід з медіакомпетентністю їхніх дітей.

Справді, як педагогам, так і школярам, доводиться постійно стикатися із зростаючим інформаційним потоком, відчувати значні труднощі, коли необхідно застосувати пошукові навички, самостійно критично оцінити отриману інформацію. На думку фахівців ЮНЕСКО, саме медіаосвіта дозволяє вирішити цю проблему [18, с. 12]. Зазначимо, що не лише ЮНЕСКО рекомендує медіаосвіту до впровадження у національні навчальні плани всіх держав, у систему додаткової, неформальної та «довічної» освіти. Подібної позиції дотримується і Рада Європи. Ще у 1989 р. вона прийняла резолюцію, в якій чітко висловилася за те, щоб медіаосвіта починалася якомога раніше і тривала всі шкільні роки в якості обов'язкового для вивчення предмета [19, с.65], а в 2008 р. Європарламент прийняв резолюцію стосовно введення обов'язкової медіаосвіти для школярів та учителів країн Європейського Союзу.

Оперативно зреагували на світові тенденції і в Україні. У 2010 р. за ініціативи Академії Української Преси Президією Академії педагогічних наук схвалена Концепція впровадження медіаосвіти в Україні, нова редакція якої з'явилася навесні 2016 р. Концепція спрямована на виховання громадянської відповідальності, здатність активно використовувати можливості інформаційного поля телебачення, радіо, відео, кінематографу, преси, Інтернету, краще розуміти мову медіакультури. В ній акцентується увага на тому, що «медіа потужно й суперечливо впливають на освіту молодого покоління, часто перетворюючись на провідний чинник його соціалізації, стихійного соціального навчання...» [9]. Важлива теза цього концептуального доку-

менту – «загострення потреби в інтенсифікації розвитку медіаосвіти зумовлено необхідністю протистояти зовнішній інформаційній агресії та руйнівній зарубіжній пропаганді» [9].

Цілком логічно, що за таких обставин виникли об'єктивні передумови для розробки і закріплення в офіційних документах ключових компетентностей, необхідних людині в інформаційному суспільстві. Серед них – інформаційно-комунікаційна компетентність, як складова сучасного розуміння грамотності, що заснована на Рекомендації 2006/962 ЄС Європейського парламенту та Ради (ЄС) «Про основні компетенції для навчання протягом усього життя» від 18 грудня 2006 року». Еталонні рамки цього документу визначають вісім основних компетенцій, в т. ч. навички роботи з цифровими носіями.

Ця компетенція передбачає вміння роботи з цифровими носіями, впевнене та критичне використання технологій інформаційного суспільства для роботи, відпочинку та спілкування. Вони мають допомагати у творчості та інноваціях, розбиратись у достовірності та надійності доступної інформації, у правових та етичних принципах інтерактивного використання інформаційно-комунікаційних технологій. Необхідні навички включають здатність до пошуку, збирання та обробки інформації, критичного та систематичного її використання, оцінки її значимості та здатність розрізняти реальність від віртуальної реальності при вмінні їх пов'язати.

Навички роботи з цифровими носіями також дають можливість користуватись інструментами для переробки, презентації та розуміння комплексної інформації, бути здатними отримати доступ, знайти та скористатись послугами Інтернет-служб, критично та осмислено ставитися до доступної інформації, відповідально використовувати інтерактивні засоби масової інформації [28].

Рекомендації європейських інституцій лягли в основу проекту Нова Українська Школа, в якому однією із десяти ключових компетентностей школяра сучасної української школи є інформаційно-цифрова. Вона передбачає формування медійної та інформаційної грамотності, що дозволить випускнику впевнено, а водночас критично, застосовувати інформаційно – комунікаційні технології для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією на роботі, в публічному просторі та приватному спілкуванні. Окрім того, вона допоможе опанувати основами програмування, алгоритмічного мислення, роботи з базами даних, навичками безпеки в Інтернеті та кібербезпеки, розуміти етику роботи з інформацією (авторське право, інтелектуальна власність тощо). Така ж компетентність під назвою інформаційно-комунікаційна компетентність передбачена і Законом України про освіту [7].

Фундамент для формування медійно-інформаційної грамотності серед освітянської спільноти в останні роки закладено. Мається на увазі ряд фундаментальних підручників для різних учнівських категорій, активне впровадження в практику навчання проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», розроблений Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки посольств США та Великої Британії, у партнерстві з МОН України та АУП. Оскільки рівень інформаційно-медійної грамотності учнів та студентів залежить від професійної підготовки педагогічних працівників, то в рамках цього проекту здійснено цикл тренінгових навчань для викладачів педагогічних університетів, інститутів післядипломної педагогічної освіти, учителів загальноосвітніх закладів. З нашої точки зору, поки що з незрозумілих причин залишається невострєбуваною Програма ЮНЕСКО навчання педагогів медійній та інформаційній грамотності, про переваги якої ще буде сказано в рамках цієї статті.

Оскільки, відповідно до Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, вже з наступного, 2021 року, розпочинається етап дальшого розвитку медіаосвіти та забезпечення її масового впровадження, є необхідність ще раз звернутися до питання, від вирішення якого великою мірою буде залежати конкурентоздатність майбутніх поколінь в глобалізованому та інформатизованому суспільстві.

Проблемам медіаосвіти та медіаграмотності присвячено немало наукових досліджень. Серед них роботи М. Маклюєна [16], О. Федорова [30, 31], Т. Ольхової і Т. Мяснікової [20], О. Новікової [19] тощо.

М. Маклюен [15], П. Слоттердаjk [29], І. Челишева [33, 34] та ряд інших вчених досліджують процеси еволюції медіареальності, впливу медіа на громадську свідомість, зміни поняття грамотності у процесі історичного розвитку. Разом з тим, останнім часом з'явилося ряд робіт, зокрема, авторів Х. Лау [14] та Н. Гендіної [4], у яких аналізуються, на основі процесів інформатизації, нові підходи в освіті з точки зору інформаційної грамотності. ЮНЕ-СКО, враховуючи особливості сучасного глобалізованого та інформатизованого суспільства, підготувало під редакцією А. Гріззла та К. Уїлсона рекомендації з медійної та інформаційної грамотності для навчання педагогів [18].

Проблеми інформаційних, дезінформаційних та пропагандистських війн, а також маніпулятивні можливості медіа досліджували такі науковці, як Вірільо П. [3], Брайант Дж. і Томпсон С. [1], Кара-Мурза С. В. [8], Доценко Є. Л. [6]. Серед українських дослідників чільне місце посідають роботи Почепцова Г. Г., в т. ч. опубліковані на сайті [osvita.mediasapiens.ua](http://osvita.mediasapiens.ua) [21, 22, 26, 27]. Останнім часом на сайті [aur.com.ua](http://aur.com.ua) з'явився корисний для медіапедагогів блог цього ж автора, де аналізується природа віртуального світу [23, 24, 25].

Формуванню критичного мислення, що важливо в умовах інформаційно-пропагандистської агресії, присвятили свої роботи Бутенко А. В. та Ходос Є. А. [2], Федоров О. В. [32], інші науковці.

Всі ці дослідження мають, у першу чергу, наукове значення. За невеликим винятком, тут не прослідковується безпосереднього зв'язку із завданнями інформаційно-медійної грамотності. Певною мірою ці прогалини намагався заповнити автор статті, підготувавши ряд матеріалів з медійної та інформаційної грамотності науково-прикладного значення [10, 11, 12, 13].

В цілому ж питання комплексного дослідження проблем практичного впровадження у навчальних закладах медійної та інформаційної освіти, кінцевим результатом якої стане відповідна компетентність, поки що залишається невирішеним. Тому автор ставить перед собою завдання проаналізувати об'єктивні причини актуальності медіаосвіти в сучасних умовах, інтеграції її з інформаційною освітою та як ці фактори впливають на формування інформаційно-комунікаційної компетентності.

З нашої точки зору, на користь запровадження медіаосвіти переконливо свідчать такі фактори.

Перший. В кінці ХХ – на початку ХХІ століття медіа, котрі спочатку існували як посередники передачі інформації, стають соціокультурним середовищем, життєвим простором людини [33, с. 95; 34, с. 84-86]. Вплив медіа на людину набуває все більш професійного характеру: впливає на моделі її поведінки, спосіб життя, погляди і цінності.

Другий. Інформаційна революція та глобалізація зробили наше сприйняття світу значною мірою залежним від того, як його подають медіа. За цих обставин медіаосвіта є шляхом до того, щоб озброїти людину можливістю самозахисту від недобросовісної медіаінформації.

Третій. Вседозволеність інформаційного ринку, засилля низькопробної медіапродукції, низькоморальних ідеологем та цінностей спричиняє зниження в суспільстві імунітету до соціально шкідливих інформаційних впливів. Тому споживачу медіапродукції, якщо він не володіє критичним мисленням і не розуміє тенденцій сучасного медіаринку, надзвичайно проблемно скласти об'єктивну картину сучасного світу.

Чому ж людство вже не влаштовує традиційна грамотність? Тут є цілий ряд суб'єктивних та об'єктивних обставин, але головна з них та, що сучасне суспільство все частіше називають інформаційним. Як зазначає відомий дослідник Пітер Слоттердаjk, інформаційну функцію традиційних мистецтв завоювали мас-медіа, котрі «вперше набрали такого етапу охоплення, якого не знала жодна раціоналістична енциклопедія, жодний художній твір, жодна «філософія життя»: володіючи безмірним обсягом, вони стрімко рушили до того, про що завжди могла лише мріяти велика філософія – до тотального синтезу, зрозуміло, за нульового рівня інтелекту, у вигляді тотального арифметичного підсумовування. Вони насправді дозволяють розвивати універсальний хаотичний емпіризм, вони можуть повідомити про все, всього торкнутися, про все зберегти інформацію, все співставити. При цьому

вони представляють навіть дещо більше, ніж філософію, – вони одночасно наслідують традиціям енциклопедії та цирку» [29, с. 457]

Отже, сучасні користувачі медійних продуктів переходять в розряд споживачів медіа, або комунікантів. Тому необхідно змінити ставлення до змісту та функцій освіти, враховуючи особливості інформаційного суспільства, інакше кажучи, змінити аудиторію медіа за допомогою медіаосвіти, кінцевим результатом якої стане медіаграмотність.

Саме ці обставини стали базовою основою для включення предмета «Медіаосвіта» у навчальні програми курсів підвищення кваліфікації учителів ЧОППО імені К. Д. Ушинського.

З метою отримання об'єктивних підстав для впровадження медіаосвіти викладачі кафедри суспільних дисциплін та методики їх викладання провели вибіркові соціологічні дослідження серед учителів (в т. ч. слухачів курсів підвищення кваліфікації інституту), учнів та батьків. 65 відсотків учителів (після прослуховування спецкурсу з медіаосвіти) вважають медіаосвіту школярів нагальною необхідною.

Серед головних мотивацій впровадження медіаосвіти учителі назвали такі: використання медійної продукції дозволить зробити навчально-виховний процес сучасним і більш цікавим для учнів – 89 відсотків; шукати матеріали на основі медіа для навчальних, наукових, дослідницьких цілей – 66,8.

Соціологічні дослідження також наглядно продемонстрували необхідність батьківської медіаосвіти та недостатній рівень медіакультури і критичного мислення шкільної аудиторії.

Тому не можна не погодитися з висновком російського професора О. Федорова: «Незалежно від політичного ладу тієї чи іншої держави, людина, не підготовлена до сприйняття інформації в різних її видах, не може повноцінно її зрозуміти й аналізувати, не в силах протистояти маніпулятивним впливам медіа (якщо така маніпуляція має місце), не здатна до самостійного /автономного/ вираження своїх думок і почуттів з приводу прочитаного /почутого/, побаченого» [30, с. 621].

Все це свідчить про необхідність підвищення рівня медіаобізнаності серед дітей і підлітків. Медіаграмотність дозволяє учням отримати такі навички, які допоможуть їм досягти більшого коефіцієнту корисної дії з будь-яких навчальних предметів, а саме: спостережливість, критичне мислення, комунікація, креативність, зацікавленість, цілісне бачення.

У сучасних дослідженнях серед загальних тенденцій світового розвитку, що обумовлюють необхідність суттєвих змін в системі освіти, відзначається перехід до постіндустріального, інформаційного суспільства. У цьому контексті важливим є аналіз сутнісних характеристик інформаційного суспільства, факторів становлення медіасередовища на етапі його розвитку та педагогічні аспекти регулювання особистості студента і школяра в існуючому медіапросторі.

Інформатизація і комп'ютеризація вимагають від людей нових навиків, нових знань і нового мислення, покликаних забезпечити адаптацію до умов і реалій комп'ютеризованого суспільства, гарантувати їм гідне місце у такому суспільстві. Отже, інформатизація впливає на спосіб і якість життя всіх членів суспільства як на індивідуальному, так і організаційному рівні, на робочому місці та побуті. Добре це чи погано, проте інформатизація є силою, котра не просто трансформує життя цілих спільнот, але й сприяє перебудові самого контенту відносин між людьми [20, с. 5-10].

Тому не дивно, що поряд з терміном «медійна грамотність» все більш широке застосування отримує термін «інформаційна грамотність». Справа в тому, що потужність сучасної інформаційної техніки і технології може бути використана для маніпулювання свідомістю і поведінкою людини, що загалом загрожує дегуманізацією. У зв'язку з цим на сьогодні перед освітянською спільнотою стоїть глобальне завдання – підготувати підростаюче покоління до нових умов життя і професійної діяльності у високоавтоматизованому інформаційному середовищі, навчити ефективно використовувати його можливості і захищатися від негативних впливів [4, с. 141].



У «Керівництві з інформаційної грамотності для освіти протягом всього життя», підготовленому співробітником ЮНЕСКО Х. Лау, під інформаційною грамотністю розуміється наявність знань і вмінь, котрі необхідні для виконання таких завдань:

– ефективний пошук інформації, його організація і реорганізація, ідентифікація інформації, придатної для виконання конкретного завдання чи вирішення проблеми, інтерпретація та аналіз знайденої інформації;

– оцінка точності і надійності інформації, що забезпечує дотримання етичних норм і правил користування отриманою інформацією при передачі і представленні результатів аналізу та інтерпретації іншим особам;

– застосування інформації при здійсненні певних дій, розрахованих на результат [14, с. 28].

Інформаційна грамотність є основою інформаційної культури особистості,

однією із складових загальної культури людини. Під інформаційною культурою розуміється сукупність інформаційного світогляду та системи знань і вмінь, що забезпечують цілеспрямовану самостійну діяльність з оптимального задоволення індивідуальних інформаційних потреб з використанням як традиційних, так і нових інформаційних технологій. Інформаційна культура є одним з найважливіших факторів успішної професійної і непрофесійної діяльності, а також соціальної захищеності особистості.

Останнім часом у вжиток входить ще одне поняття – «трансграмотність». На думку Сьюзі Андретта з Лондонського Метрополітен-університету, це поняття об'єднує широке коло здібностей, знань та вмінь, необхідних людині, що живе у XXI столітті: здатність читати, писати та активно використовувати можливості ЗМІ, включно із пресою, телебаченням, радіо, кіно, а також цифровими соціальними мережами. Приставка «транс» у терміні «трансграмотність» означає необхідність подолання «водорозділу» між різними видами грамотності, притаманних друкованому, цифровому і реальному світам, що породжують багатогранність потреб людей, які постійно змінюються.

Професор Західного Іллінойського університету Макомба (США) Шон Кордес обґрунтував необхідність застосування такого узагальнюючого поняття, як «мультимодальна грамотність», під якою розуміється сукупність чотирьох видів грамотності: інформаційної, візуальної, медіаграмотності та мультикультурної грамотності. Шон Кордес переконаний, що успішність людини в інформаційному суспільстві багато у чому залежить від її володіння широким діапазоном компетентностей, пов'язаних із споживанням і створенням текстів у різноманітних форматах: візуальних, звукових, писемних.

Врешті-решт, при всій багатогранності підходів до форми і змісту організації навчання в умовах інформаційного суспільства вони мають одну спільну рису – людина XXI століття повинна бути професійно підготовлена до життя в системі координат, які диктують сучасні інформаційно-комунікаційні технології.

Таким чином, нові виклики, породжені сучасними технологіями, змінюють не лише систему традиційних поглядів на освіту та грамотність, але й потребують застосування інтеграційних технологій – як по відношенню до окремих навчальних предметів, так і методики впровадження в освітній процес об'єданого курсу з медійної та інформаційної грамотності. А це потребує відповідних змін і до програм з цього напрямку, і до змісту посібників та підручників. За приклад може слугувати Навчальна програма з медійної та інформаційної грамотності для педагогів, підготовлена у 2011 р. за ініціативою ЮНЕСКО. Як зазначає у передмові до програми заступник Генерального директора ЮНЕСКО з питань комунікації та інформації Я. Карклінс, «програма має новаторський характер: по-перше, вона спирається на сучасні тенденції конвергенції радіо, телебачення, Інтернету, газет, книг, електронних архівів та бібліотек на загальній платформі і вперше представляє єдиний підхід до медійної та інформаційної грамотності; по-друге, вона створена із врахуванням потреб учителів для інтеграції в офіційну систему їх підготовки. Таким чином, вона виступає у ролі каталізатора процесу, який повинен охопити мільйони молодих людей і сприяти розвитку їх здібностей» [18, с. 11].

Медіа та інші інформаційні служби визнаються у всьому світі важливими інструментами, що дозволяють людям приймати рішення із врахуванням повноти інформації. Канали комунікації та інформації здатні впливати на навчання протягом всього життя, тому кожна людина повинна хоч би в принципі розуміти, як функціонують медіа та інші інформаційні служби і як правильно їх оцінювати. Завдання медійної та інформаційної грамотності якраз і полягає в передачі цих знань користувачам. Вона втілює в собі базове розуміння функцій медіа в демократичному суспільстві, умов, за яких ЗМІ та інформаційні служби можуть ефективно виконувати ці функції, а також методів оцінки якості виконання цих функцій через відповідний контент та послуги. Таке розуміння, у свою чергу, повинно дозволити користувачам свідомо взаємодіяти з каналами комунікації та інформації. Компетенції, набуті через медійну та інформаційну грамотність, здатні розвивати у громадян навички критичного мислення, які дозволять їм вимагати від медіа та інших постачальників інформації надавати високоякісні послуги.

Звертаємо увагу, що підвищення медійної та інформаційної грамотності учнів неможливе без підвищення медійної та інформаційної грамотності педагогів. Орієнтація на педагогів і є ключовою стратегією, що забезпечує багатократне підвищення ефективності: від інформаційно грамотних педагогів до учнів і далі суспільства в цілому. Навчання медійній та інформаційній грамотності, як зазначається в Програмі ЮНЕСКО, стане відгуком педагогів, по-перше, на їх покликання виховувати інформованих і думаючих громадян, і, по-друге, на ті зміни, що відбуваються сьогодні у загальноосвітніх закладах.

Розроблена ЮНЕСКО навчальна програма і система компетенцій у сфері медійної та інформаційної грамотності об'єднала дві різні галузі – медійну грамотність та інформаційну грамотність – під загальною «парасолькою» терміну «медійна та інформаційна грамотність» (МІГ). Коротко репрезентуємо цілі і завдання МІГ, як вони сформульовані в документі ЮНЕСКО.

#### **Інформаційна грамотність:**

- визначити і сформулювати інформаційні потреби;
- знайти та отримати доступ до інформації;
- оцінити та систематизувати інформацію;
- використати та передати інформацію із дотриманням етичних норм;
- застосувати навички роботи з ІКТ для обробки інформації.

#### **Медійна грамотність:**

- розуміти роль та функції медіа в демократичному суспільстві;
- розуміти умови, за яких медіа зможуть виконувати свої функції;
- критично оцінювати контент медіа у світлі притаманних їм функцій;
- взаємодіяти з медіа для самовираження та участі в демократичних процесах;
- актуалізувати навички, в т. ч. роботи з ІКТ, необхідні для створення контенту користувача.

Отже, інформаційна грамотність підкреслює важливість доступу до інформації, її оцінки та етичного використання, а медійна грамотність робить акцент на здатність розуміти функції медіа, оцінювати якість виконання цих функцій та вступати в раціональну взаємодію з медіа з метою самовираження. Програма, розроблена спеціалістами ЮНЕСКО, об'єднує обидва підходи, що робить процес навчання більш раціональним і ефективним.

#### **Головні переваги медійної та інформаційної грамотності (МІГ):**

- У процесі вивчення та викладання МІГ озброює педагогів широкими знаннями, які передаються підростаючому поколінню.
- МІГ надає принципово важливі знання про функціонування медійних та інформаційних каналів у демократичних суспільствах, забезпечує адекватне розуміння умов, необхідних для виконання цих функцій, а також розвиток базових навичок для оцінки роботи медіа та інформаційних служб у рамках їх функцій.
- Медійно та інформаційно грамотне суспільство стимулює розвиток вільних, незалежних і плюралістичних медіа та відкритих систем.

Для повноцінного використання переваг МІГ необхідно забезпечити такі умови:

1. Медійна та інформаційна грамотність повинні сприйматися як єдине ціле і включати в себе комплекс компетентностей (знання, навички, вміння).
2. Навчальна програма МІГ повинна підготувати педагогів до викладання медійної та інформаційної грамотності, передачі учням життєво необхідних навиків, які дозволять їм взаємодіяти з медійними та інформаційними каналами, як це належить робити самостійним і думаючим молодим громадянам.
3. Громадяни повинні знати, де можна знайти і як отримати інформацію, а також як її створювати.
4. Необхідно забезпечити рівний доступ до інформації для жінок і чоловіків, а також маргінальним групам населення, особам з обмеженими фізичними можливостями, корінному населенню та національним меншинам.
5. МІГ повинна сприйматися як життєво важливий інструмент міжкультурного діалогу, взаємодії народів і розуміння їх культур.
6. Зазначимо, що серед об'єктивних факторів, що зумовлюють необхідність медійної та інформаційної грамотності, формування критичного мислення, а, отже, і відповідної життєвої компетентності – інформаційна війна та російська пропаганда, які є складовими «гібридної війни».

За один лише 2014 рік російські мас-медіа створили з України стійкий образ ворога, що підтверджує низка соціологічних досліджень громадської думки російського населення, які проводив «Левада-центр». Сьогодні ми маємо справу не лише з правлячим режимом В. Путіна, а й значною частиною російського суспільства, схильного до реваншизму і ревізії повоєнного світового порядку. У цьому сенсі варто нагадати відомий постулат, сформульований К. Марксом, що «...люди є продукти обставин і виховання... люди, що змінилися, є продуктом інших обставин і зміненого виховання» [17, с. 2].

Нові тенденції в інформаційних війнах досліджує професор Георгій Почепцов. Він звертає увагу на те, що глибинні процеси впливу ворожої пропаганди відбуваються не на рівні інформації, а на рівні інтерпретацій. Справа в тому, що багатогранність сучасного світу, швидкість його перетворень, ліквідація національних інформаційних кордонів призвели до того, що людині постійно необхідно приймати рішення стосовно речей, яких вона не знає. В результаті вона готова прийняти будь-яку версію того, що відбулося, щоб завтра з такою ж готовністю взяти собі замість неї іншу [26].

В інформаційній війні суттєвим результатом є «переведення населення на повністю протилежну картину світу». Цю формулу можна чітко простежити і на подіях в Криму і на Донбасі. Якщо 1 грудня 1991 р. на Всеукраїнському референдумі приблизно 55% жителів Криму і 85% – Донецької і Луганської областей, підтримали Акт незалежності України, то на початку 2014 р. у Криму проголосували за входження до складу Росії, а на Донбасі підтримали сепаратистів і їх російських покровителів. В обох випадках проявилось несприйняття перемоги Євромайдану і зміни влади у Києві.

Отже, «гібридна війна», розв'язана Росією проти України, її інформаційна, пропагандистська та психологічна складові, вимагають внесення суттєвих коректив у форми та зміст медіаосвіти, особливо з точки зору формування критичного мислення, вміння адекватно оцінювати різні види інформації. Цю обставину було враховано і в ЧОППО імені К. Д. Ушинського: у спецкурсі з медіаосвіти для слухачів курсів підвищення кваліфікації учителів зосередили увагу на питаннях сутності інформаційно-пропагандистських війн, в т. ч. в контексті російсько-українських стосунків на нинішньому етапі, маніпулятивних можливостях засобів масової інформації.

Таким чином, для включення медіаосвіти у програми навчальних закладів – від дошкільних до вищих і післядипломної освіти, – інтеграції її з інформаційною освітою та з предметами суспільно-гуманітарного профілю, обов'язкового врахування фактору «гібридної війни», існують об'єктивні причини. Саме вони є підставою для визначення однієї із компе-

тентностей нової української школи, як інформаційно-цифрової, котра передбачає формування медійної та інформаційної грамотності, а, отже, і якісно нових, модернових підходів у фаховій підготовці педагогічних і науково-педагогічних працівників.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. / Дж. Брайант, С. Томпсон – М., СПб., К.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 430 с.
2. Бутенко А. В., Ходос Е. А. Критическое мышление: метод, теория, практика. /А. В. Бутенко, Е. А. Ходос – М.: Мирос, 2002. 298 с.
3. Вирильо П. Информационная бомба. Стратегия обмана. / Вирильо П. – М., 2002. – 312 с.
4. Гендина Н. И. Формирование информационной и медиаграмотности в условиях информационного общества: новая инициатива ЮНЕСКО и проблемы российского информационного образования /Н. И. Гендина //
5. Педагогика. Психология. – 2012. – Выпуск №1. – С. 120-141
6. Горбаткова О. И. История развития отечественного медиаобразования в контексте социально-образовательной ситуации в России в 20-е годы XX века /О. И. Горбаткова // Электронный журнал «Вестник МГОУ», 2013, №1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.evestnik-mgou.ru](http://www.evestnik-mgou.ru).
7. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. /Е. Л. Доценко – СПб: Речь, 2003. – 291 с.
8. Закон України про освіту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https:// mon.gov.ua/ua/tag/nova-ukrainska-shkola](https://mon.gov.ua/ua/tag/nova-ukrainska-shkola)
9. Кара-Мурза С. В. Манипуляция сознанием / С. В. Кара-Мурза – М.: Эксмо; Алгоритм, 2007 – 456 с.
10. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). //MediaSapiens.[Електронний ресурс] – Режим доступу: [mediasapiens.ua](http://mediasapiens.ua)
11. Коропатник М. М. Від «Галактики Гутенберга» до «глобального села»: нова якість освіти XXI ст. /М. М. Коропатник. //Актуальні проблеми розвитку освіти і науки в умовах глобалізації. Матеріали II Всеукраїнської наукової конференції. Частина I. – Дніпро, 28-29 жовтня 2016. – С. 5-7
12. Коропатник М. М. Крим і Донбас в контексті українських реалій: історичний дискурс та парадигми сучасності /М. М. Коропатник. – Чернігів, 2017. – 70 с.
13. Коропатник М. М. Інформаційно-цифрова компетентність – одна із ключових компетентностей нової української школи. Теоретико-практичні орієнтири для медіапедагога. Методичний посібник з медійної та інформаційної грамотності /М. М. Коропатник. – Чернігів, 2018 – 99 с.
14. Коропатник М. М. Медійна та інформаційна грамотність – одна із важливих компетентностей, які має формувати нова українська школа: виклики інформаційного суспільства. /М. М. Коропатник //Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя. Наукові записки. Психолого-педагогічні науки, №3 – Ніжин, 2017. – С. 99-106
15. Лау Х. Руководство по информационной грамотности для образования на протяжении всей жизни: Guidelines on Information Literacy for Lifelong Learning / Х. Лау; науч. ред. и пер. А. Федоров. – Москва: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2006. – 45 с.
16. Маклюен М. «Галактика Гутенберга»: становление человека печатающего. /М. Маклюен – М., 2005. – 455 с.
17. Маклюэн Г. М. Понимание медиа: внешние расширения человека. /Г. М. Маклюэн – М.: Жуковский, Кучково поле, 2003. – 625 с.
18. Маркс К. Тези про Фейербаха. /К. Маркс // Маркс К., Энгельс Ф. – Тв., вид. 2-е. – т. 3. – 475 с.



19. Медийная и информационная грамотность: программа обучения педагогов /под ред. Алтона Гриззла и Керолайн Уилсон. Пер. на русский язык Елена Малявская . – UNESCO, 2012 – 200 с.
20. Новикова А. А. Медиаобразование в США: проблемы и тенденции /А. А. Новикова //Педагогика. – 2000. – №3. – С. 58 – 68
21. Ольховая Т. А., Мясникова Т. И. Развитие медиакомпетентности студентов университета. / Т.А Ольховая., Т.И. Мясникова – М., 2012. – 125 с.
22. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. /Г. Г. Почепцов – М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», серия 2011. – 656 с.
23. Почепцов Георгий Информационные войны: новые тенденции. /Георгий Почепцов [Электронный ресурс] – Режим доступа: osvita.mediasapiens.ua
24. Почепцов Георгий Кузнецы идентичности: песни, праздники и сериалы. /Георгий Почепцов [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.aup.com.ua
25. Почепцов Георгий Миры создаются и разрушаются в наших головах /Георгий Почепцов [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.aup.com.ua
26. Почепцов Георгий Виртуальное строительство будущего, настоящего и прошлого. /Георгий Почепцов [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.aup.com.ua
27. Почепцов Георгий «Промывание мозгов» как технология влияния. / Георгий Почепцов [Электронный ресурс] – Режим доступа: osvita.mediasapiens.ua
28. Почепцов Георгий Пропаганда vs. информационные операции: сходства и различия. / Георгий Почепцов [Электронный ресурс] – Режим доступа: osvita.mediasapiens.ua
29. Рекомендації 2006/962 ЄС Європейського парламенту та Ради (ЄС) «Про основні компетенції для навчання протягом усього життя» від 18 грудня 2006 року». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994-975>
30. Слоттердаjk П. Критика цинического разума. /П. Слоттердаjk – М: АСТ, 2009. – 800 с.
31. Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. /А. В. Федоров – Ростов: ЦВВР, 2001. – 708 с.
32. Федоров А.В. Новые стандарты — реальная возможность для медиапедагогика. /А. В. Федоров // Alma Mater – Вестник высшей школы. – 2012. – № 3. – С. 55-58
33. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления у студентов. /А. В. Федоров – М., 2007. – 245 с.
34. Чельшева И. В. Медиареальность как новый тип социокультурного пространства. /И. В. Чельшева //Инновации в образовании. – 2011, №11. – С. 95 – 101.
35. Чельшева И. В. Медиареальность и картина мира: основные этапы развития. /И. В. Чельшева //Дистанционное и виртуальное обучение. – 2011, № 7. – С. 77-87.

*The article discusses the problem of media formation and information literacy in the context of the ten competencies, that has possess modern apprentice. Such a statement of issues caused by quality changes in the information and communications environment that have occurred in recent decades, when the media powerfully and contradictory effect on the education of the young generation, often turning into a leading factor in its socialization, natural social learning. Besides, on the territory of Ukraine stepped up external informational aggression and destructive foreign propaganda.*

**Keywords:** *information, communication, information society, information culture, media and information literacy, «hybrid war», information and propaganda war, «brainwashing», pedagogy.*

**Олександр Мокрогуз**

завкафедри суспільних дисциплін та методики їх викладання

Чернігівський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти імені К. Д. Ушинського

## **КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ В КОНТЕКСТІ МЕДІАОСВІТИ**

*У статті проаналізовано розуміння критичного мислення як феномену медіаграмотності, охарактеризовано завдання критичного мислення для медіаосвіти. Наведено приклади застосування моделі критичного мислення в контексті медіаосвіти.*

**Ключові слова:** *критичне мислення, медіаосвіта, медіаграмотність.*

У сучасних умовах велике значення надається якості шкільної освіти, підвищенню рівня знань та розвитку ключових компетентностей.

Компетентнісний підхід, який акцентує увагу на результативності освіти, полягає не в певній сумі придбаних учнем знань або кількості засвоєної інформації, а в здатності знань, досвіду, цінностей і ставлення, що можуть цілісно реалізовуватися на практиці та «забезпечити особисту реалізацію та життєвий успіх протягом усього життя» (Концепція НУШ <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/reforms/ukrainska-shkola-compressed.pdf>).

Інтеграційні процеси, що відбуваються в сучасній освіті, актуалізують використання в педагогічному процесі сучасних технологій і активних форм навчальної взаємодії.

Однією з ключових компетентностей є медіаграмотність. В одному інтерв'ю в кінці 2019 року міністр освіти і науки України Ганна Новосад зазначила: «Я вважаю, що певна інформаційна гігієна є надважливою компетентністю, якою повинен володіти кожен, незалежно від віку. Починати зі школи працювати над медіаграмотністю дуже важливо, і ми це зараз вплитаємо під час розробки Державного стандарту базової освіти і також будемо прописувати через освітні програми».

В українських школах запровадять новий предмет

[https://24tv.ua/education/v\\_ukrayinskih\\_shkolah\\_zaprovadyat\\_noviy\\_predmet\\_detali\\_n1239115](https://24tv.ua/education/v_ukrayinskih_shkolah_zaprovadyat_noviy_predmet_detali_n1239115)

Кожну з компетентностей учні набувають під час вивчення різних предметів на всіх етапах освіти. Концепція Нової української школи визначає відповідні вміння, що є спільними для всіх компетентностей. Одним з таких вмінь стає «критичне мислення», яке ми можемо характеризувати як наукове мислення, що призводить до ухвалення певних рішень.

Цілком очевидно, що процес мислення сучасної людини тісно пов'язаний з інформацією: друкованою, аудіовізуальною. Мислення вимагає зусиль вибору та зважування доказів. Якщо цей процес розвинений недостатньо, то люди відчувають труднощі в тому, щоб мислити самостійно.

Здатність до критичного мислення і творчості можна розглядати як спосіб використання інтелектуальних здібностей для аналізу і оцінки інформації, а також створення нових концепцій, нових ідей, аргументів і гіпотез. Критичне мислення сприяє виробленню моделей для розуміння навколишнього світу, середовища і моделей дії. Медійна грамотність покликана формувати нові поняття, правила і навички, щоб допомогти людям правильно використовувати інформацію, поширювану медіа.

Таким чином, медійна грамотність полегшує вирішення наступних завдань:

- пошук і отримання доступу до найбільш якісних інформаційних ресурсів, використовуючи надійні джерела, що містять різнобічну інформацію;
- перевірка надійності і цінності джерела;

- оцінка інформації з використанням суворих критеріїв;
- узгодження даних з певними обставинами і сприйняття інформації відповідно до джерела, з якого вона з'явилася і поширилася;
- знання особливостей медійного середовища, його інформативних меж, а також ідеологічних і культурних орієнтацій, поширенню яких вона сприяє;
- синтез нової інформації з тою, що була раніше. [https://www.iite.unesco.org/pics/publications/ru/files/3214728\\_1.pdf](https://www.iite.unesco.org/pics/publications/ru/files/3214728_1.pdf)

Програма навчання медійної грамотності також містить в собі компонент критичного мислення. Наведемо декілька визначень критичного мислення, які дають розуміння дефініції: «Процес активно та вміло осмислювати, застосовувати, аналізувати, синтезувати та оцінювати інформацію для отримання відповіді чи висновку», «Дисципліноване мислення, яке є чітким, раціональним, відкритим та усвідомленим доказами». [https://en.wikipedia.org/wiki/Critical\\_thinking](https://en.wikipedia.org/wiki/Critical_thinking)

Коли медійна грамотність ґрунтується на спонтанній практиці спілкування користувачів або їхньої звички щодо сприйняття і тлумачення медійних повідомлень, які складають медіакультуру, пріоритетним стає критичний аспект – здатність до критичного сприйняття. Він важливий, оскільки основна функція даного аспекту – визначити причини спонтанності використання медіа, причини, що змушують нас інтерпретувати медіатексти тим чи іншим чином, механізми, за допомогою яких медійні засоби передають погляди, світогляд, ідеологічні переконання, що, по суті, є проявом медіаграмотності.

Він має вирішальне значення, оскільки головним завданням медіаосвіти є розплутування цього клубка стереотипів, знаків, маркерів, меседжів, штампів, мотивів і структур, що складають медійне середовище. Завдання медійної грамотності полягає в тому, щоб вийти за рамки медійного впливу і використання технологій і розкрити приховані мотиви і механізми маніпулювання нашою свідомістю.

Саме тому одним з важливих розділів формування медійної грамотності є критичне осмислення медіатексту. Медійна грамотність ґрунтується на теорії, практиці та дисциплінах, які формують критичний підхід. Одним з найважливіших компонентів програми формування медійної грамотності є критичний підхід до сприйняття медіа – спосіб, який допомагає нам витягувати сенс з інформаційних повідомлень. А головними навичками критичного аналізу стають – оцінка інформації, аналіз джерел на достовірність і надійність.

Критичне мислення означає не негативність суджень, а розумний розгляд різноманітності підходів і філософій, з тим, щоб виносити обґрунтовані судження і рішення.

Розвиток умінь працювати з інформацією не повинен носити епізодичний характер, хоча і може мати різні форми по відношенню до різних галузей знань. Наголосимо, що це найбільш важливо в початковій і середній школі, коли закладається система сприйняття, обробки, співвідношення інформації. Для старшого шкільного віку більш істотно саме розвиток критичного мислення – світ постає перед старшими школярами у всьому різноманітті своїх інформаційних зв'язків, і вміння зіставляти, аналізувати, відкидати несуттєве і концентруватися на необхідному, переконливо аргументувати свою точку зору і розуміти, що можуть існувати кілька правомірних позицій по одній і тій же проблемі допомагають як соціальній адаптації старшокласників, так і їх професійній орієнтації.

Критично ставитися до змісту медіа означає сприймати контент, використовуючи критичне мислення, для того щоб аналізувати якість, достовірність, надійність і перспективу конкретного послання, беручи до уваги вплив медійного контенту. Для того щоб обробляти великі обсяги інформації, необхідно не сприймати все на віру. А в тому, щоб зрозуміти, яке джерело інформації є вартим, може допомогти медіаграмотність.

Таким чином критичне мислення вимагає здатності:

- визнавати проблеми, щоб знайти дієві засоби для їх вирішення
- зрозуміти важливість пріоритетів та порядку пріоритетності у вирішенні проблем

- збирати необхідну інформацію
- визнавати нестандартні припущення та значення
- зрозуміти та використовувати медіа текст з точністю, ясністю та розважливостю
- інтерпретувати дані, оцінювати докази та аргументи
- визнавати існування (або неіснування) логічних зв'язків між ідеями
- робити обґрунтовані висновки та узагальнення
- перевіряти висновки та узагальнення, до яких можна дійти
- реконструювати схеми переконань на основі більш широкого досвіду
- висловлювати точні судження про конкретні речі у повсякденному житті.

Наведемо декілька прикладів з моделі критичного мислення, які адаптуються з медійною грамотністю.

### **Питання щодо цільової інформації**

1. Яка інформація мені потрібна, щоб відповісти на це запитання?
2. Які дані стосуються цієї проблеми?
3. Чи потрібно нам збирати більше інформації?
4. Чи відповідає ця інформація нашій меті?
5. На якій інформації ви базуєте свій коментар?
6. Як ми знаємо, що ця інформація (дані, показання) є точною?
7. Чи залишили ми якусь важливу інформацію, яку нам потрібно використати та врахувати?

### **Питання, щоб перевірити свої висновки**

1. До яких висновків я приходжу?
2. Чи є мій висновок логічним?
3. Чи є інші висновки, які я повинен розглянути?
4. Чи обов'язково впливає висновок з наших даних?
5. Як ти дійшов такого висновку?
6. На чому ви ґрунтуєте свої міркування?
7. Чи існує альтернативний правдоподібний висновок?
8. З огляду на всі факти, який найкращий висновок?
9. Як ми інтерпретуємо ці дані?

### **Питання для перевірки вашої точки зору**

1. Як я дивлюся на цю ситуацію? Чи є інший спосіб поглянути на те, що я повинен розглянути?
2. Чи є мій погляд єдиним розумним поглядом? Що ігнорує моя точка зору?
3. Чи задумувались ви про те, як інші бачать це?
4. Яка з цих можливих точок зору має найбільш сенс з огляду на ситуацію?
5. Яка точка зору автора цього медіатексту?
6. Чи я вивчаю точки зору, які кидають виклик моїм особистим переконанням?

<https://web.archive.org/web/20161208070545/http://www.criticalthinking.org/ctmodel/logic-model1.htm>



Запропонуємо як зразок запитання для аналізу деяких візуальних медіатекстів в контексті критичного мислення, які можуть використати вчителі на своїх заняттях.

Схема аналізу плакатів	Схема аналізу карикатури
<p>Визначити подію (і її дату), якій присвячений плакат.</p> <p>Визначити, за чиїм політичним замовленням він був виготовлений і для якої аудиторії.</p> <p>Проаналізувати персонажі і символи плаката.</p> <p>Звернути увагу, які фігури, об'єкти винесені на передній план і що віднесено на задній план.</p> <p>Проаналізувати, які фігури і об'єкти зображені великими і маленькими і чому.</p> <p>Сформулювати повідомлення, яке плакат був покликаний донести до своєї аудиторії.</p>	<p>1. Подивіться на час створення карикатури. Якій події і якому часу вона присвячена?</p> <p>2. Чи впізнаєте ви персонажів? Чому? Якщо це реальні постаті – назвіть їх і ту роль, яку вони грали в той час і в тих подіях, які супроводжували появу карикатури.</p> <p>3. Визначте, які символи використовував художник? Чому він до них звернувся?</p> <p>4. Яке ставлення до персонажів – позитивне чи негативне – виражає карикатура?</p> <p>5. Як інтерпретує карикатура персонажів? Чи згодні ви з нею?</p> <p>6. Які ідеї та політична позиція автора? Як би ви їх визначили?</p> <p>7. Що ви знаєте з інших джерел про події, яким присвячена карикатура? Як ваше знання взаємопов'язане з тим, що ви дізналися, завдяки карикатурі?</p>

Зрозуміло, що наведені приклади не є остаточними. Запитання щодо наведених медіатекстів та інших можна змінювати, додавати за потреби і мети навчального процесу.

Таким чином, формування критичного мислення є довготривалим процесом і вимагає від вчителя погодитись з тим, що здатність критично мислити включає три елементи, якими мають оволодіти його учні:

- бути налаштованим розглянути проблеми та предмети, які входять у когнітивну сферу навчання
- знати методи логічного дослідження та міркування
- мати певну майстерність у застосуванні цих методів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої школи. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/reforms/ukrainska-shkola-compressed.pdf> (дата звернення: 21.02.2020).
2. В українських школах запровадять новий предмет: деталі. URL: [https://24tv.ua/education/v\\_ukrayinskih\\_shkolah\\_zaprovadyat\\_noviy\\_predmet\\_detali\\_n1239115](https://24tv.ua/education/v_ukrayinskih_shkolah_zaprovadyat_noviy_predmet_detali_n1239115) (дата звернення: 21.02.2020).
3. Информационные и коммуникационные технологии в образовании : монография / Под редакцией: Бадарча Дендева – М. : ИИТО ЮНЕСКО, 2013. – 320 стр. URL: [https://www.iite.unesco.org/pics/publications/ru/files/3214728\\_1.pdf](https://www.iite.unesco.org/pics/publications/ru/files/3214728_1.pdf) (дата звернення: 21.02.2020).
4. Critical thinking. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Critical\\_thinking](https://en.wikipedia.org/wiki/Critical_thinking) (дата звернення: 21.02.2020).
5. To Analyze Thinking We Must Identify and Question its Elemental Structures. URL: <https://web.archive.org/web/20161208070545/http://www.criticalthinking.org/ctmodel/logic-model1.htm> (дата звернення: 21.02.2020).

*The article analyzes the understanding of critical thinking as a phenomenon of media literacy, describes the task of critical thinking for media education. The examples of application of the model of critical thinking in the context of media education are given.*

**Keywords:** *critical thinking, mediaeducation, medialiteracy.*

## МЕДІАОСВІТА В УКРАЇНІ ЯК ЧИННИК НА ШЛЯХУ СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

*Стаття присвячена проблемі становлення і розвитку медіаосвіти в Україні як об'єктивної необхідності важливої складової становлення інформаційного суспільства.*

**Ключові слова:** *медіаосвіта, світовий освітній простір, інформаційна революція, медіакомпетентність.*

**Актуальність дослідження** зумовлена тим, що інтеграція Української держави в європейський та світовий простір освіти диктує необхідність узгодження напрямів медіаграмотності із загальноприйнятими тенденціями розвитку сучасної освіти в існуючих умовах інформаційного суспільства.

Поява інформаційного суспільства та однієї з його фаз – суспільства знань – починають радикально впливати та змінювати не лише світову та національні економіки, а й спосіб життя людей та існування сучасного світу.

Впровадження в наукову сферу основ медіаосвіти та необхідність медіаосвітньої практики для України є очевидною. Перманентне ускладнення медіапростору призводить до виникнення нового медіаландшафту, нового медіапорядку й змінює медіакультуру загалом. Сприяючи створенню особливого інформаційного простору, численні мас-медіа істотно впливають на процес формування соціальних, моральних, художніх, естетичних цінностей та інтересів народу; стають важливим фактором впливу на його свідомість та світоглядні позиції. Все це зумовлює необхідність наукових розробок, необхідних для формування медіакультури особистості. Беручи до уваги вищевикладене, запровадження медіаосвіти в нашої державі є вкрай актуальною.

**Ступінь розробки теми.** Проблематика дослідження медіаосвіти в нашої державі в контексті вивчення світового інформаційного простору є комплексною, оскільки нею прямо чи опосередковано займалися дослідники В. В. Різун, І. Ю. Слісаренко, В. Ф. Іванов, М. С. Тимошик тощо. Варто зауважити, що дана проблема не залишилася поза увагою представників точних наук, зокрема, доктор фізико-математичних наук Л. Шульман, доктор фізико-математичних наук В. Пугач та їх колеги з НАНУ, що у своїх матеріалах у друкованих та електронних ЗМІ відстоюють ідею інтеграції вітчизняної науки у світовий процес.

**Наукова новизна** полягає у виокремленні найбільш ґрунтовних факторів, які здійснюють вплив на формування прийнятних норм медіаосвіти в Україні. Було розглянуто та детально вивчено медіаосвіту як інструмент протидії від шкідливого впливу трендів сучасних медіа.

На конференціях та форумах, присвячених проблемам та перспективам інформаційного суспільства, які відбувалися під егідою ЮНЕСКО (Майнц, Німеччина – 2002 р.; Париж, Франція – 2003 р.; Будапешт, Угорщина – 2004 р.) та світовому саміті з проблем інформаційного суспільства, що проходив у 2005 р. у Тунісі, було зроблено ряд доречних теоретичних узагальнень щодо тенденцій на шляху розвитку медіаосвіти і ролі ЗМК в цьому процесі. Учасники визначили, що світова інформаційна революція стала реальною, завдячуючи збігу деяких факторів. Наприклад, поява провідних цифрових засобів обробки інформації, що пришвидшують цей процес; сприяння розвитку електроніки; освоєння людиною меж космосу та створення надсучасних технологій зв'язку; розробка та впровадження інформаційних мережевих технологій і створення Всесвітньої павутини – Інтернету.

Так, за даними одного із самітів ЮНІДО з технологічного передбачення, щороку приріст світового ринку інформаційних технологій упродовж останніх десятиліть становив у середньому 6-8%, а в таких державах світу, як Китай, В'єтнам, Польща він сягав 25-27%.

Проте країни, що є не достатньо розвиненими, послуговуються далеко не усім арсеналом переваг, який може надавати інформаційне суспільство.

Варто зазначити, що використання знань та залучення інвестицій у науку та освіту задля забезпечення стабільного розвитку і зростання рівня життя в різних державах істотно відрізняються. Відповідно до даних Світового банку, 85% світових інвестицій у науку здійснюють країни-члени ОЕСР, 11% – Індія, Китай і Бразилія та промислово розвинені країни Східної Азії, і лише 4% – решта країн світу, до яких належить і Україна. Держави з провідною економікою створили замкнене коло, коли результати наукових розвідок і професійної підготовки кадрів забезпечують повноцінне створення нових багатств та належних підвалин, які є основою для майбутньої підтримки вітчизняної науки та сфери освіти.

Необхідно вивчити та дослідити рівень розвитку вітчизняного інформаційного суспільства та ринку телекомунікації в нашій державі. Україна на сьогодні має один із найвищих індексів освіченості у світі (98% письменого населення) та потенціал. Щоправда, залишається державою з низьким розвитком промисловості та не достатньо розвинутою сучасною інфраструктурою. Важливим фактором, який може посприяти становленню нашої держави як могутньої інформаційної держави, є саме всебічний розвиток рівня медіаосвіти.

На думку фахівців ЮНЕСКО, поява медіаосвіти обумовлена необхідністю інструменту захисту від шкідливих ефектів та трендів медіа. Першою країною, яка використала це, була Великобританія в 30-х рр. минулого століття. Так, у 60-х рр. більшість західних мислителів із заперечення медіа переключилися на заперечення та критику різних видів медіа. Цей процес у науковий обіг увійшов як «парадигма популярної культури». Вже наприкінці минулого століття прийшло усвідомлення, що ідеологічна сила медіа була пов'язана з натуралізацією ілюстрацій. Вже на сьогоднішній день медіаграмотність викладається як окремий курс, у плані підготовки фахівців за гуманітарним напрямком.

У державах Західної Європи медіаосвіта мала різні форми, залежно від форм та специфіки національної свідомості. Так, у Фінляндії вона включена до переліку предметів середньої школи з 1970 року, а у вищі навчальні заклади – з 1977 року. У країнах Скандинавії, наприклад, в Швеції медіаосвіта є обов'язковою для школярів середніх шкіл (гімназій) з 1980 року, а в Данії – з 1979 року. Майже в усіх країнах Європи медіаосвіта поступово відійшла від зайвого моралізаторства та прийшла до дослідницьких методик.

Починаючи з 60-х рр. ХХ століття, у багатьох розвинених державах Старого Світу, а також у Канаді, США, Австралії – сформувався особливий напрям просвітницької та культурологічної діяльності: медіаосвіта (медіакультура, медіаграмотність), що покликана допомогти народу орієнтуватися у всебічному полікультурному потоці сучасної інформації, сформувати навички аналізу і розуміння медіатекстів. У 1989 р. Рада Європи на основі документів ЮНЕСКО ухвалила «Резолюцію з медіаосвіти і нових технологій», в основі якої було визнано передову роль пресового, телевізійного, радіо і кінематографічного культурного досвіду для дітей.

Беручи до уваги постулати цього документу, медіаосвіта як дисципліна, повинна вивчатися з початкових класів і викладатися увесь період навчання в школі, а також у позашкільному закладі та в університеті. [1, с. 46–58].

Сучасні умови інформаційного сьогодення диктують свої умови поширення інформації. Кожен із нас може за допомогою власного комп'ютера ввійти до Інтернету та отримати будь-яку інформацію, що зберігається у якомусь іншому комп'ютері. На думку західних фахівців, відбувається процес розмивання кордонів і дифузії між різними засобами масової інформації, що впливає і на процеси медіаосвіти. Ми стаємо, таким чином, свідками вже глобального процесу з медіа-конвергенції. [2, с. 28–29].

Сучасні вчені нині розрізняють журналістську освіту і медіаосвіту (Media Education), або медійну освіту. Науковці з Північної Америки та Західної Європи запропонували багато визначень цього поняття, вони розробили ряд теорій та окреслили напрями медіаосвіти. Безперечно, до медіаосвіти належать аудіовізуальна освіта, кіноосвіта, а також телеосвіта, радіоосвіта, мультимедіаосвіта, інтернетосвіта тощо.

Зарубіжний досвід у цій царині запозичила Російська Федерація, де вже захистили дисертаційні дослідження з медіаосвіти та зареєстровано спеціалізацію «Медіаосвіта» в рамках спеціальності «соціальна педагогіка», а також фахово готують медіапедагогів для середньої школи, видають навчальні посібники, роблять спроби впровадити медіаосвіту в навчальні програми [4].

Так, професор О. Федоров розуміє медіаосвіту як процес розвитку особистості за допомогою та сприянням засобів масової комунікації (медіа) з ціллю формування та прищеплення культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь повноцінного сприймання, інтерпретації, аналізу й оцінки медіатекстів, навчання різних форм самовираження та самоствердження за допомогою медіатехніки [4].

Б. Потятинник дає своє визначення: «Медійна освіта – це науково-освітня сфера діяльності, яка ставить собі за мету сприяти індивіду сформувати сталий психологічний захист від маніпуляцій чи експлуатацій з боку медіа і розвинути інформаційну культуру. У свою чергу, медійна освіта спрямована на масове оволодіння необхідними журналістськими навичками та новітніми технологіями, і на захист індивідів від надміру агресивного інформаційного довілля [5, с. 8].

На думку автора цієї статті, під медіаосвітою варто розуміти цілий комплекс знань та методів підготовки належного сприйняття інформації, яка продукується як регіональними, так і міждержавними ЗМК.

В Україні медіаосвіта тільки набирає обертів. Так, у 2003 році було започатковано випуск електронного журналу «МедіаКритика» та організовано круглий стіл на тему: «Сучасна преса: інструмент конфліктності чи толерантності», проведено першу інтернет – конференцію «Медіаосвіта в Україні: стан і перспективи», у якій взяли участь журналісти та педагоги з різних міст України та Польщі.

Упродовж останніх років представники редколегії «МедіаКритики» організували та провели ряд пресконференцій на факультетах журналістики та інтернет-центрах ІТАР в Україні, на яких Міністерству освіти і науки України було запропоновано створити мережу медіаосвіти, зокрема, запровадити до програм підготовки й перепідготовки педагогічних кадрів курс з медіаосвіти та розглянути доцільність встановлення спеціальності «медіапедагог».

Всеукраїнське опитування, що проводив Інститут соціальної та політичної психології у 2007-2008 рр., свідчить про доволі високий рівень підтримки впровадження освітянського курсу медіакультури.

На запитання «Як би Ви поставилися до того, щоб в навчальних закладах молодь навчалася культурі перегляду програм?» отримано такі відповіді ( у відсотках до кількості опитаних кожної категорії):

№	ВІДПОВІДІ	ВІДПОВІДІ ДОРΟΣЛІ	СТУДЕНТИ	УЧНІ
1.	Позитивно	62,7	45,6	38,4
2.	Негативно	4,8	15,8	17,0
3.	Інше (додайте)	1,7	3,4	1,2
4.	Мені байдуже	9,4	12,3	20,9
5.	Важко відповісти	20,8	21,7	22,2

Ідея запровадити у школі, позашкільних закладах, ВНЗ заняття з медіаосвіти дістала схвалення, її підтримка навіть серед учнів переважає негативне і байдуже ставлення разом узяті. Дві третини дорослих поставилися до такої ідеї позитивно. Іще вищий відсоток підтримки – 75,8 % — серед тих батьків, які привчали дітей змалку дивитися телепрограми вибірково. Адже маємо доволі помітну кореляцію показників підтримки медіаосвіти і стану родинної медіапедагогіки. Утричі вище позитивне ставлення до шкільного курсу «Медіакультура» серед тих учнів, чиї батьки з дитинства привчали їх до вибіркового перегляду телепрограм, а серед студентів – у шість разів. Байдуже ставлення переважає серед учнів (у п'ять разів) і серед



студентів (утричі), кого батьки не вчили селективного підходу. Для суспільної медіакультури критерій селективності виявився надзвичайно важливим, саме він визначає належність до верстви або зацікавлених, або збайдужілих споживачів медіапродукції. Певно, це і є актив громадськості, який може підтримати нормативне запровадження медіаосвіти в освітянських закладах [3, с. 354].

Дані опитування за 2008-2009 рр. засвідчили, що підтримка ідеї впровадження медіаосвіти в навчальних закладах залишилася сталою. «Чи потрібно навчати школярів та студентів культури перегляду телепередач, користуватися комп'ютером та іншими засобами масової інформації?» 45,6% опитаних відповіли «Однозначно потрібно» і ще 23,2% – «Більше потрібно, а ніж не потрібно». На запитання «Як би Ви поставилися до того, щоб у Вашому навчальному закладі систематично навчали культурі перегляду телепрограм тощо?» позитивно відповіли 77,8% опитаних педагогів та викладачів, негативно – лише чотири особи з півтораєста. Таким чином, на сьогодні наявною є позитивно налаштована до медіаосвіти громадська думка як серед населення України в цілому, так і серед суб'єктів навчально-виховного процесу.

Викладання медіакультури сприймається як об'єктивна необхідність. Безперечним є розуміння всіма верстами населення ролі медіаосвіти. І це перш за все: підготовка молоді до активного суспільного життя (48,5% опитуваних), формування розвитку критичного мислення (46,5%) та комунікативних здібностей (41,9%) [3, с. 358].

Якщо не вдасться переробити пресу, то треба змінити її аудиторію. Саме такий підхід і застосовує медіаосвіта з її намаганням прищепити «психологічний імунітет» до патогенного впливу медіа, який пов'язують з надміром реклами, пропагандою і фальсифікацією, екранним насильством і порнографією.

Отже, медіаосвіта – це, з одного боку, оволодіння сучасними комунікаційними технологіями, а з іншого – формування більш відповідального ставлення до використання цих технологій. Тому, на даному етапі медіаосвіта для України просто необхідна, бо має важливу місію – підготувати молодь до активної грамотної поведінки у світі інформації: навчити орієнтуватися в загальних інформаційних потоках, критично ставитися до кожного медіатексту та мати власну позицію щодо його змісту та форми вираження, відшукувати, структурувати, запам'ятовувати, застосовувати медіаінформацію тощо.

В Україні, як і в усьому світі, останнім часом утверджується більш широке розуміння медіаосвіти: не тільки як певного компонента шкільного чи вузівського навчання, а як довгострокова суспільно-просвітницька діяльність, що охоплює дітей і дорослих, тому медіаосвіта – це постійний розвиток і самовдосконалення особистості в суспільстві.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Гоне Ж. Освіта і засоби масової інформації / Гоне Ж.; [пер. з фран.]. – К., 2002. – 207 с.
2. Вальтер фон Ла Рош. Вступ до практичної журналістики. Навч. Посібник / Вальтер фон Ла Рош ; [пер. з фран. В.Климченко, А. Баканов]; – Київ: Академія Української Преси, 2005. – 229 с.
3. Найдьонова Л. А., Баришполиць О. Т. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід. Навч.-методичний посібник. Найдьонова Л. А., Баришполиць О. Т.– К.: Міленіум, 2009. – 352-359 с.
4. Онкович Г. В Засоби масової комунікації у термінологічному просторі медіа-освіти . / Онкович Г. В. // Дивослово. – 2007. № 5. – С.29-31.
5. Потятинник Б. Масова журналістська освіта – а чому б ні?/ Потятинник Б. // МедіаКритика. – 2005. – Ч. 10.

*This article is dedicated for the problem of the establishment and developing of the media education in Ukraine like the very important part for establish of the information community.*

**Keywords:** *media – education, world education area, information revolution, media – competence.*

### **Вікторія Чуркіна**

кандидат мистецтвознавства, доцент кафедри виховання й розвитку особистості  
Комунальний вищий навчальний заклад «Харківська академія неперервної освіти»

### **Вікторія Федоренко**

професор кафедри тележурналістики та майстерності актора, заслужений діяч мистецтв України  
Київський національний університет культури і мистецтва

## **КОНВЕРГЕНТНІСТЬ ТА МУЛЬТМЕДІЙНІСНІСТЬ МЕДІА В ХХІ СТОЛІТТІ**

*У статті розглядаються феномени конвергентності та мультимедійності медіа. Досліджуються процеси формування медіатекстів та новин. Охарактеризовано поняття новин, «рюкзачної журналістики», загальнокультурної компетентності, медаосвіти.*

**Ключові слова:** *медіа, конвергентність, мультимедійність, медаосвіти.*

У ХХІ столітті наука і література, освіта та культура інтегруючись до публіцистики та журналістики, породжують сучасну есеїстику та естетику, забезпечують впровадження ідей нової журналістики та людського сприйняття медіа у ХХІ ст. Бо людське око бачить більше, ніж камера [1, с. 5].

Уже у ХХ ст. основою інтеграції було втілення ідеалів повсякденності, це відзначають Т. Вулф, Д. Дідіон, Р. Голштейн, Х. Томпсон, Т. Капоте, Т. Саутерн. Конвергенція стосується поєднання різних видів мовлення, різних контентів та аудіовізуального матеріалу. Ряд текстів створюються на замовлення і розповсюджуються через медіа.

Одним з перших текстів, написаних в стилі повсякдення – стаття ідеолога течії Т. Вулфа, надрукована в журналі «Есквайр» [5, с. 18].

Так само інтеграцію простежуємо в літературі, зокрема в праці викладача англійської мови з міста Канзасу Майкла Джонсона, який впроваджував поняття «літературний журналізм». Він підкреслював, що це поняття дуже широке, поєднує феномени ЗМІ і мистецтво одночасно. Він відзначав значущість гуманістичних ідеалів в культурі кінця ХХ століття,

підкреслює існуючі «недоліки традиційної журналістської практики (the shortcomings of traditional journalistic practice)» [10, р. 19].

Конвергентність всіх сучасних медіа, є важливим складником розвитку телекомунікаційного та інформаційного суспільства в цілому. «Конвергентність» в медіа – це злиття різних каналів передачі інформації, а «мультимедійність» – спільне використання кількох засобів передачі інформації (media), таких як текст, звук, зображення, відео.

В понятті «мультимедійність» корінь «мульти», підкреслює різноманітність контенту. «Мульти» – це коли новина має різноманітні формати носіїв та контенту для сайту, для телепередачі, для радіопрограм, для статей в журналі чи газеті тощо. Для «мультимедіа», значущою є маклюєнівська формула «the medium is the message» («середовище це повідомлення») [13].

Для всієї української медіасистеми, освіти, культури настав час фундаментальних трансформацій у зв'язку з розвитком цифрового мовлення та інтернет-телебачення. Змінюється і професійна свідомість журналістів і вчителів, які сьогодні освоюють нові технологічні платформи та комунікаційні стратегії, створюють новинний контент, є борцями із фейками.

Термін конвергенція походить з латини convergo – «зближаю» [2].

Процесуально зближення – конвергенція (взаємопроникнення, взаємодія, узгодження) відбувається в різних площинах [6, с. 15–21].

Формування сучасних медіа відбулося під впливом ідей «макрейкерства» (розгрібання бруду) [8–14], які виникли в США в середині 1960-х – 1970-х рр. Вони також мали вплив на освіту та культуру, американську прозу і журналістику.

М. Джонсон зазначав розквіт молодіжної преси в умовах андеграунду у ХХ столітті в роки зневіри в ідеях «Американської мрії» [10, р.85].

У західній традиції медіа – це присутність, це певна точка зору журналіста для цільової аудиторії. У медіа важливим є зворотний зв'язок, бо головне для журналіста новин знати, що відбувається з цільовою аудиторією. На цьому наголошує Вульф у статті «Робота репортера» [5, с. 41]. Він підкреслює значущість понять «подієвості» та сенсаційності. Відзначає наявність тенденцій: медиатизації прози (відтворення діалогів та текстів, подібних репортажу), естетики медіа (використання «третьої особи», розповіді про людину «з середини» і доскональний опис обставин, за яких відбувається дія. Тому фактична основа отримує художнє обрамлення, отже створюється особлива форма авторської присутності в тексті і за його межами у вигляді «медійної», публічної фігури [5, с. 21].

Для журналістів актуалізується прийом *Scene by scene construction* «сюжетних конструкцій дій», якщо треба вибудовувати епізод за епізодом, спираючись на побачене особисто. Важливо описувати звички людей, особливості характеру, інтер'єр будинку, одяг, та приділяти увагу деталям.

У ХХ столітті «макрейкери» письменники і журналісти, репортери, що спеціалізуються на викриттях злочинів у країнах Європи та США. Вони викривали представників влади, ваді суспільства, спиралися на можливості соціальної сатири. Їх розслідування допомагають зрозуміти логіку пошуку потрібних фактів і документів, методика суб'єктивного, але чесного репортажу про реальні біди людей у ХХ – ХХІ століттях [2].

Медійні події нерідко організуються поза прямим зв'язком із реальністю. Результатом стає ряд медійних псевдоподій, подій-симулякрів як їх описує сучасна комунікативістика. Відсутність прямих відповідностей з життям, нікчемність доказів і зовнішніх фактів не завжди гарантують істинність суджень. Виникає проблема суб'єктивного відбору фактів, проте щирість, емоційність висловлювання, завжди цінувалася в суспільстві.

Особливістю сучасної журналістики – відтворення поверхні життя, фіксація дрібниць буття, та взаємообумовленість подіями щоденності.

Сьогодні для успішної комунікації важливо, щоби адресат був добре знайомий із засобом комунікації, який використано для передачі інформації, щоб міг її розшифрувати. Розуміючи сутність висловлювання, міг сам створювати новину та при цьому враховувати контекст, підтекст, особливості засобів комунікації.

Конвергентні медіа сприяли появі «рюкзачної» мультимедійної журналістики. Для її існування необхідні засоби: нетбук, камера, штатив тощо, тому що журналіст або репортер може інтерактивно зібрати і обробити матеріал, сьогодні це може зробити будь-хто [6].

Поява конвергентних медіа зумовила розвиток того що людина може створити газету, розмістити новину, вплинути на думки інших в соціальних мережах і стає поширювачем новин. Багато людей споживають контент медіа, читаючи чи переглядаючи, клікаючи в Інтернеті. Наприклад, сьогодні актуальною є новина «Коронавірусна евакуація»: у Нових Санжарах перекрита дорога, поліція закликає мешканців до спокою [7].

Новини – це естетичний феномен, який зберігає у своїй основі риси документалізму, в них, як правило, представлено історію повсякдення. Новини, які свідчать про проблеми та досягнення, чи набутки людського суспільства.

Новини сьогодні транслуються на радіостанціях, Інтернет-порталах, сайтах, телепередачах.

Сучасні мультимедійні інструменти дозволяють зробити матеріал більш повним, інформативним і доступним для читача. Сьогодні використовують можливості медіатекстів (за-

головки, емоції, джерела, факти, думки експертів, коментарі та свідчення очевидців, що були присутніми на місці події). Замість довгого пояснення тексту часто публікують інфографіку, а інтерв'ю є основою відеосюжету.

Медійний дискурс сьогодні не вимагає від реципієнта особливого наукового або естетичного заглиблення, але має відповідати очікуванням аудиторії. Текст часто отримує статус уявної реальності, журналіст чи звичайна людина свідомо створюють суб'єктивно-емоційні образи [6].

«Конвергентність» та мультимедійність в медіа дозволяє уявити, що соціальна реальність – це світ конкретного соціального суб'єкта, взаємини з Всесвітом. Соціальна реальність створюється за допомогою інструментів медіа в процесі взаємодій соціальних суб'єктів і є результатом їх життєдіяльності.

Загальним показником соціальної реальності в медіа є культура, де особливе значення має система соціальних норм життя, цінностей, традиції і звичаїв, мови, характеру комунікацій, зразків поведінки тощо.

Таким чином соціальна реальність завдяки конвергенції медіа опосередкована смислами і значеннями, створюваними не тільки соціальними суб'єктами, індивідами в ході проживання їх повсякденному житті, а й образами, що продукують медіа.

Разом з тим реальність не може бути тільки суб'єктивною, оскільки вона висловлює об'єктивний характер системи суспільних взаємин.

Соціальна реальність є основою свідомості суб'єкта. Конвергентність медіа дозволяє відтворити прагнення людини, її цілі, емоції, норми, правила, установки тощо. Віртуальна реальність в процесі конвергентності та мультимедійності медіа є симуляцією. Таким чином, будь-яка реальність відбувається з досвіду, що є актом свідомості, переживання подій, сенсів [8].

Простір, що створюється новітніми цифровими та телекомунікаційними технологіями є новітнім типом соціальної реальності, який створюють медіа. Все це має вплив на громадське соціальне життя людини [4].

Соціальна реальність інформаційного суспільства у XXI столітті є штучно створеною, містить величезну кількість міфів, ілюзій, утопій, фейків і часто відображає не реальні соціальні факти, а вигадані події.

Таким чином, характеристиками конвергентності медіа є створення нового простору, нової соціальної реальності інформаційного суспільства. Її особливостями є дискретність (переривчастість), фрагментарність, ілюзорність.

Конвергентність та мультимедійність медіа сприяють тому, що саме поняття простору як форми існування об'єктивної реальності зазнало змін, відбулося розширення просторової структури суспільства. Час в умовах сучасного інформаційного суспільства є нелінійною системою.

Конвергентність та мультимедійність медіа сприяють тому, що матеріальність і речові набутки соціального світу позначають знаком, символом, образом, цифровою заданістю.

Тому, сучасна медіаосвіта передбачає формування цифрових та ІКТ компетентностей, що обумовлені віртуалізацією культури. Сьогодні пов'язано з формуванням вміння тлумачення текстів медіа різних видів і жанрів [9]. Виникненням інноваційних способів сприйняття та тлумачення інформації, актуалізацією інфо-медійної грамотності в сфері освіти та культури. Вплив віртуальної реальності дозволяє забезпечити різні рівні комунікації та формувати загальнокультурну компетентність.

Важливим складником загальнокультурної компетентності є загальнокультурні знання, уміння та навички, до яких належать знання системи універсальних культурних цінностей, уявлення про наукову картину світу, уявлення про художню картину світу, уявлення про мовну картину світу, знання основних наукових і художніх досягнень, уявлення про художні цінності, знання фактів всесвітньої та національної історії, фонові знання, фонові культурні знання тощо.

До змісту загальнокультурної компетентності входять узагальнені способи діяльності, які дозволяють особистості привласнювати культурні зразки та створювати нові. Уявлення про ці способи дії формується в межах компетентнісного підходу. Практика свідчить, що несформованість загальнокультурної компетентності гальмує особистісний ріст особистості та нега-



тивно впливає на ефективність усього освітнього. Складниками загальнокультурної компетентності є інфомедіа-компетентність та медаграмотність що забезпечують особистості сприйняття, інтерпретацію, аналізі пізнавальної, емоційної, естетичної, етичної, недійної інформації. Погоджуємось з висновками Potter W. J. що медіа грамотність дозволяє людині на вищому рівні розуміти, управляти інформаційним полем, здійснювати оцінку медійного світу» [14, р. 12].

Таким чином, створені моделі комунікації ґрунтувались спочатку на розширенні можливостей людини, зокрема розумових здібностей, а сьогодні зріс потенціал комунікацій, що збудовані на спільності інтересів та взаєморозумінні. Відбувається впровадження нових моделей спілкування за допомогою медіатекстів, технологій поширення новин, зміна принципів споживання повідомлень та інформації, поширення медаграмотності, зміна ставлення людей до медіа.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Абетка візуальної грамотності / Баликін І., Волошенюк О., Чорний О., Федченко О. / За редакцією Волошенюк О., Іванова В., Євтушенко Р. — Київ : АУП, ЦВП, 2019. — 80с.
2. Больц Н. Азбука медіа. Москва, Издательство «Европа». 2011. — 136 с.
3. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи). Изд. 2-е. — М., 2005. — 283 с.
4. Бурдые П. Практический смысл / П. Бурдые. Пер с фр., отв. ред., послесл. Н. А. Шматко. — М.: ИЭС; СПб.: Алетейя, 2001. — 562 с.
5. Вулф Т. Новая журналистика и Антология новой журналистики.— М.: «Амфора», 2008. —574 с.
6. Кросмедіа: контент, технології, перспективи: колективна моногр. / за заг. ред. д. н. із соц. ком. В. Е. Шевченко; Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. — К. : Кафедра мультимедійних технологій і медіадизайну Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2017. — 234 с. URL: [https://www.academia.edu/35581441/Шевченко\\_BE\\_Конвергентність\\_як\\_основна\\_ознака\\_сучасних\\_медіа](https://www.academia.edu/35581441/Шевченко_BE_Конвергентність_як_основна_ознака_сучасних_медіа)
7. Коронавірусна евакуація»: у Нових Санжарах перекрита дорога, поліція закликає мешканців до спокою URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-koronavirus-evakuatsiya-politsiya/30444905.html>
8. Фолькер Вольфф Журналістика газет і журналів / Видання 2-е, перероблене / Пер. з нім. В. Климченко. Київ: Центр вільної преси, 2017. — 377 с.
9. Чуркина В. Г., Косенко Е. О. Аудиовизуальное искусство и коммуникация в непрерывном медиаобразовании. Как развивать медиаграмотность студента и преподавателя университета: стратегии и техники [Эл. ресурс] : сб. ст. Вып. 10 / редкол.: Д. И. Губаревич (отв. ред.); под общ. ред. В. В. Самохвала. — Минск : БГУ, 2017. — (Современные технологии университетского образования) URL: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/193184.pdf>
10. Bignell J. Postmodern media culture. Edinburgh. — 2008. — 291 p.
11. Hofstede G. Cultures and Organizations: Software of the Mind /Geert Hofstede. — New York.: McGraw Hill, 1996. — 276 p.
12. Johnson M. L. The New Journalism. Kansas UP, 1971. — 172 p.
13. McLuhan M. Introduction // Kenner H. Paradox in Chesterton. — New York: Sheed and Ward, 1947. — P. XI–XXII; McLuhan M. Introduction // Kenner H. Pound Era. — Berkeley: Univ. of California Press: Faber and Faber, 1971. — p.24.
14. Potter W. J. Media literacy. Los Angeles: Sage, 2011. — 463 p.

*The article deals with the phenomena of convergence and multimedia of the media. The processes of formation of media texts and news are investigated. The concept of news, “backpack journalism”, general cultural competence, and media education are characterized.*

**Keywords:** *media, convergence, multimedia, media education.*

**Ксенія Кудрявцева**

аспірантка кафедри Міжкультурної комунікації та іноземної мови

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

## **ДИНАМІКА ПОШИРЕННЯ ФЕЙКІВ В СОЦІАЛЬНОМУ ПРОСТОРИ**

*У статті досліджується поняття фейку та його характерні особливості, ефективність фейкових новин в сучасному суспільстві через соціальні мережі. Розглянуто політику Facebook та Twitter щодо фейкових повідомлень, значення фактчекінгу в умовах інформаційної війни.*

**Ключові слова:** *фейки, фейкові новини, інформаційна війна, маніпулювання, фактчекінг, соціальні мережі, соціальний вірус, Facebook, Twitter.*

Бурхливий розвиток інформаційних технологій в кінці ХХ-ХХІ століття справив значний вплив на зміну соціальної організації, що зумовив виникнення інформаційного суспільства та цифрової економіки. Формування світових мас-медіа, еволюція технологій комп'ютерної обробки інформації, розвиток Інтернету та соціальних мереж – ці та інші факти докорінно змінили механізми виробництва і поширення масової інформації, значно розширивши можливості для маніпулювання індивідуальним і суспільною свідомістю.

Термін «фейкові новини» став об'єктом великої дискусії не тільки серед науковців, політиків, журналістів. Папа Римський вважає, що: «це стосується поширення дезінформації в мережі Інтернет чи в традиційних засобах масової інформації; має відношення до неправдивої інформації, заснованої на неіснуючих або спотворених даних, що мали намір обдурити чи маніпулювати читачем. Поширення фальшивих новин може служити просуванню конкретних цілей, впливати на політичні рішення та слугувати економічним інтересам» [7].

Він наголошує, що: «По-перше, ефективність фейкових новин зумовлена насамперед їхньою здатністю імітувати реальні новини, здаватися правдоподібними. По-друге, ця фальшивка, але правдоподібна новина є «прив'язливою», оскільки привертає увагу людей, апелюючи до стереотипів і загальних соціальних забобонів, а також використовує миттєві емоції, такі як тривога, презирство, гнів і розчарування. Можливість поширювати такі фальшиві новини часто покладається на маніпулятивне використання соціальних мереж та способів їх функціонування. Неправдиві історії можуть поширюватися настільки швидко, що навіть авторитетні заперечення не можуть зупинити шкоду».

Протягом минулого століття, коли друковані ЗМІ, радіостанції та телебачення керували потоками громадської інформації, журналістська спільнота встановила суворі професійні стандарти для контролю якості та змісту новин. Однак внаслідок зміни інформаційного середовища «медіакомпанії як ніколи відчують гостру конкуренцію, яка, в свою чергу, змушує їх переглядати бізнес-модель. При цьому акцент все більше переноситься з якості на сенсацію. Більше сенсації – більше переглядів – вища вартість реклами» [1].

Вже сьогодні можна казати як про факт, що фейки суттєво змінюють наше життя і від них важко буде позбутися. Технічні платформи та соціальні мережі максимально полегшили породження контенту кожному, а самі вони уникають відповідальності за достовірність інформації, повідомлень, як це було у традиційних медіа. Знайшлися умільці-фальсифікатори і для YouTube. Про обсяги пишуть наступне: «YouTube не розкриває числа фейковий зображень, які блокуються кожен день, але команда працює над тим, щоб їх було не більше одного відсотка. При цьому платформа реєструє мільярд переглядів в день, що дає десятки мільйонів щоденних фейковий зображень» [2].

Г. Почепцов пише про «індустріалізацію» фейків: «Ситуація з виборами в ряді країн показала, що цією моделлю можуть скористатися для індустріального породження новин замість індивідуального. Коли процес [створення фейків] зі стихійного стає системним, виникає проблема серйозної небезпеки фейку, тому що індустріальний фейк, на відміну від індивідуального, може становити загрози набагато більш небезпечні» [2].

Дослідження Pew Research показало [3], що в 2016 р 62% американців читали новини в соцмедіа. А з 66% дорослих американців 44% отримували інформацію через Фейсбук. До того ж зростаюча доступність онлайн-новин дає будь-якому користувачеві Інтернету можливість створювати свій контент і поширювати його в якості новини. Такі технології, як Фейсбук, мають зовсім іншу структуру, ніж їхні медіапопередники. Контент може поширюватися між користувачами безпосередньо, без фільтрації третьою стороною. Такий контент не проходить ніякої процедури перевірки фактів або редактури. Аудиторія окремого користувача часом може досягати аудиторії CNN або New York Times.

Зафіксуємо важливі особливості сучасного інформаційного середовища:

- висока швидкість поширення інформації;
- високий рівень довіри до людей зі «свого» співтовариства;
- акцент на емоційній складовій інформації (сенс відходить на другий план);
- низький рівень сприймання роздроблених груп аудиторії інтернет-користувачів до аргументів, що суперечить їхнім переконанням.

Ці фактори у своїй сукупності створюють благодатне середовище для поширення різного роду фейків. І саме в цей момент з'являється нова безпрецедентна технологія, що дозволяє штучно синтезувати людські зображення – «глибокі фейки» (deepfakes). Глибокі фейки мають особливо руйнівний потенціал, тому що вони виникли за часів, коли стає все важче відрізнити реальні факти від вигаданих [6, с. 149].

В останні роки соціальні мережі, такі як Facebook або Twitter, в корені змінили спосіб обміну інформацією, завдяки чому величезна кількість інформації, незалежно від того, чи є вона істинною або помилковою, широко поширюється в мережах. Це явище може викликати серйозні порушення в нашому повсякденному житті, оскільки помилкова інформація часто може бути замаскована під правдиву інформацію, яка вводить в оману користувачів.

Динаміку розповсюдження фейків можна прослідкувати за допомогою дослідження. «Фейкові новини поширюються в соцмережі Twitter набагато швидше і ширше, ніж справжні» – до такого висновку прийшли вчені Массачусетського технологічного інституту, повідомляють світові ЗМІ з посиланням на Reuters [8].

Дослідники проаналізували близько 126 тисяч повідомлень від 3 мільйонів людей, надісланих в Twitter з 2006 по 2017 рік. Дивно, але новини, віднесені до категорії хибних або підроблених, мали на 70 відсотків більше шансів отримати ретвіт, ніж справжні новини. «Політичні» фальшиві новини поширюються в три рази швидше, ніж інші, і верхній 1 відсоток ретвітів фальшивих новин регулярно розсилається як мінімум 1000 особам, а іноді і 100 000 особам. З іншого боку, справжні новини чи досягли понад 1000 осіб.

Вони класифікували новини як правдиві або неправдиві, використовуючи інформацію шести незалежних фактчекінгових організацій. Фейкові новини поширювалися значно далі, швидше, глибше і ширше, ніж істина, у всіх категоріях інформації, і наслідки були більш вираженими для фальшивих політичних новин, ніж для новин про тероризм, природні катастрофи, науку, міські легенди або фінансову інформацію. Було виявлено, що помилкові новини були більш новими, ніж правдиві, що говорить про те, що люди частіше діляться новою та емоційною інформацією.

Це дослідження стало одним з найсерйозніших спроб аналізу динаміки поширення фейкових новин в соцмережах. Інформацію, яку аналізували вчені, перевіряли шість незалежних фактчекінгових організацій, зокрема – Snopes і Politifact.

Згідно з висновками вчених, фейкові новини поширюються набагато швидше в всіх категоріях. Особливо це стосується новин про політику, в меншій мірі – новин про тероризм,

стихійні лиха, науку та фінанси. При цьому, таку динаміку забезпечують, в основному, справжні користувачі, а не автоматизовані «боти».

Вони відзначили збільшення фейкових політичних повідомлень під час президентських перегонів у 2012 та 2016 роках.

Незважаючи на те, що дослідження було зосереджено на Twitter, дослідники заявили, що їхні висновки, ймовірно, стосуватимуться й інших платформ соціальних медіа, включаючи Facebook.

Це припущення підтверджується іншими дослідниками [5]. Вони вважають, що розуміння унікальної епідеміології підроблених новин може бути не менш важливим ніж навички критичного мислення та факт-чекінгу. На відміну від типового вірусу, постачальники брехні шукають найуразливіших і цінних жертв – тих, хто з найбільшою ймовірністю поширить інфекцію. Проведення комп'ютерного моделювання показало, як фальшиві новини поширюються через соціальні мережі. Використовуючи сучасні алгоритми машинного навчання, вони вивчили, як люди можуть навчитися розпізнавати помилкові новини, і спробували виявити найбільш важливі фактори, що сприяють поширенню неправдивих новин. Було виявлено, що найбільш важливим каталізатором фальшивих новин була точність, з якою постачальник націлювався на аудиторію – завдання, яке легко вирішити, використовуючи дані, які технологічні компанії регулярно збирають і продають рекламодавцям. Ключ повинен був створити початкову групу віруючих, які діляться або коментують предмет, рекомендуючи його іншим через Twitter або Facebook. Помилкові історії поширювалися далі, коли вони спочатку були націлені на погано поінформованих людей, яким було важко сказати, чи було твердження правдивим чи ні.

Отже, ми мимоволі створили середовище соціальних мереж, яке за своєю природою схильне до хибних новинних епідемій. Коли маркетологи використовують інформацію про звички серфінгу, вподобання та соціальні зв'язки для таргетування реклами, це може сприяти вигідному економічному обміну. Але в чужих руках технологія стає засобом точного посіву пропаганди.

Інші дослідники також дійшли схожих висновків. Пате-Корнелл і Траммель заявляють [4], що існує чимало доказів того, що літні люди, молоді та малоосвічені особи особливо сприйнятливі до фейк-ньюз. Але в широкому сенсі саме прибічники політичних крайнощів, будь-то ліберальних або консервативних, найбільше довіряють неперевіреним інформації, частково через упередженість підтвердження – тенденцію в усіх нас вірити історіям, що підкріплюють наші переконання – і, чим сильніше ці переконання, тим сильніше людина відчуває тягіння упередженості підтвердження.

Дезінформації позбутися важко, але дізнавшись, як вона поширюється через соціальні медіа, треба боротися. Платформи соціальних медіа можуть відповідним чином реагувати при виявленні підозрілого вмісту за допомогою попередження. Але ця система перевірки та попередження потребує фінансування, з одного боку, в з іншого, соціальні мережі можуть звинуватити у обмеженні свободи вираження поглядів.

Пате-Корнелл каже, що небезпеку фальшивих новин слід аналізувати як ризик стратегічного управління, аналогічний тому, як ми традиційно аналізували ризики, пов'язані з кібератаками, спрямовані на відключення критичної інфраструктури. «Це питання, як ми можемо найкращим чином керувати нашими ресурсами, щоб мінімізувати ризик», – каже вона. «Скільки ви готові витратити і який рівень ризику ми готові прийняти?» [4].

Фейк-ньюз сьогодні – це вже питання національної безпеки. Фейки можна порівняти з вірусами, що можуть заражати людину не один раз. «Заражена» людина більш вразлива до інших фейкових-новин та дезінформації, а також є джерелом розповсюдження неправдивої інформації.

Підроблені новини є в тому числі прибутковим бізнесом, що приносить великі суми доходу від реклами для видавців, які створюють і публікують історії, що стають вірусними. Чим більше кліків отримує історія, тим більше онлайн-видавців заробляють за рахунок доходів



від реклами. Для багатьох авторів та блогерів соціальні мережі є ідеальною платформою для обміну контентом і залучення трафіку.

Також треба зазначити здатність фейків змінювати соціальну реальність. Коли велика кількість людей вважають щось за дійсність, вони починають діяти з цієї позиції. Що у свою чергу веде до змін у соціальній реальності. Саме цю технологію використали на президентських виборах в США, коли за допомогою фейкових новин домоглися активізувати прихильників Д. Трампа та знизити явку виборців Х. Клінтон.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Майка Р. Как Трамп и фейки изменили медиа // Российский совет по международным делам. 4 июня 2018г. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/columns/united-states/kak-tramp-i-feyki-izmenili-media/?sphrase\\_id=28536647](https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/columns/united-states/kak-tramp-i-feyki-izmenili-media/?sphrase_id=28536647)
2. Почепцов Г. Фейков много, теорий фейков еще больше [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://psyfactor.org/psyops/feyki-7.htm>
3. Allcott H., Gentzkow M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. // Journal of Economic Perspectives—Volume 31, Number 2—Spring 2017. — P. 211-236. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf>
4. Andrews L. E. How fake news spreads like a real virus [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://engineering.stanford.edu/magazine/article/how-fake-news-spreads-real-virus>
5. Buchanan M. Why fake news spreads like wildfire on Facebook [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.chicagotribune.com/opinion/commentary/ct-perspec-fake-news-google-facebook-0904-story.html>
6. Chesney R., Citron D. Deepfakes and the New Disinformation War. The Coming Age of Post-Truth Geopolitics // Foreign Affairs. January/February 2019. P. 147-155.
7. Fake News: Pope Francis Releases Official Message on “Snake-Tactics” [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://skepticroview.com/2018/01/24/fake-news-pope-francis-releases-official-message-snake-tactics/>
8. Volz D. False news 70 percent more likely to spread on Twitter: study [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.reuters.com/article/us-usa-cyber-twitter/false-news-70-percent-more-likely-to-spread-on-twitter-study-idUSKCN1GK2QQ>

*The article explores the concept of fake and its characteristic features, the effectiveness of fake news in modern society through social networks. The policy of Facebook and Twitter regarding fake messages, the value of fact-checking in the conditions of information war are considered.*

**Keywords:** *fakes, fake news, information war, manipulation, fact-checking, social networks, social virus, Facebook, Twitter.*

**Олена Зіненко**

старший викладач, аспірант кафедри  
медіакомунікацій соціологічного факультету  
Харківський національний університет  
імені В. Н. Каразіна

## **ВІЗУАЛЬНИЙ СТОРІТЕЛІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ МЕДАГРАМОТНОСТІ**

*В сучасних умовах інформаційного перевантаження візуальні методи передавання інформації набувають все більшої популярності як в індивідуальному спілкуванні, так і у галузях виробництва медіаконтенту для масової аудиторії. Сучасність вимагає від медіаграмотної людини не тільки розуміння вербального контенту, а й візуального. Розуміння візуальних об'єктів не просто як засобу емоційного впливу, а як цілісного висловлювання або його частини є важливим для розвитку критичного мислення і медіаграмотного підходу до аналізу контенту. Значна частка маніпуляцій в медіа припадає на візуальний медіаконтент, і навчати його аналізу потрібно не тільки школярів, а й вчителів та інших дорослих. В даній статті ми поставили за мету презентувати кейси застосування методів візуального аналізу та навчання візуального сторітелінгу як інструментів медіаграмотності.*

**Ключові слова:** *медіаграмотність, візуальний сторітелінг, тренінг, стереотипи.*

Розвиток інформаційного суспільства з урізноманітненням агентів медіааяльності призводить до того, що візуальні методи передавання інформації набувають все більшої популярності як в індивідуальному спілкуванні, так і у галузях виробництва медіаконтенту для масової аудиторії. Сучасність вимагає від медіаграмотної людини не тільки розуміння вербального контенту, а й візуального, що передбачає володіння навичками декодування не тільки речень, а й образів, розкриття сенсу не тільки текстів, а й візуальних історій. Створення вербальних висловлювань потребує від виробників досконалого знання мови, а сприйняття — її знання споживачами медіаконтенту. Візуальні медіапродукти в цьому сенсі більш універсальні і ефективні. Візуальні матеріали, поширювані в медіа, привертають більшу увагу споживачів інформації, і це не дивно, бо вони створюються, щоб викликати емоції. Тож володіння інструментами критичного аналізу візуальних об'єктів є одним з ефективних інструментів медіаграмотності. Розуміння візуальних об'єктів не просто як засобу емоційного впливу, а як цілісного висловлювання або його частини є важливим для розвитку критичного мислення і грамотного підходу до аналізу медіаконтенту.

Розвитку відносин між «картинками» та «текстами» присвячено огляд Марини Дорош на ресурсі Media Sapiens «Сторітеллінг на папері та планшеті», в якому вона аналізує шлях паперових медіа 2000-их, і зазначає, що редакції все більше приділяють увагу візуальній організації сторінок своїх видань, а також наголошує на тому, що, яким би не був прогрес технологій, планшети та смартфони налаштовані на те, щоб ми перегортали сторінки. Сторінка є обмеженням для розміщення тих чи інших матеріалів, і за ефектом, і за об'ємом сприйнятої інформації на секунду переглядання, тексти програють картинкам [5]. А це означає, що у інформаційних війнах виграють візуальні образи, тож необхідність розвитку візуальної медіаграмотності є актуальною.

Про важливість навчання медіаграмотності наголосила Фаріда Віс, директорка Visual Social Media Lab (Велика Британія), яка проводила курс навчання для канадійських вчителів, на яку посилається в матеріалі «Контекст має значення. Навіщо в Канаді масово навчають візуальної медіаграмотності» кореспондент Media Sapiens Володимир Малинка. Зокрема Фаріда Віс зазначила, що значна частка маніпуляцій в медіа припадає на візуальний медіаконтент, і навчати його аналізу потрібно не тільки школярів, а й вчителів та інших дорослих. Вона наго-

лосила на тому, що візуальна грамотність включає не тільки з'ясування значення символу, але й розуміння цих символічних зображень у певних контекстах [9].

Часто засоби візуального сторітелінгу використовують в цілях арт-терапії. Такий підхід до створення візуальних продуктів дещо обмежує розуміння його потенціалу як медіа. Візуальний образ, історія, створені людиною з метою висловлення своєї думки, виконує медійні функції, стає повідомленням, а його творець є відправником (творцем, ініціатором) цього повідомлення, а присутні учасники заходу є одержувачами, які можуть одразу надати зворотній зв'язок, висловити своє відношення до його змісту.

Одним з ефективних способів навчання медіаграмотності є не тільки аналіз медіаконтенту, а його творення. Навчання школярів виробляти свій медіаконтент відповідно до принципів медіаграмотності є частиною широкої стратегії, що розроблена фінським урядом після 2014 року, про що зазначає журналіст газети Гвардіан Джон Генлі у матеріалі про фінські школи [2].

Про важливість навчання візуальній медіаграмотності зазначають автори посібника «Абетка візуальної грамотності», де надано детальну інформацію щодо принципів творення візуального медіаконтенту [1]. Між тим ефективним є комплексний підхід до дослідження медіатворів, який пропонує В. Кулик у монографії «Дискурс українських медій», з увагою не тільки до творення медіапродуктів, а їх реалізації та ефектів [7, с. 116-133]. В даній статті ми поставили за мету структурувати та узагальнити досвід застосування методу візуального сторітелінгу як інструменту медіаграмотності під час проведення просвітницьких заходів для дітей та дорослих в Харкові в рамках проекту «Центр гендерної культури як платформа розширення прав жінок та молоді» за підтримки Європейського союзу протягом 2018-2020 рр.

Кейс перший. Декодування візуального повідомлення. Аналіз проводився у рамках тренінгів з креативного мислення для медіаволонтерів, вчителів, викладачів вишів протягом 2018-2020 років. В роботі з дорослою аудиторією ми зазвичай стикаємось із упереджено негативним ставленням до медіапродуктів, що пропонує сучасний медіаринок. Для аналізу ми звернулись до таких мультфільмів: «Жовта субмарина», «Ліло і Стіч», «Скубі-Ду» та «Сімпсони». Обговорення саме таких прикладів є плідним в тому числі і з точки зору подолання стереотипів дорослих щодо уподобань дітей у виборі медіаконтенту.

Під час тренінгу учасникам на екрані були показані скріншоти з зображенням героїв серіалу в певній ситуації. Аналіз проходив за таким планом:

1. Демонстрація скріншоту.

2. Пропозиція згадати, що учасники пам'ятають про мультфільм за допомогою додаткових запитань: Про що цей фільм? Хто герої? Як вони виглядають і чому? Як вони поведуться і чому? Що вони роблять? Що ви знаєте про творення цього мультсеріалу (ідея, виробник, рік, країна, соціальний підтекст)?

3. Фіксація версій та їх сортування за рівнями декодування медіаповідомлення, запропонованого у статті О. Зіненко «Декодування Повідомлення Публічної Події Як Інструмент Медіаграмотності»: теми, виразних засобів, сюжету та героїв, контексту творення [6].

4. Висновки щодо можливих цільових аудиторій (учасники зазвичай самі приходять до висновку, що цей фільм має декілька рівней, які розраховані на сприйняття дітьми, їхніми батьками та іншими дорослими).

Зупинимось на ключових моментах, які допомогли зробити відкриття щодо інформаційної цінності цих мультфільмів:

«Жовта сумарина» стереотипно сприймається як мультфільм, в якому неправильно намальовані фігури героїв, а використання кольорів взагалі вступає в протиріччя з класичним розумінням мистецтва. Під час обговорення ми з'ясовуємо, що цей мультфільм є не просто «погано намальованою» історією про пригоди музикантів гурту «Бітлз» під водою, а є візуальним переосмисленням актуальних тем, проблем і явищ дійсності: ненасильницької комунікації та толерантного ставлення до «іншого», а також теорії відносності, теорії струн, квантової механіки. Всі ці теми хвилювали молодь середини шестидесятих років ХХ-го століття, покоління, що виростало після Другої світової війни.



«Ліло і Стіч» сприймалася як чергова мультсеріальна розважальна жвачка від «Діснея», проте під час обговорення ми з'ясували, що це аудіовізуальна історія про виховання прийомної дитини, яка програється на двох рівнях. Ліло виховує її старша сестра, яку контролюють соціальні служби, а сама Ліло виховує Стіча, який є іншопланетною істотою. Цікаво, що Ліло дуже не вихованому Стічу ставить в приклад таку особистість як Елвіс Преслі. Разом із учасниками ми дивуємось, що співчуваємо більше нестандартним героям, які роблять помилки, а менше співчуваємо начебто правильним робітникам соціальних служб, які чомусь виглядають як герої американського фільму «Люди в чорному», який був популярним в той же час, що й перший сезон цього мультсеріалу, тобто у 2002 році. Тема іншопланетян в соціокультурних дослідженнях декодується як тема «іншого», не такого як ти, і разом із учасниками ми доходимо висновку, що ця візуальна історія не тільки розважальна, а має дидактичне завдання виховання толерантного ставлення до тих, хто не схожий на тебе.

«Скубі Ду». Тема корупції є досить складною не тільки в ситуації, коли ти хочеш її пояснити дітям, вона є проблемною в донесенні і дорослим. Серіал про веселу команду, яка мандрує із собакою на ім'я Скубі Ду і викриває маніпуляції і корупційні схеми. Співчувати героям допомагає їх візуальна визначеність: п'ять різних характерів, які відповідають п'яти психотипам, і не важливо, що один з героїв є собакою, він як раз представляє такий характер, якому дозволено ненормативну поведінку. Решта — це дві пари, звичайні дівчина та хлопець, які є парою і відповідають усім традиційним стереотипам щодо відносин жінок та чоловіків, а друга пара є такою, що порушує стереотипи. Хлопець трусливий і слабкий, дівчинка розумна.

«Сімпсони» – цей мультсеріал має дуже дурну славу серед дорослих, особливо в середовищі вчителів. Під час обговорення ми знаходимо спільну мову в тому, що цей серіал відіграв важливу роль у популяризації української мови серед дітей та молоді. Аналіз героїв допомагає з'ясувати те, що не зважаючи на те, що спостереження за героями, які викликають огиду, є травматичним для глядача, але це мотивує не повторювати приклад подібної поведінки. Це корелює з концепцією театру жорстокості А. Арто. Не випадково, під час дискусії деякі учасники діляться прикладами дитячих фраз: «Тату, не поведься як Сімпсон, ти ж хороший».

Під час аналізу важливо привертати увагу до фактів створеної в мультфільмі дійсності і попереджати формулювання учасниками оціночних суджень щодо них. Це допомагає дистанціюватися від суб'єктивних емоцій, виділити ключові елементи значення в медіависловлюванні, які впливають на споживачів відповідно до їхнього рівня сприйняття інформації.

Кейс другий. «Маски стереотипів». Заняття з тематики дослідження гендерних стереотипів проводилося із учнями Харківського академічного художнього ліцею в рамках профорієнтаційного курсу «Креативна журналістика». Розвинуті навички художньої творчості, якими володіли школярі, дозволили нам поставити їм специфічне завдання: не тільки проаналізувати готові медіапродукти щодо стереотипів, а створити візуальні інструменти, які б можна було використовувати, щоб в подальшій просвітницькій роботі допомогали роз'яснити іншим школярам та дорослим про шкоду гендерних стереотипів для реалізації особистості та у порозумінні людей один з одним.

Заняття складалося із двох частин: 1) міні-лекції, в якій ми надали визначення стереотипів та інформацію щодо наслідків, до яких призводить гендерна дискримінація; 2) творчої частині, в якій розідали учасників на 5 груп, які створили маски стереотипів.

У результаті цього заняття учні зробили чотири маски, кожна з яких розкривала той чи інший аспект заданої теми. Перша маска розкривала механізм стереотипної репрезентації особистості у соцмережі: на одній її стороні було зображено обличчя «типової жінки-красуні» у чорних окулярах з намальованими червоними губами як у ляльки та бантиком, на іншій стороні було обличчя із закритими очима із звичайними, не нафарбованими, губами. «Перша сторона маски — це те, як люди виставляють себе «для всіх», трошечки кращими, а зворотня — це справжня особистість, внутрішній світ, як я себе бачу», – прокоментували автори маски. Друга маска була надто простою, вона виглядала як пов'язка, на якій написано: «я є такою, якою ви хочете мене бачити». Третя маска була портретом із заклеєним ротом, її автори презентували

в форматі перформансу — інтерв'ю із журналістом. Журналіст запитував про стереотипи, але не слухав відповідь інтерв'юєрки. «Це означає, – сказали автори маски, – що по на телебаченні, навіть якщо і піднімають важливу тему, все одно не дають висловитися щодо неї тим, кого запрошують». Четвертою маскою був портрет стереотипізованої білявки в оточенні слів, що акцентують увагу на її «жіночих» функціях: кухня, діти, краса тощо. Коментар авторки: «Це те, як ви мене хочете бачити, а насправді я зовсім інша».

Створені маски були передані до підрозділу «Дитяча площАРТка» Центру гендерної культури та використовувались під час просвітницьких заходів із школярами загальноосвітніх шкіл. Під час одного з таких занять до нас завітав журналіст регіонального телеканалу «Симон» Володимир Мазур для інтерв'ю-дослідження [8].

Кейс третій. Редакція друкованого блогу «Дитяча площАРТка». Експериманти з розвитку навичок візуального сторітелінгу проводилися під час позашкільних занять лабораторії «Креативна журналістика» для школярів середньої школи. Матеріали, створені дітьми під час занять в редакції публікуються в експериментальному друкованому виданні — лабораторному щоденнику «Дитяча площАРТка». Так в для осіннього випуску 2018 року вдалося підготувати візуальні твори про те, як учасники занять провели своє літо, а у весняний випуск 2019 року потрапили вечірні фоторепортажі з видами міста. В завдання входило надати фото і додати до нього коментар. Школярі не були обмежені в об'ємі коментування: в когось вийшли маленькі нариси, що додавали подробиць до візуальної історії, а хтось обмежився підписом до фото, який підсилював емоції. Одна з фотографій, яку на свій мобільний телефон з вікна електрички зробила Діана Т., тоді учениця 7-го класу, потрапила до першої шпальти осіннього випуску лабораторного щоденника «Дитяча площАРТка» за 2018 рік [3]. Весняний випуск 2019. Досвід цих занять показує, що створення візуальних медіаматеріалів під час занять журналістикою є вправою, яка швидко приносить результат, економить редакційні ресурси і мотивує учасників занять до створення більш складних матеріалів, якими є тексти статей [4].

На жаль, спостереження за практикою впровадження медіаосвіти через створення медіаресурсів в українських школах, дозволяють зазначити, що профорієнтаційна діяльність з питань журналістської освіти та медіаосвіти іноді не дозволяє авторам матеріалів творити вільно: шкільні газети, сайти та інші медіапродукти створюються в умовах контролю, жорсткої цензури з боку шкільних адміністрацій. Тільки завдяки тому, що лабораторний щоденник «Дитяча площАРТка» є незалежним медійним ресурсом, в ньому публікуються матеріали в авторській версії, яка проходить лише необхідне редагування.

Практика проведення занять медіаграмотності для різних аудиторій показує, що завдання навчання медіаграмотності можуть виходити за межі запобігання ризикам впливу медіа. Використання сучасних інструментів медіа, таких як візуальний сторітелінг, відкриває перспективи для підсилення освітніх програм гуманітарного циклу та просвітницьких проєктів, націлених на поширення інформації, обговорення складних тем. Робота з інструментами медіатворення дає розуміння роботи механізмів впливу, а створені в рамках таких проєктів медіаматеріали відповідають вимогам журналістських стандартів та принципів медіаграмотності. Між тим ефективність навчання створенню медіаконтенту залежить від дотримання медіаосвітянами права учасників на свободу слова та свободу висловлення розмаїття думок, бо це є підґрунтям для розвитку відповідальної журналістики та виховання медіаграмотного споживача.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Абетка візуальної грамотності / Баликін І., Волошенюк О., Чорний О., Федченко О. / За редакцією Волошенюк О., Іванова В., Євтушенко Р. — Київ : АУП, ЦВП, 2019.
2. Генлі Дж. (2020) Журналіст дізнався, як фінських дітей навчають протистояти дезінформації. Texty. Org. 30 січня. URL: [http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/99557/Finlandija\\_vzhe\\_u\\_shkolah\\_uchyt\\_ditej\\_protystojaty](http://texty.org.ua/pg/news/textynewseditor/read/99557/Finlandija_vzhe_u_shkolah_uchyt_ditej_protystojaty)
3. Дитяча площАРТка (2018). Осінній випуск URL:

4. <https://www.facebook.com/media/set/?set=oa.1885957961699562&type=3>
5. Дитяча площARTка (2019). Весняний випуск URL: <https://www.facebook.com/media/set/?set=oa.1973728572922500&type=3>
6. Дорош М. (2012) Сторітеллінг на папері та планшеті. Detector Media. 13 вересня. URL: (<https://ms.detector.media/onlain-media/post/6216/2012-09-13-storiteling-na-paperi-ta-plansheti/>).
7. Зіненко О. Д. (2019) Декодування повідомлення публічної події як інструмент медіаграмотності / Збірник статей Сьомої міжнародної науково-методичної конференції: Сучасний простір медіаграмотності та перспективи його розвитку. Київ : Центр Вільної Преси, Академія української преси.
8. Кулик В. Медійний дискурс між відбиванням і творенням : Дискурс українських медій : ідентичності, ідеології, владні стосунки. Київ : Критика. 2010. 657.
9. Мазур В. (2018) Гендерный вызов : інтерв'ю із школярами, учасниками проекту «Креативна журналістика», 9-Б клас, ЗОШ 154. ObjectivTv. 21 серпня URL: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_t-dph1QyVw&t=1539s&fbclid=IwAR3e3xNI22XNu4eaZAnLRONsC-uO8jK10k7811GZaIdoYiH9I31EfmU27fE](https://www.youtube.com/watch?v=_t-dph1QyVw&t=1539s&fbclid=IwAR3e3xNI22XNu4eaZAnLRONsC-uO8jK10k7811GZaIdoYiH9I31EfmU27fE).
10. Малинка В. (2019) Контекст має значення. Навіщо в Канаді масово навчають візуальної медіаграмотності. Detector Media. 21 листопада. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/23821/2019-11-21-kontekst-mae-znachennya-navishcho-v-kanadi-masovo-navchayut-vizualnoi-mediagramotnosti/>.

*In today's context of information overload, visual methods of information coverage are gaining popularity both in individual communication and in the production of media content for the mass audience. Modernity requires from the media literate man not only the understanding of verbal content but also the visual one. Understanding visual objects are not just as a tool of emotional impact, but as a coherent expression or part of it is important for the development of critical thinking and media literacy approach to content analysis. Much of the manipulation in the media falls on visual media content, and not only students but also teachers and other adults need to be trained to analyze it. In this article, we set out to present the case studies for applying visual analysis techniques and teaching visual staging as tools of media literacy.*

**Keywords:** *media literacy, visual story telling, training, stereotypes.*

**Людмила Іваненко**

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

**Наталія Баршовець**

методист відділу керівних кадрів та координації діяльності методичних кабінетів (центрів)  
Чернігівський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти імені К. Д. Ушинського

## **МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СУСПІЛЬСТВА**

*У науковій статті розглянуто та проаналізовано медіаграмотність як сучасний світовий феномен, який в сьгоднішньому швидкоплинному інформаційному просторі важливо застосувати суспільству на практиці в повсякденному житті. Подано трактування поняття медіаграмотності та зазначено її основні завдання. Визначено принципи застосування медіаграмотності у сучасних умовах. Зазначені українські проекти з медіаграмотності для самоосвіти та навчання.*

**Ключові слова:** інформація, критичне мислення, медіаграмотність, медіаосвіта, компетентність.

**Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** ХХІ століття сьогодні можна охарактеризувати як епоху інформаційного буму. Сучасне суспільство увірвалося у медіапростір та активно поширює будь-яку інформацію за допомогою популярних соціальних мереж таких як «Facebook», «Instagram» та інших; завантажують відео на «YouTube» і згодом вся ця інформація транслюється у ЗМІ. Тобто раніше суспільство виглядало більше як споживач інформації, а сьогодні суспільство постає у вигляді постачальника інформації. Все це визначається тим, що суспільство на разі перетворилося на інформаційне і більшість людей сьогодні чимало свого часу проводять у віртуальному просторі, де зосереджена велика кількість інформаційного потоку, який створює вплив на користувача віртуального простору; і тому – важливо і потрібно аналізувати одержану інформацію – таку здібність медіаграмотності. Тож сучасний світ активно вивчає культуру правильного споживання інформації – медіаграмотність.

Аналіз великого числа наукових публікацій вітчизняних та зарубіжних учених, вивчення міжнародних документів, що регулюють медіаграмотність, аналіз тенденцій формування та розвитку в Україні і світі медіаграмотності засвідчує актуальність досліджень сутності та ролі медіаграмотності в сучасному житті.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам медіаосвіти та медіаграмотності присвячена велика кількість наукових праць вітчизняних та зарубіжних учених, які розглядають моделі і методи, систему формування медіаграмотності та медіаосвіти, серед них відомі роботи таких вчених: Л. Баженової, О. Баранова, О. Волошенюк, Н. Габор, Л. Зазнобіної, В. Іванова, Л. Мастермана, В. Монастирського, Н. Найдьонової, С. Пензіна, Г. Поличко, О. Спичкіна, Ю. Усова, О. Федорова, Н. Хилько, І. Челишева, О. Шарикова та ін.

Метою дослідження є аналіз медіаграмотності як важливої умови розвитку сучасного



суспільства в умовах інформаційного буму. Відповідно до зазначеної мети були поставлені такі завдання: проаналізувати сучасний стан формування та розвитку медіаграмотності в Україні та визначити основні можливості та перспективи становлення медіаграмотності як пріоритетного напрямку розвитку інформаційної компетентності у суспільства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сьогодні сучасне суспільство зіштовхнулось з проблемою дезінформації, оскільки віртуальний простір, ЗМІ поширюють як правдиву, так і неправдиву інформацію. Все це привело до появи такого поняття як медіаграмотність. Згідно з останніми подіями в Україні, а саме: анексією Криму та воєнним конфліктом з Росією, що відбувається на півдні України, особливо актуально та навіть затребувано використання медіаграмотності серед суспільства, що опинилося під масовим інформаційним тиском. Гостро постала потреба в покращенні навичок критичного мислення, необхідності вміння виявляти пропаганду та вміння не потрапити під маніпуляцію, розуміти та виявляти фейки тощо, тобто фільтрувати інформацію. Медіаграмотність зараз розглядається як напрямок розвитку інформаційної компетентності серед суспільства.

Увесь світ залучений в єдину інформаційну систему, яка функціонує в режимі реального часу. Процес отримання й аналізу інформації є невід'ємним складником нашого життя. Проблеми медіаграмотності та медіаосвіти набирають популярності в Україні з початку 2010-х років. Навчальна програма «Медіаосвіта (медіаграмотність)», яка висвітлена на сайті «Академії української преси», пропонує наступне трактування поняття: «Медіаграмотність – комплекс знань, мотивів, певних умінь і наявність можливостей (головною з яких є критичне мислення), що здатні сприяти до добирання, використання, створення та передавання медіатекстів різноманітних видів, а також медіаграмотність нерозривно пов'язана з аналізом функціонування медіа як складного процесу в суспільстві» [2].

MediaSapiens – проект громадської організації «Детектор медіа» (раніше – «Телекритика»), створений 2010 року за підтримки Internews Network надає таке трактування поняття: «Медіаграмотність – це сукупність компетентностей, що необхідні для безпосередньої участі у життєдіяльності медійного суспільства з урахуванням умови усвідомлення своїх дій. Сьогоднішнє медіасуспільство – це і є суспільство» [1].

Відомий блогер Д. Плахта у газеті «День» наголошує «Основу медіаграмотності складає модель, що змушує суспільство замислитись та проаналізувати ту інформацію, яку вони отримують у повсякденному житті при перегляді новин по телевізору, при прослуховуванні новин по радіо тощо.

Основна мета медіаграмотності – трансформація медіаспоживчого процесу в стадію критичного мислення, таким чином суспільство здатне виявити потенційні маніпуляції та усвідомити сутність та основні задачі ЗМІ, що формують громадську думку» [4]. Користувачі віртуального простору повинні більш критично реагувати на інформаційний потік від ЗМІ та обов'язково перевіряти її у декількох джерелах задля уникнення впливу від недостовірної інформації.

«Стати медіаграмотним» – цей процес не визначається тільки проходженням спеціальних курсів, отриманням певних знань та отриманням сертифікату, і на цьому все. Медіаграмотність визначається практичними навичками та є особливістю життєвого стилю. Медіаграмотна людина повинна володіти компетентнісними навичками медіаграмотності та повинна мати здатність відчутти дезінформацію і критично її сприймати», – наголошує Д. Плахта [3]. В епоху інформаційного буму постає важлива задача перед суспільством щодо критичного мислення в процесі аналізу та обробки інформації.

Важливу роль у формуванні та розвитку медіаграмотності відіграла міжнародна організація UNESCO. UNESCO [5] зазначила 5 принципів медійної та інформаційної грамотності. Згідно цих принципів суспільство повинно сприймати інформацію від бібліотек, медіа, інтернету, радіо критично при цьому наголошуючи, що всі вони рівні між собою за статусом і немає одного головного джерела інформації. Суспільство повинно перевіряти отриману інформацію у різних джерелах та не зосереджувати свою увагу на першоджерелі. Суспільство повинно ото-



чувати себе різними джерелами інформації та не віддавати перевагу якомусь певному інформаційному джерелу, що здатне спотворити сприйняття реальної інформації. Необхідно систематизувати інформацію з різних джерел, навіть якщо певний вид інформаційного джерела є для вас неприйнятним. При застосуванні цих принципів UNESCO наголошує на можливості залишатися об'єктивним.

Сьогодні у сучасному світі зосереджено велику кількість дезінформації, хайпу, зокрема в українському інформаційному просторі важливо бути медіаграмотним серед жорстоких реалій. Медіаграмотність виступає у вигляді необхідного інструменту для кожної людини у суспільстві. Проте медіаграмотність вимагає певних зусиль та постійної роботи над собою [8, 9]. Нижче в таблиці 1 зазначені декілька популярних українських проєктів, що навчають медіаграмотності.

Таблиця 1

**Українські проєкти з медіаграмотності для самоосвіти та навчання**

Вид проєкту	Назва проєкту	Характеристика проєкту
<b>ОНЛАЙН-КУРСИ</b>	Проєкт «Програма медіаграмотності для громадян».	Створений IREX у партнерстві з Академією української преси та StopFake. Навчальну програму було створено для дорослої аудиторії, яка дає змогу ознайомитись суспільству із найбільш поширеними видами пропаганди і маніпуляцій, а також навчає базовим навичкам для перевірки інформації та критичного мислення. Проєкт було розпочато у листопаді 2017 року.
	Онлайн-курс «Новинна грамотність» від Детектор Медіа.	Просвітницький проєкт орієнтований на поширення медіаграмотності серед суспільства в умовах воєнного конфлікту та розрахований на різний вік та спеціалізацію споживачів. Складається курс із 10 модулів, які розкривають широкий спектр питань: від створення новин до того як соціальні мережі змінюють сприйняття інформації. Проєкт було розпочато у вересні 2017 року.
	Дистанційний курс «Верифікація в Інтернеті».	Не дивлячись на те, що курс орієнтований на журналістів і редакторів пострадянського простору, навчання може бути цікавим також медіа-активістам і всім, для кого соціальні мережі стали «середовищем існування». Дистанційний курс «Верифікація в Інтернеті» було розпочато у листопаді 2016 року.
	Освітній проєкт «OSINT Academy» від Інституту постінформаційного суспільства.	Освітній проєкт надає знання щодо базових інструментів розвідки з відкритих інформаційних джерел і орієнтований на блогерів, журналістів, представників прес-служб і громадських активістів, тобто на тих, ким створюється та поширюється контент щодо важливих питань для українського суспільства. Проєкт було розпочато у березні 2016 року.
	Дистанційний курс «Як розуміти соціальні мережі».	Курс зацікавить тих, хто не уявляє своє життя без Інтернету. Лекції створені щоб зрозуміти природу онлайн-спілкування та надати навички для ефективної роботи в соціальних мережах. Проєкт було розпочато у лютому 2017 року.

<b>ІГРИ</b>	Гра «Медіаграмотна місія» від IREX.	Проект надає змогу в ігровій формі дорослому суспільству перевірити свій багаж знань та навчок з медіаграмотності та критичного мислення, а також покращити їх. Проект було розпочато у 2019 році.
	Навчальна гра «Медіазнайко» від Академії української преси.	В цікавій ігровій формі діти шкільного віку мають змогу дістати знання про інформаційне (медійне) поле та стати «медіазнайком». Проект було розпочато у травні 2014 року.
<b>ПОСІБНИКИ</b>	Мультимедійний онлайн-посібник «МедіаДрайвер» від Детектор Медіа.	Онлайн-посібник розкриває не тільки те, як виявити маніпуляції, фейки та дати їм відсіч, а і ознайомлює зі світом медіа (посібник складається не тільки з текстової інформації, а і великої кількості інфографіки, відео та навіть мультиків). Посібник орієнтований на молодь, але дорослі також зможуть відкрити для себе багато нового та корисного. Проект було розпочато у листопаді 2016 року.
	«Информационный обман. Как не попасть впросак?» від Інтерньюз-Україна.	Посібник просто та доступно подає інформацію, щоб користувачі змогли навчитись критичного аналізу інформації, здобути навчок розпізнати пропаганду, розгледіти цензуру в ЗМІ тощо. Видання орієнтоване на широкий спектр суспільства та буде корисним всім тим, хто бажає краще розуміти роботу ЗМІ та вміти виявляти дезінформацію в медіа. Проект було розпочато у 2014 році.
	Видання «Як розпізнати фейк?» від Міністерства інформаційної політики України, розроблене та реалізоване спільно з проектом ЄС «Association4U».	Посібник містить у собі ряд базових правил, які дозволяють суспільству дати відсіч фейкам і дезінформації. Проект було розпочато у 2017 році.
	Видання «Довіряй, але перевіряй. Медіаграмотність в українському суспільстві» від клубу ілюстраторів Pictoric.	Видання містить ілюстрації з медіаграмотності в поєднанні з текстами журналістів, що розкривають наступні теми: цензура, свобода слова, фейкові новини, пропаганда, інформаційні війни, критичний аналіз медіа-повідомлень, зв'язок влади із медіа, соціальними мережами і суспільним телебаченням. Проект було розпочато у 2017 році.
	Практичний посібник «Медіакомпас: путівник професійного журналіста» від Інституту масової інформації.	Цей посібник стане у пригоді журналістам-початківцям, студентам, так і для вже практикуючим медійникам, які прагнуть освіжити свої знання щодо стандартів та інших особливостей у професійній діяльності.
<b>НАВЧАЛЬНІ ПРОГРАМИ ТА МЕТОДИЧНІ РОЗРОБКИ</b>	Ряд програм Академії української преси	НП розрахована на 2-4 класи «Сходінки до медіаграмотності»; НП розрахована на 8-9 класи з основ медіаграмотності 2013р. і 2017 р.; НП розрахована на 10-11 класи з основ медіаграмотності; НП розрахована на студентів вищих навчальних педагогічних закладів, педагогічних та науково-педагогічних працівників «Медіаосвіта (медіаграмотність)»; НП розрахована на вищі навчальні заклади «Медіаграмотність у запитаннях та відповідях»; НП розрахована на слухачів курсів підвищення кваліфікації для педагогічних і науково-педагогічних працівників «Медіаосвіта (медіаграмотність)».
	Збірка інноваційно-методичних розробок з медіаграмотності для педагогів була видана Донецьким прес-клубом.	Збірка інноваційно-методичних розробок розкриває питання споживання медіапродукту, протистояння маніпуляціям у ЗМІ, боротьбу із пропагандою та має основну мету – сформувати навичку критично мислити.

Орієнтуватися у сучасному інформаційному просторі може навчити також відомий вчений з медіаосвіти Л. Мастерман. У своїх наукових працях він зазначав, що медіаосвіта продовжується все життя людини і має на меті не просто критичне розуміння, але й критичну автономію [6, 7].

Сьогодні важливо знайомитись з усіма інструментами критичного аналізу інформації, отримувати нові знання та не зупинятись у саморозвитку, зазначені вище проекти можуть допомогти орієнтуватись в інформаційному просторі.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Сьогодні у сучасному світі надзвичайно важливим стало уміння сприймати інформацію критично, вирізнити дезінформацію та хайп – саме ці навички є одними із основних компетентностей в медіаграмотності, які наразі необхідні суспільству. Серед освітянської спільноти медіаграмотність зараз має велике значення. Отже, медіаграмотність із впевненістю можна вважати сучасною потребою в інформаційному суспільстві, адже зараз головна цінність суспільства – інформація. Інформації виникла велика кількість, що суспільство просто не встигає її аналізувати. Серед невпинно діючого інформаційного потоку часто зустрічаються дезінформація, різні маніпуляційні та пропагандистські дії. Сучасний навик – медіаграмотність, покликаний навчити суспільство критично сприймати та аналізувати інформацію. У ХХІ столітті медіа грамотність – це пріоритетний напрямок розвитку інформаційної компетентності у суспільстві.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бути медіаграмотним: 10 необхідних компетентностей. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/buti\\_mediagramotnim\\_desyat\\_neobkhidnikh\\_kompetentnostey/](http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/buti_mediagramotnim_desyat_neobkhidnikh_kompetentnostey/)
2. Портал «Медіаосвіта і медіаграмотність» [Електронний ресурс] — Режим доступу: <http://medialiteracy.org.ua/>
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\\_medyanoi\\_ta\\_informatsiynoi\\_gramotnosti/](http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko_opublikovala_pyat_printsipiv_medyanoi_ta_informatsiynoi_gramotnosti/)
6. Masterman L. A Rational for Media Education // Media Literacy in the Information Age. – New Brunswick ; London : Transaction Publishers, 1997. – P. 15–68. 20.
7. Masterman L. Teaching the Media / L. Masterman. – London : Comedia Press, 1988. — 341 p.
8. Potter, W.J. Media Literacy. — Thousand Oaks – London: Sage Publication, 2001. — 423 p.
9. 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 [Електронний ресурс]. – Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001. – P. 152. – URL: <http://edu.of.ru/medialibrary/>. 2

*In the scientific article, media literacy is considered and analyzed as a modern world phenomenon, which in today's transient information space is important to apply to society in practice in everyday life. The interpretation of the concept of media literacy is presented and its main tasks are stated. The principles of applying media literacy in modern conditions are defined. The Ukrainian projects on media literacy for self-education and training are considered.*

**Keywords:** *information, critical thinking, media literacy, media education, competence.*

### **Ольга Головко**

кандидат юридичних наук  
старший науковий співробітник Науково-дослідного інституту інформатики і права НАПрН України  
старший викладач кафедри публічного права  
Київського політехнічного інституту  
імені Ігоря Сікорського

### **Олександр Баранов**

доктор юридичних наук, старший науковий  
співробітник  
керівник Центру теоретико-правових проблем  
інформаційної сфери Науково-дослідного інституту  
інформатики і права НАПрН України

## **БЕЗПЕКА МЕДІАПРОСТОРУ В УМОВАХ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ: ЗАКОНОДАВЧІ ІНІЦІАТИВИ ЧИ ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА?**

*У статті розглянуто запропонований законодавцем проект закону «Про медіа» від 27.12.2019, в тому числі, з позиції забезпечення безпеки медіапростору. Співвіднесено ці положення з потребою підвищення рівня інформаційної культури населення. Визначено перспективи розвитку цих напрямів в умовах цифрових трансформацій.*

**Ключові слова:** *медіаграмотність, медіаосвіта, інформаційна безпека, цифрові трансформації, медіа законодавство.*

Сучасні цифрові технології надають надзвичайні можливості для насичення медіапростору інформаційними продуктами будь-якої форми та виду, які можуть бути створені як на професійній основі, так і звичайними людьми. В цілому, таке явище є позитивним з огляду на більш ефективне забезпечення втілення в життя найважливіших фундаментальних прав людини – права на свободу слова та доступу до інформації.

Відомо, що будь-яке масове явище завжди має як позитивні риси, так і негативні. Надзвичайно інтенсивне насичення медіапростору інформаційними продуктами також має свої негативні наслідки, які можуть створювати загрозу як окремій людині, окремим прошаркам суспільства, так суспільству певної країни і навіть суспільству певних континентів. Серед нещодавніх прикладів такого інформування, що інколи починає переростати в оціночні судження та навіть створювати паніку є вірусне захворювання корона вірус. Ще одним прикладом є оціночні судження в медіапросторі, які формують думку більшості щодо подій на сході України. Таргетована реклама в процесі виборів, а часто й просто задля реалізації комерційної мети стали частиною нашого повсякденного життя. Вершиною цього айсбергу є тлумачення журналістами змін до законодавства або ж нових законів в цілому, виривання з контексту фраз юристів щодо таких змін чи навіть використання в таких сюжетах експертів, які навіть не мають юридичної освіти. Все це становить загрозу для сприйняття медіа-повідомлень через лінзу певних критеріїв до такого контенту. Цю лінзу формують навички критичного мислення та медіа грамотного споживання.

На наш погляд, можна виділити дві основні причини потужного впливу на індивідуальну та колективну свідомість тієї інформації, яка заповнює медіапростір.

По-перше, у багатьох людей сформована усвідомлена звичка довіряти змісту інформаційних повідомлень, які продукуються телебаченням та друкованими засобами інформації. Йдеться про інформацію, яка продукується на професійній основі: журналістами, оглядачами та визнаними експертами. В умовах цифрової трансформації така довіра стала пролонгуватись і на аналогічні інформаційні продукти, які потрапляють до людей через безліч цифрових каналів поширення інформації, таких як: Facebook, Instagram, YouTube канали, блоги, новинні, експертні веб-сайти тощо.

По-друге, споживаючи інформацію, яка циркулює в медіапросторі, люди практично не мають можливості верифікувати надзвичайно велику кількість джерел інформації на предмет достовірності, актуальності та надійності. Тому в останні часи є поширеними такі явища як фейки, пропаганда в негативній конотації тощо.

Історично склалося, що серед способів стримати надмірний інформаційний шум є два напрями: зовнішній, тобто шляхом внесення певних обмежень чи заборон в законодавстві та внутрішній, тобто здатність самого споживача критично сприймати інформацію, не споживати неякісний контент, тим самим знижуючи попит на нього. Це створює умови для підвищення якості контенту задля збільшення охопту аудиторії, адже медіа – це, в першу чергу, бізнес.

Теоретичною основою даного дослідження стали національні та міжнародні нормативно-правові акти, а також думки відомих вчених з питань, пов'язаних з тематикою дослідження. У науковому дослідженні використовуються праці таких науковців як Бенедек Ф., Дзьобань О. П., Золотар О. О., Кеттеман М. та інші.

Сьогодні людство є очевидцями здійснення під егідою ЮНЕСКО розробки проектів з медіа та інформаційної грамотності як таких, що є засобом забезпечення прав людини. Серед них можна виділити так звані Five Laws of Media and Information Literacy as Harbingers of Human Rights (2016). З позиції ЮНЕСКО, медіаграмотність належить до основних інструментів забезпечення прав людини, зокрема, права на свободу самовираження і права на інформацію. Вона є інструментом підтримки демократії [1]. При цьому «медійна та інформаційна грамотність має бути для всіх – і для чоловіків, і для жінок – і тісно пов'язана з правами людини» [2, с. 284]. Варто зважати на те, що формування інформаційної грамотності є динамічним процесом, який потребує постійного оновлення знань та навичок, особливо з огляду на цифровізацію процесів життєдіяльності суспільства та держави. Він є системним та всеохоплюючим тільки в тому випадку, коли включає в себе знання, вміння та навички, які охоплюють аспекти доступу, оцінки, використання, виробництва та передачі інформації через застосування засобів масової інформації та ІКТ (інформаційно-комунікаційних технологій), в тому числі цифрових.

Ці положення корелюють із визначенням Рекомендацією 2006/962/ЄС Європейського Парламенту та Ради (ЄС) «Про основні компетенції для навчання протягом усього життя» від 18 грудня 2006 року поряд з іншими компетенціями вмінням роботи з цифровими носіями. Воно передбачає «вміння роботи з цифровими носіями передбачають впевнене та критичне використання Технологій інформаційного суспільства (ТІС) для роботи, відпочинку та спілкування. Основні навички у ТІС: використання комп'ютерів для пошуку, оцінки, зберігання, поширення, представлення та обміну інформацією, та для спілкування і участі в роботі об'єднаних мереж через Інтернет» [3].

В Україні також існують нормативно-правові акти, в яких визначено подібні компетенції. Варто згадати розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації» від 17 січня 2018 р. № 67 (далі – Концепція). Серед основних цілей цифрового розвитку Концепцією визначено, зокрема, «розвиток та поглиблення цифрових компетенцій громадян для забезпечення їх готовності до використання цифрових можливостей, а також подолання супутніх ризиків».

Зі змісту Концепції випливає, що цифрові компетенції включають навички цифрової грамотності. Обізнаність щодо можливостей використання Інтернету («цифрова грамотність») – це передумова здатності здійснювати свободу вираження поглядів онлайн [4, с. 43].



Підтримуємо думку про те, що рівень інформаційної культури суб'єкта прямо пропорційний рівню інформаційної безпеки і, причому, що вище рівень інформаційної культури – то менше загроз останньої (тобто вище рівень інформаційної безпеки) [5, с. 77].

Вважаємо, що поширення Інтернет-технологій на більшість сфер життєдіяльності суспільства ставить перед медіа-експертами новий виклик, а саме розвиток цифрової грамотності населення, яка включає в себе не тільки навички виявлення об'єктивної інформації з медіа джерел та коректного її сприйняття, а й технічні особливості користування Інтернет-сервісами.

Втім, існують й інші підходи, серед яких виділення категорії медіа-інформаційна грамотність. Так, деякі медіа-експерти зазначають, що в цілому медіаінформаційно грамотна людина вміє:

- визначити розмір своїх інформаційних потреб і запитів;
- раціонально і ефективно знаходити доступ до необхідної інформації;
- критично сприймати, інтерпретувати та оцінювати рівень отриманої медіаінформації і знайдених медіаресурсів;
- ефективно та безпечно використовувати отриману інформацію відповідно до поставлених цілей;
- розуміти економічні, правові та соціальні аспекти використання інформації, дотримуватися етичних та правових норм при здійсненні доступу і використання інформації;
- вміє протистояти інформаційним загрозам, захищати приватний простір від шкідливого контенту та спілкуватися за допомогою медіа [6].

В якості підстави успішного формування і розвитку інформаційно-медійної грамотності в неформальній системі освіти чи в системі післядипломної освіти виділяють педагогічні умови, серед яких:

- організаційно-педагогічні, які припускають вироблення оптимальних форм організації навчальної діяльності (у вигляді сукупності змісту предметного освіти, навчально-методичного забезпечення, матеріального і кадрового забезпечення та інноваційного освітнього середовища);
- соціально-педагогічні – передбачають діяльність, спрямовану на організацію та управління взаємодій освітньої установи з зовнішнім середовищем (нормативно-правове забезпечення, PR-забезпечення, педагогічно обґрунтовані взаємозв'язки з системою соціально-комунікативних інститутів тощо);
- психолого-педагогічні – включають сукупності суб'єктивних характеристик педагогів як необхідних умов формування та вдосконалення відповідних знань, умінь і навичок (внутрішні та зовнішні мотиви навчальної діяльності, самостійна пізнавальна активність, креативність, особистий досвід, наявність смислів здійснення діяльності тощо) [7].

Дані педагогічні умови, які формують підстави для успішного формування інформаційно-медійної грамотності є динамічними за своєю суттю, втім не включають аспектів цифровізації суспільних процесів, що, на нашу думку, унеможливує ефективну реалізацію окреслених умов.

Цікаво, що в концепції «Нова українська школа» здійснено симбіоз вищезгаданих понять та виокремлено «інформаційно-цифрову компетентність», яка має бути набута учнями протягом навчання в школі [8]. Дана компетентність включає, зокрема, інформаційну та медіа-грамотність, що забезпечують формування здатності критично мислити, споживати, створювати та поширювати якісний інформаційний та медійний продукт. Адже, саме якість отриманої інформації як учнем, так і студентом, найчастіше визначає їх вибір і наступні дії, що включають здатність користуватися фундаментальними свободою і правом на самовизначення і розвиток, самореалізації в житті, навчанні, роботі відповідно до існуючих умов цифрового суспільства [9, с. 339].

Варто погодитись, що можливості реалізації прав і свобод людини «суттєво залежать від адаптованості до них самої особи, інститутів суспільства і держави, а також системи права, що першочергово зумовлено високим ступенем інформаційної та правової культури» [10, с. 64].

Так, постійного обговорення серед медіа експертів та журналістів зазнають питання врегулювання суспільних відносин, пов'язаних з інформацією, представленою в медіапросторі-

рі. Існують різні позиції як щодо надмірної зарегульованості, так і щодо потреби у врегулюванні таких відносин в інформаційній сфері.

В цій статті пропонуємо розглянути положення нового проекту закону та ефективність прописаних положень в реалізації відповідних йому правовідносин.

Так, наприкінці 2019 року серед законодавчих ініціатив було представлено проект закону про медіа. До сфери відання цього закону мають належати питання «регулювання діяльності в сфері медіа відповідно до принципів прозорості, справедливості та неупередженості, стимулювання конкурентного середовища, рівноправності і незалежності медіа».

Ознака «різнобічність» очевидно передбачає, що мова йде про один із журналістських стандартів, а саме – баланс думок і точок зору. Виникає питання доцільності використання саме терміну «різнобічність», адже воно може тлумачитися неоднозначно. До того ж, далі по тексту використовується фраза «забезпечення плюралізму думок», який по суті становить ознаку різнобічності. Більш доцільним, на нашу думку, було б замінити частину «отримання різнобічної, достовірної та оперативної інформації» на «отримання відкритої, достовірної і повної, точної та оперативної інформації», виходячи з положень Закону України «Про інформацію» та визнаних на міжнародному рівні журналістських стандартів.

Даний проект містить ряд визначень, деякі з яких створюють ефект нагромадження мовними конструкціями, які не потребують додатково тлумачення. Наприклад, мова йде про поняття «масова інформація» як будь-якої інформації, що поширюється з метою її доведення до широкої публіки у будь-якій формі. Виходячи з положень даного проекту, медіа – це ЗМІ, а отже об'єктом поширення в межах їх діяльності є така інформація, яка має виключно масовий характер.

Відповідно до ч. 2 ст. 2 Проекту, до сфери дії цього Закону не відноситься поширення масової інформації в певних джерелах або певними суб'єктами. Цей перелік є вичерпним, що може ставити під загрозу нові форми передачі інформації, поява яких можлива з огляду на динамічність розвитку цифрових технологій. До того ж, цим законом більш доречно було б передбачити перелік медіа-сервісів, адже цей термін застосовується в проекті, однак його зміст залишається неоднозначним. Можна, звичайно, застосовувати метод «від зворотнього» і вважати медіа сервісами все те, що не входить до ч. 2 ст. 2 проекту, втім залишається відкритим питання – чи не ускладнює такий підхід процес врегулювання правовідносин, які покликаний регулювати цей проект закону?

Проектом також передбачено перелік інформації, поширення якої забороняється на території України, в тому числі суб'єктам у сфері медіа (ч. 1 ст. 37 проекту). Втім, даний перелік фактично дублює положення інших законів, зокрема, Кримінального кодексу України:

1) «заклики до насильницької зміни, повалення конституційного ладу України, розв'язування або ведення агресивної війни або воєнного конфлікту, порушення територіальної цілісності України, у тому числі визнання правомірною окупації території України, заперечення територіальної цілісності України, матеріали або інформацію, які виправдовують чи пропагують дії, спрямовані на насильницьку зміну, повалення конституційного ладу України, розв'язування або ведення агресивної війни або воєнного конфлікту, порушення територіальної цілісності України, у тому числі визнання правомірною окупації території України, заперечення територіальної цілісності України» (ст. 109 Кримінального кодексу України);

2) висловлювання, що розпалюють національну, расову чи релігійну ворожнечу чи ненависть до окремих осіб чи їх груп (ч. 2 ст. 110, ст. 161 Кримінального кодексу України);

3) висловлювання, що є дискримінаційними щодо окремих осіб та їх груп на основі етнічного походження, громадянства, раси, релігії та вірувань, віку, статі, фізичних вад, стану здоров'я, сексуальної орієнтації або за іншою ознакою (ст. 161 Кримінального кодексу України);

4) пропаганду або заклики до тероризму та терористичних актів, матеріали або інформацію, що виправдовують такі дії (ст. 258, ст. 258-2, ст. 258-5 Кримінального кодексу України);

5) «фільми, розповідження та демонстрування яких заборонено відповідно до Закону України «Про кінематографію» (ст. 15-1 Закону України «Про кінематографію»);

6) порнографічні матеріали, а також матеріали, що заохочують сексуальну експлуата-

цію та насильство над дітьми, демонструють статеві відносини дітей (ст. 301 Кримінального кодексу України);

7) пропаганду вживання наркотичних засобів, психотропних речовин;

8) пропаганду жорстокого поводження з тваринами (ст. 299 Кримінального кодексу України);

9) інструкції або поради щодо «виготовлення, придбання або використання вибухових, наркотичних чи психотропних речовин» (передбачені, зокрема, цілим розділом Кримінального кодексу України);

10) програми, у яких користувачам надаються послуги з ворожіння та гадання, а також платні послуги у сфері народної чи нетрадиційної медицини (в певних випадках ст. 181 Кримінального кодексу України);

11) «матеріали або інформацію, у яких заперечується або виправдовується злочинний характер комуністичного тоталітарного режиму 1917-1991 років в Україні, злочинний характер націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарного режиму, створюється позитивний образ осіб, які обіймали керівні посади у комуністичній партії (посаду секретаря районного комітету і вище), вищих органах влади та управління СРСР, УРСР (УСРР), інших союзних та автономних радянських республік (крім випадків, пов'язаних з розвитком української науки та культури), працівників радянських органів державної безпеки, виправдовується діяльність радянських органів державної безпеки, встановлення радянської влади на території України або в окремих адміністративно-територіальних одиницях, переслідування учасників боротьби за незалежність України у ХХ столітті» (в певних випадках ст. 436-1 Кримінального кодексу України);

12) матеріали або інформацію, в яких демонструється символіка комуністичного або націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарного режиму з метою виправдання чи заперечення їх злочинного характеру (ст. 436-1 Кримінального кодексу України).

В деяких випадках, де не встановлено правову норму, було б доречно запропонувати обговорення змін до кримінального чи адміністративного кодексу з метою передбачення юридичної відповідальності за порушення певного виду інформації. На нашу думку, передбачення норм-заборон та санкцій за їх порушення у відповідних кодексах було б більш ефективним.

Таким чином, даний проект потребує узгодження понятійного апарату як в його змісті, так і з вже існуючими законодавчими нормами, адже однією з цілей даного проекту має стати створення умов для отримання споживачем якісного медіа контенту та убезпечення його від деструктивних інформаційних впливів.

Однак, законодавчі ініціативи є не єдиним способом захисту від деструктивних інформаційних впливів, однак вони становлять ключовий напрям завдяки застосуванню державою легального імперативного інструменту у вигляді передбачення відповідальності за певні незаконні дії в медіапросторі.

Відповідно до п. 3 Положення про Міністерство цифрової трансформації України (далі – Положення), затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 18 вересня 2019 р. № 856, існує чіткий перелік сфер реалізації діяльності Мінцифри, а отже визначено напрями державної політики, пов'язані з процесами цифровізації. Питання розвитку цифрових навичок та цифрових прав громадян об'єднано в одну сферу, що вказує на комплексний підхід держави. Створення державою умов для забезпечення громадянам можливості розвитку своїх цифрових навичок, з одного боку, та формування правового підґрунтя для реалізації комплексу цифрових прав є запорукою успіху цифровізації в державі.

Пікдреслимо, що Європейською рекомендацією про ключові компетенції, «цифрова компетентність» була визнана однією з 8 ключових компетенцій безперервного навчання в країнах Європейського Союзу.

Отже, варто враховувати, що медіа освітня діяльність виходить на якісно новий рівень у зв'язку з динамічним процесом цифрових трансформацій. Адже цифрова компетентність визначається як нова компетенція, розвиток якої потребує суспільство та потреба в якій за-

кріплена на законодавчому рівні. Це вміння критичного використання цифрових технологій задля досягнення цілей та життєдіяльності суспільства в цілому формує нові перспективи як в законодавчому, так і в медіа експертному полі. Виокремлення цифрових прав людини стане кроком на шляху до зміцнення позицій України на міжнародній арені як розвиненої європейської держави, що знаходиться у вирі світових змін.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Media and information literacy: reinforcing human rights, countering radicalization and extremism. Alliance of Civilizations, UNESCO, Person as author: Singh, Jagtar, Kerr, Paulette, Hamburger, Esther. (ePub), 2016, 314 p. URL: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/>.
2. Євтухова Т. Курс «Медіаосвіта» як засіб формування медіакомпетентності майбутніх учителів початкових класів. Сучасний простір медіаграмотності та перспективи його розвитку: збірка міжнародна науково-методична конференція (м. Київ, 21 – 22 березня 2019 року). Київ, 2019. С. 282-288.
3. Рекомендація 2006/962/ЄС Європейського Парламенту та Ради (ЄС) «Про основні компетенції для навчання протягом усього життя» від 18 грудня 2006 року. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994\\_975](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_975).
4. Бенедек Ф., Кеттеман М. Свобода вираження поглядів та Інтернет. П.: Видавництво Ради Європи, 2013. 204 с.
5. Дзьобань О. П., Мануйлов Є. М. Інформаційна безпека в контексті інформаційної культури. Інформація і право. 2017. № 1. С. 74-81.
6. Педагогические аспекты формирования медийной и информационной грамотности. М., 2012. С. 13–14.
7. Кондрашкина А. А. Педагогический потенциал медиаобразования как фактора становления гражданского общества: Автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. пед. наук: 13.00.01 / Нижний Новгород, 2012 . 20 с. URL: [www.nngasu.ru/science/dissertation\\_advice/avtoref\\_kondrashkina.doc](http://www.nngasu.ru/science/dissertation_advice/avtoref_kondrashkina.doc).
8. Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої освіти. Міністерство освіти і науки України. 2016. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/reforms/ukrainska-shkola-compressed.pdf>.
9. Шроль Т. Методичні аспекти підготовки майбутніх учителів математики до здійснення медіаосвітньої діяльності. Сучасний простір медіаграмотності та перспективи його розвитку: збірка міжнародна науково-методична конференція (м. Київ, 21 – 22 березня 2019 року). Київ, 2019. С. 339-348.
10. Золотар О. О. Права і свободи людини: інформаційний вимір. ІТ право: проблеми і перспективи розвитку в Україні: зб. мат. наук.-прак. конф. (Львів, 18 лист. 2016 р.). Львів, 2016. С. 59–68.

*The article deals with the draft law “On Media” proposed by the legislator from December 27, 2019, including conditions of ensuring a safe media space. These provisions are correlated with the need to increase the level of information culture. Prospects of development of these directions in conditions of digital transformations are determined.*

**Keywords:** *media literacy, media education, information security, digital transformation, media legislation.*



**Надія Компанієць**

учитель української мови та літератури

Чернігівська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів

№ 19 Чернігівської міської ради

## **РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ В ЕПОХУ ТОСИЧНОГО КОНТЕНТУ**

*У статті окреслено основні проблеми, фактори, які впливають на розвиток людини в епоху токсичного контенту. Описано, як вони забезпечують розвиток або деградацію громадянської позиції, акцентується увага на низькому рівні критичного мислення. Обґрунтовується необхідність популяризації критичного мислення в широких масах серед різних вікових груп людей.*

**Ключові слова:** критичне мислення, токсичний контент.

**Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** Медіаконтент доступний сьогодні для всіх. Тому дуже важливо, щоб у будь-якому віці людина була готова свідомо (критично) сприймати все, що її оточує. У статті окреслено основні небезпеки, які впливають на розвиток людини в епоху токсичного контенту.

Над проблемою розвитку критичного мислення працюють Д. Брунер, Д. Стіл, Ч. Темпл, С. Уолтер, Д. Халперн, П. Фачоне, Річард Поль та інші дослідники. Необхідність критичного мислення і сприйняття інформації доводять вітчизняні вчені О. Пометун [1], О. Чуба [2], О. Тягло [3]. Вони зазначають, що розвиток критичного мислення дає « людині вкрай потрібні уміння тверезо аналізувати явища суспільного життя, протидіяти різним формам несанкціонованого вторгнення в її свідомість, особисте життя, спробам будь-яких інформаційних маніпуляцій» [4].

В інтерпретації Андерсона, Кратвола, Ейрейжяна та Крукшенка критичне мислення – це знання, розуміння, застосування, аналіз, оцінка, синтез.

Браун та Кілі описують критичне мислення як:

- Усвідомлення сукупності критичних питань, що пов'язані між собою.
- Спроможність ставити питання та відповідати на них у належний час.

Національна рада за вдосконалення критичного мислення стверджує, що критичне мислення дещо більше за процеси та навички; це – «звичка на основі інтелектуальної зацікавленості задля використання цих навичок, щоб скеровувати власну поведінку» [5].

Тренери освітньої платформи «Критичне мислення» стверджують, що в ХХІ столітті рівень розвитку критичного мислення дійсно стає критичним для людини. Принципово нові виклики, що постійно з'являються в суспільстві, великий потік легкодоступної інформації, що потребує відбору й правильного переосмислення, зростання особистої відповідальності — все це потребує відпрацьованих навичок думати критично.

Сьогодні ми відчуваємо велику небезпеку через той контент, яким наповнені наші медіа, тому вказані дослідження спрямовані на те, щоб довести: інформація може бути безпечною, якщо спрямована на навчання та дослідження.

**Постановка завдань дослідження.**

- Обґрунтування необхідності формування навичок критичного мислення в будь-якому віці.
- Визначити основні правила, за допомогою яких можна тренувати критичне мислення в епоху токсичного контенту.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Свою роботу хочу розпочати з тлумачення ключових слів із цієї теми. У 2018 році Оксфордський словник обрав слово року. За версією



редакторів, це слово – «токсичний». Як йдеться у пояснювальному відео, це слово вживалось у найширшому спектрі тем та описувало багато ситуацій року, що минув.

«Визначається як «отруйний» та вживається для опису широкого спектру речей, ситуацій, проблем та заходів», – йдеться у пояснювальному відео.

Зазначається, що слово «токсичний» часто використовувалось людьми як метафора для опису їхнього середовища, робочої атмосфери, настрою в шкільному середовищі, стосунків, культури та поведінки... Сьогодні ми вживаємо це слово як ознаку поняття «контент».

Контент – це термін, яким заведено називати поповнення(склад) певного інформаційного ресурсу. Зазвичай дане слово використовується у сфері інтернет-ресурсів і під його характеристику підпадають: текстові та відеоматеріали, аудіозаписи чи зображення.

Простими словами, контент – це будь-які матеріали, які розміщені на сайті: аудіо, відео, тексти, картинки. У більш широкому розумінні, словом «контент» можна також називати наповнення книг, телевізійних та радіопередач, фільмів та комп'ютерних ігор.

Виходить, що токсичний контент щось руйнує. Як він впливає на людину протягом життя і яка роль відводиться критичному мисленню?

У процесі роботи над статтею я натрапила на таку фразу:

«Деякі вбачають трагедію в появі такого(токсичного) контенту, інші – можливості».

### **Трагедія:**

- Голова правління «UA: Суспільне мовлення» Зураб Алсанія говорить про те, що в Україні – без токсичного контенту падає рейтинг медіа.

- У нашій країні телебачення – це розвага для бідних, його дивляться заради емоцій. Також успіх у впливах на масову аудиторію досягає той, хто впливає через емоції.

- Василь Гатов, WAN-IFRA

Нова хвиля токсичності полягає в тому, що політики змінили подачу інформації: давайте нам буде весело, давайте нам буде смішно, давайте ми будемо занурюватися в наші емоції, а з якого приводу ці емоції – це не так і важливо. Проста технологія, розроблена політтехнологіями – створити телевізійного персонажа і вкласти в його уста токсичні речі.

- «Урядовий кур'єр»

Прикро, але в нашій державі нахабну поведінку можна навіть безперешкодно й безкарно культивувати. До прикладу, за допомогою радіо як популярного ЗМІ, про що свідчить проведене дослідження. Під час дослідження більшість опитуваних заявила, що слухає радіо по кілька разів на день — збираючись уранці на навчання чи роботу, в автомобілях, маршрутках. Традиційно радіоведучі намагаються підняти нам настрій уранці, збадьорити й так підготувати до продуктивного дня. Увечері ж вони, покликавши на допомогу гумор, намагаються розслабити слухачів. Дослідження засвідчило, що слухачам бракує високоякісного мовлення. Є нарікання на професійність ведучих, контент. Опитані підкреслювали, що поганий контент — це неповага до аудиторії, провокування бажання ігнорувати ту чи іншу радіостанцію [6].

- «Урядовий кур'єр»

Коли агресія накопичується ще з дитинства, нічого доброго це в підсумку не дасть. Тож у питанні виховання батькам неодмінно має допомогти держава (є ж такі інструменти, як державний нагляд і ліцензування), бо батьки власними зусиллями не зможуть зупинити той токсичний контент, який так і сиплеться на їхніх дітей, але можуть здобувати «звичку» критично мислити, щоб скеровувати свою поведінку і поведінку своїх дітей. Досить довгий час я намагаюсь ігнорувати вранці один з наших телеканалів, через те що моя дитина не може відірватись від мультфільма, бо персонажі цих мультфільмів посилають один одного в дупу, штовхають, ображають, вибачте, відригують... Питання одне: навіщо канали це показують нашим дітям??? [6]

- Реклама цигарок та спиртного згубно впливає на молодь і не тільки. Карпатський центр досліджень провів опитування серед студентської молоді Закарпаття з приводу вживання алкоголю, паління, а також впливу реклами цих товарів. Результати, як стверджує керівник центру Федір Шандор, вразили. З'ясувалося, що переважна більшість опитаних, 81% студентів,

які палять та вживають спиртне, почали робити це під впливом реклами. Навіть більше того, молоді люди, які, приміром, не палять, майже не замислюючись можуть назвати кілька прикладів реклам цигарок чи спиртного, які їм добре запам'яталися. Реклама не має спонукати до надмірного вживання спиртного. У жодному разі не давати натяку на ,що пляшка вина чи пива певної марки допомагає знаходити друзів, підвищує соціальний статус або має лікувальні можливості.

#### **Можливості.**

- Токсичний контент є інформаційною зброєю, тобто засобом поширення ідеології та її підтримки.

- Токсичність в медіа призводить до викривлення картини, агресивності. Швидкість та кількість новин створюють відчуття тривожності.

- Токсичний контент – це, врешті-решт, мільйонні прибутки.

Але ж парадокс: багатьох цікавить і навіть приваблює цей контент.

Причину вдало ілюструють слова голови правління «UA: Суспільне мовлення» Зураба Алсанії: «Наші рейтинги на низькому рівні, після того, як ми позбавилися токсичного контенту. Факти є, приватні програми є, людям цікаво? Ні. Броколі корисний? Так. Люди люблять? Ні. От саме броколі ми робимо. Має з'явитися звичка до нього».

Як тут не згадати про критичне мислення? Ще в 2016 році Давоський форум визначив, що критичне мислення стане одним із найнеобхідніших навиків майбутнього, бо людям потрібно навчитись не піддаватись маніпуляціям та відстоювати власну точку зору, ставити правильно запитання й відповідати на них, відрізнити факти від думок. І перше питання, яке виникає у зв'язку із цим, чи аналізуємо ми інформацію, прочитану чи почуту? Як ми це робимо? Як зрозуміти правдива інформація чи неправдива? За все це відповідає критичне мислення. Це комплексна навичка, яка складається з різних навичок, наприклад, навички аналізувати, синтезувати інформацію, ставити запитання, бачити проблеми, знаходити альтернативи й обирати більш прийнятний варіант. Усе це потрібно для того, щоб приймати самостійні й ефективні рішення.

Ігор Паламарчук, директор навчального центру інформаційних технологій «i-klass» пише про те, що дитина має усвідомлювати, що Google, який відповідає на питання – це на заміник мозку, він іноді може давати і неправдиву інформацію, тобто це і друг і ворог одночасно. Друг – тому що завдяки ньому можна знайти альтернативні точки зору, адже предмети у школі часто викладають дуже однобічно, а інтернет може бути інструментом більш повного розуміння речей. Ворог – тому що далеко не завжди пропонує правдиві відповіді.

Ігор Паламарчук переконаний, що найкраще щеплення від інтернет-залежності – це знання про справжню сутність речей. Спочатку дитині потрібно показати, що таке мистецтво, тобто найкраще спершу вчити дітей грати на скрипці, потім навчити англійської мови, математиці, і лише потім – знайомити з інтернетом. Перед тим як малювати в Paint, потрібно помалювати справжніми фарбами, відчуті їх запах [9].

Тоді дитина буде пам'ятати справжні сутнісні моменти, і, очевидно, зрозуміє, що комп'ютер – це не ціль життя, а лише інструмент, який може допомогти робити багато корисних речей. Звичайно, це не гарантує безпеку дитини у веб-просторі (таку безпеку мабуть може гарантувати лише повна цифрова ізоляція). Але принаймні тоді дитина буде більш критично підходити до веб-контенту й спілкуванню в онлайні [9]. Ось так має виховуватись критично мисляча людина.

А ще один важливий момент (він стосується більше дорослих) – це конфлікти. Люди, які можуть обґрунтувати свої слова, не схильні до них. Такими навичками мають володіти не тільки педагоги, їх вихованці, але й батьківська спільнота також. Це дуже важливо!!!

Виходить так: під час навчального-виховного процесу ці навички розвиваються, а вдома – зовсім інша ситуація (батьки наполягають на своєму, не пояснюють чому й для чого потрібно виконати певну дію, диктують свої умови, тобто дають приклад зовсім іншої моделі поведінки). І, на мій погляд, відбувається конфлікт інтересів.

Інший приклад: критика в соціальних мережах школи, викладачів. Це не просто розумна критика, а неправдиві слова, сповнені агресії. А все це читають наші діти.

У зв'язку із цим вважаю, що на сьогодні надзвичайно важливо залучати до занять з критичного мислення не тільки викладачів, дітей, але й батьків. Інакше – глухий кут.

Для того щоб проблема була вирішена і наше оточення критично сприймало інформацію, необхідно задіяти усіх учасників освітнього процесу. Не можу не згадати тренінги Design thinking, на яких ми зустрічались із дітьми різних шкіл, учителями, занурилися у їх світ, потреби, мотиви, емоції – врешті, самі відчули себе на місці цих дітей... ми були і щасливі від того, що вийшло, і приголомшені, від того, що дізнались, іноді навіть хотілось плакати... але тоді я чогось не подумала про те, що ми намагались розв'язати проблему, але не взяли до уваги, що кожна дитина повертається додому. І цей момент теж є важливим, а саме:

- Як батьки сприймають ту чи іншу інформацію?
- Який приклад подають вони?

Адже приклад критичного мислення або його відсутності подають не лише в школі, але й вдома.

Критичне мислення – це те, що треба розвивати протягом життя, головне – мати бажання це робити. Наприклад, якщо вам потрапила інформація, яка вас обурила, образила, дуже емоційно зачепила або стосується вашого життя, то перш ніж зробити якісь висновки, ми не забуваємо про правило № 1, а саме, перевіряємо інформацію хоча б в 3-х дуже різних джерелах. І цю навичку постійно необхідно тренувати. Річард Поль, американський дослідник критичного мислення пропонує стандарти людини, яка критично мислить, один з них «інтелектуальна мужність». Він трактується так: поки у вас недостатньо інформації, не можна переходити до її оцінки, робити висновки, приймати рішення [8]. І це теж можна тренувати. Доросла людина може це робити більш свідомо, інформація не ковтається в тому вигляді, у якому вона є в нашому житті, а осмислюється.

Прикладом може слугувати ситуація, яку активно обговорювали в соцмережах і новинах 20 лютого 2020 р. Один із заголовків BBC News Україна виглядав так: «Чому українців так наполохала евакуація з Китаю?» У цій статті можна прочитати наступне: «Вірус, що вразив українців, куди як небезпечніший за той, від якого люди тікають з Китаю. А від «нашого» вірусу – не втечеш. Нема куди... Від нього не існує ліків – тільки власний імунітет людських розуму і сумління», – так пише журналіст Сергій Тихий про протести українців проти появи у їхніх містах евакуйованих з Китаю.

«Страх і протести мають свої причини, кажуть психологи» [7].

«Більшість споживачів інформаційного контенту у соцмережах, на телебаченні має низький рівень критичного мислення, низький рівень інформованості. Дуже багато людей звикли складати враження про щось із неперевіраних джерел. У нас немає культури перевіряти інформацію, культури ставити критичні запитання і сумніватися – чи справді це так?» – каже психолог Анна Просветова [7].

Як актуально сьогодні звучать слова Олени Пометун: «Справді, сьогодні існує такий тренд, і — не лише освітній, а й суспільний. Кількість інформації, яка до нас щодня надходить, зростає, в Україні на це накладаються умови інформаційної війни. Тому критичне сприйняття інформації часто ототожнюється з критичним мисленням: таким чином розуміння дещо звужується до протистояння маніпуляції з боку ЗМІ. Дуже часто це пов'язують з поняттям медійної грамотності: сукупністю умінь працювати з інформацією та не піддаватися маніпуляційним впливам. Але, звичайно, це звужене поняття, бо насправді критичне мислення — це якість людини, риса її особистості, яка проявляється не лише у сприйнятті інформації. Це риса, яка проявляється в повсякденному житті щодня, адже щодня ми робимо безліч виборів, і чим більш осмисленими вони є, тим більш розвинуте в людини критичне мислення» [8].

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Отже, якщо не протистояти, то принаймні контролювати. Готових рішень для протистояння токсичності немає. Але очевидно те, що всім нам потрібно навчитись живому спілкуванню, яке нейтралізує токсичність. Воно

породжує дискусії та тренує вміння думати й аналізувати, уміння ставити правильні запитання. Дотримання цих правил допоможе сформуванню громадянської позиції, розвинути почуття відповідальності.

За останні роки критичне мислення піднялося в рейтингу актуальних навичок з 4 місця до 2 місця (навички, які будуть важливими в 2020 році). Саме воно і забезпечить наші самостійні та відповідальні дії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Пометун О. І. Методика розвитку критичного мислення на уроках історії / О. І. Пометун // Історія і суспільствознавство в школах України: теорія та методика навчання. – К. : Видавництво – Педагогічна преса, 2012. – № 4. – С. 9.
2. Чуба О. Формування критичного мислення як психолого-педагогічна проблема / О. Чуба // Педагогіка та психологія професійної освіти. – 2013. – № 3. – С. 202-208
3. Тягло О. Чи буде культура критичного мислення в новій українській школі? [Електронний ресурс] /О.Тягло. – Режим доступу: <https://life.pravda.com.ua/columns/2017/02/9/222533/>
4. Пометун О., Гупан Н. Як розвивати критичне мислення учнів за допомогою нового підручника з історії України [Електронний ресурс] /О.Пометун,Н.Гупан.– Режим доступу: <https://lib.iitta.gov.ua/710793/1/>
5. Медіаграмотність: Підручник для вчителів / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу/ Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. — К.: Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2017. — 319 с.
6. Малолеткова О. Токсичний контент [Електронний ресурс] / О. Малолеткова .-Режим доступу: <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/toksichnij-kontent/>
7. Дорош С. Чому українців так наполохала евакуація з Китаю? [Електронний ресурс] / С. Дорош.-Режим доступу: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-51571755>
8. Пометун О. Про «інтелектуальну мужність» у школі [Електронний ресурс ] /О.Пометун. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/pro-intelektualnu-muzhnist-u-shkoli>
9. Дорош М. Небезпечний інтернет [Електронний ресурс] / М.Дорош. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/media-i-diti/post/7981/2012-02-16-nebezpechnii-internet/>

*This article represents the main factors which are have an influence on human development in the era of toxic content. It describes the ways how this factors provide the development or degradation of civil position. Also it explains the necessity of providing critical thinking through the different age categories.*

**Keywords:** *critical thinking, toxic content.*

**Вячеслав Прилюк**

кандидат економічних наук

Міжнародний науково-навчальний центр

інформаційних технологій і систем НАНУ і МОНУ

м. Київ

## **ФЕЙКУВАННЯ І СПОТВОРЕННЯ МОВИ**

*Розглянуто поняття «фейк» та його еквівалент «брехня». Висловлено гіпотези його переважного, ніж «брехня», вживання. Зазначена терпимість суспільства до брехні як передумова її поширення і стародавні поради щодо критичного мислення як протидії цьому. Розглянуто явище спотворення української мови як поживного середовища для фейкування, проілюстровано байдужість влади до цього питання. Її позиція атестована як сприяння перетворенню українця у «homo parebant», тобто «людину покірну» брехні і владі.*

**Ключові слова:** *фейк, брехня, критичне мислення, спотворення мови, влада.*

За традицією наукового підходу до вивчення будь-якого питання спочатку треба визначити основні поняття, а вже потім вести дослідження.

Поняття «фейк», незважаючи на його популярність та уживаність в Україні, не має юридично закріпленого значення в нашому законодавстві. Численні вітчизняні публікації, присвячені цьому феномену не завжди є конструктивними та вичерпними, чого читач очікує від наукових праць, присвячених розгляду поняття «фейк» (див., наприклад [1]).

Цікаво, що якщо звернутися до перекладача Collins Dictionary – того самого словника, що зафіксував «fake news» як слово 2016 року, то його Translator подасть «fake» як «підроблене», а от «fake news» вже як «фейкові новини». Тобто у Коллінза вважають фейк, принаймні у словосполученнях, українським словом, яке, однак, оселилося в лексиці нашої «солов'їної» мови лише десь у 2000-них роках. З іншого боку, соціолінгвістика стверджує, що мова є живим «організмом», і розширення її лексики задовольняє потреби спільноти у освоєнні нових слів, коли вже існуючі не є адекватними.

Та чи стосується це слова «фейк»? Адже, якщо звернемося до майже офіційного подання розуміння поняття «фейк» в матеріалі під омофором такого органу виконавчої влади як Міністерство інформаційної політики України, то там чітко вказана така альтернатива: ФЕЙК – ЦЕ БРЕХНЯ, яка є або недостовірною інформацією про події, спеціально підготовленою дезінформацією, або неповною інформацією, яка надає – навмисно чи ненавмисно – не всі відомості про подію. В останньому варіанті причиною може бути непрофесійність журналістів чи блогерів, які не перевіряють, але розповсюджують інформацію. Тобто в термінах парадигми медіаграмотності йдеться про її відсутність чи недостатність у генераторів інформаційних повідомлень.

Однак чому ж кожен день ми чуємо і споглядаємо повідомлення про фейк, причому це слово лунає набагато частіше від добре всім зрозумілого «брехня»? Тут можуть бути кілька гіпотез-пояснень:

1. Брехня – це є занадто грубе слово для нас, інтелектуально розвиненої нації, яка за відповідним індексом людського розвитку є попереду багатьох держав.

2. Брехня – це є образливим для нашої моральності, що є продуктом цнотливого шкільного і сімейного виховання та суспільного впливу, орієнтованого на християнські та інші чесноти цивілізованих європейських людей.

3. Брехня – це є небезпечним словом-зброєю, яка в нашій правовій державі може бути використана проти того, хто його вжив по відношенню до іншої особи, завдавши шкоди (моральної, матеріальної) честі чи гідності і т.д. аж до кримінальної відповідальності, якщо будуть спритними відповідні адвокати та непідкупними наші судді.



4. «Фейк» замість «брехня» – це результат всеохоплюючого багатовекторного спотворення української мови, яке відбувається повсякденно, особливо прискорившись за останні роки. Тут і сленг молоді, «айтішників», і «феня» з кримінального світу та матюки, пардон «інвективи», що лунають з екранів та та з вуст дітей, а не тільки дорослих, не кажучи вже про англійзацію нашого життя.

Щодо останнього, то наймовірніше причиною є комплекс меншовартості, чи, скоріше синдром меншовартості, який є характерним для певної спільноти, а жага і любов до демонстративного застосування «заграничеської» мови є надійним симптомом для ідентифікації цієї аномалії, підвалини якої по-своєму сформулював ще Свирид Петрович Голохвастов у відомому фільмі «За двома зайцями»:

1. Главное у человека не деньги, а натурально форма, ученость.
2. По телу, мы, как водится. Но по уму мы уже не та форма.
3. Як одів жупан, то вже й пан.

Ця триєдина формула за умови осучаснення третьої її позиції наступним чином – «якщо маєш «мазераті», то ти наш, з аристократів» – дозволяє в принципі пояснювати потуги нинішніх «кожум'яцьких аристократів» бути у «мейнстрімі івентів мейнстріту з апдейтом селебритіз до юкрейніан фешен віку фор евер».

А тепер тестове запитання – те, що ви прочитали, зрозуміли? Чули щось схоже, але не все второпали. Або ж, навпаки, зовсім не второпали, бо не чули. Але якщо хтось з ВІПів (V.I.P.) чи стейкхолдерів (це не ті, що вхопили рукою смаженину) висловлюється таким чи подібним «штилем» (див. далі), то він, мабуть, дуже освічений і де вже нам, простим галушкам, розібратися в таких мереживах, що є істина, а що – брехня. Резюме – хочеш краще комусь згодувати брехню, вживай «заграничеські» слова та придумай нові, не зовсім або зовсім незрозумілі слова, такі собі елегантні шати для брехні.

Втім, наше суспільство не демонструє принципової позиції у своєму ставленні до брехні, звично ковтаючи фейкові потоки, що втілюються у вигляді обіцянок політиків, президентів, кандидатів у президенти, посадовців різних рівнів, плагіаторів і т.д., про яких часто кажуть «шахраї». І помиляються у такій атестації, бо шахрайством кваліфікується лише брехня, яка призводить до нанесення матеріальної шкоди (ст.190 Кримінального кодексу України). А як нема шкоди, то це вже не шахрайство, причому і за законодавством інших країн.

Щоб розібратися у брехні *vulgaris* (простій) та її сестрам у певних мовних «обгортках» (зазначимо, що в літературі описано понад 30 видів брехні) потрібна ще більша, ніж раніше мобілізація критичного мислення, дослідження питань якого виходить за межі даної розвідки, Зазначимо лише, що тут можуть стати у пригоді наступні поради Шак'ямуні Будди (приблизно 563-483 р. до н.е.):

1. Не вірте у щось просто через те, що ви це десь почули.
2. Не вірте у щось тільки тому, що про це говорять і пліткують багато інших
3. Не вірте у щось тільки тому, що це знайдено у ваших релігійних книжках.
4. Не вірте у щось тільки тому, що базується на авторитеті ваших учителів та старших за віком.
5. А після вивчення і аналізу, коли ви впевнитесь, що все є у ладу з розумом і сприяє добру, сприймайте це і живіть за ним.

Втім, ми пам'ятаємо, що українська мова, визначена в Конституції України як державна, є важливим чинником розбудови держави і це нібито не фейк. Принаймні з огляду на ту увагу, яку за останні роки приділили цьому питанню політики, ухваливши закон про забезпечення функціонування державної мови, новий правопис тощо. Але доля мови вирішується перш за все населенням, яке її використовує на свій розсуд. Вона є об'єктом впливу не тільки політиків, а й населення, яке використовує її на свій розсуд в міру своєї грамотності, цивілізованості, культури, глузду, ін.

У результаті маємо зростаюче засмічення мови русизмами, англіцизмами, суржилом, лихослів'ям, що, разом з порушенням інших норм літературної мови, веде до її спотворення.

А це створює сприятливе середовище для фейкування не тільки шляхом згодовування публіці брехні, а ще й для подання її у нібито значущих мовних обладунках, зрозумілих тим, хто цього гідний. Пам'ятаючи вислів Сенеки «Мова – це показник розуму», така ситуація виглядає цілком логічно на тлі дебілізації населення України – найбіднішої країни Європи.

Не бажаючи миритися з таким станом речей і стомившись від «мовного ідіотизму» нашого життя та з метою пошуку засобів протидії наведеній тенденції, було проведено експеримент по виявленню ставлення органів виконавчої влади до описаного статус-кво. Міністру юстиції, міністру культури, молоді та спорту та Уповноваженому із захисту державної мови було направлено однакові звернення наступного змісту:

Оскільки в Законі України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» (тут і далі – Закон) відсутнє визначення поняття «спотворення», а відповідальність передбачена лише за «навмисне спотворення української мови в офіційних документах і текстах...» (ст. 1, п. 6) (Тут і далі виділено автором), прошу роз'яснити:

- що є «спотворенням української мови»;

- чи є наступні приклади фактами спотворення української мови і, якщо так, яку відповідальність мають понести її автори:

1) «Охрана – отмена! Синочка все має...» (Реклама фірми «Rozetka»).

2) Ми взяли на себе відповідальність, то ж ми маємо зробити наступний крок і пофіксити весь той треш, який був проголосований». (Нардеп О.Устінова) [3].

3) Такі донедавна «нецензурні» слова, як «га-но», «проср-ли», інші – це з лексики телеведучого телеканалу «Прямий» М.Ганнопольського.

4) Ваш стайл дуже кежуал? ( Телеведуча запитує депутатку на ТВ «Прямий» 30.08.19).

5) Це – Тарас. Йому – норма! (з реклами).

6) Апгрейд тобі в руки – бери і тицй! (з реклами).

Заступник міністра юстиції О. Банчук відповів, що це питання – не в компетенції Мінюсту і зазначив, що згідно з Положенням про Міністерство культури, молоді та спорту, затвердженим постановою Кабміну від 16.10.2019 №885, воно є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну мовну політику.

Однак на звернення до міністра культури, молоді та спорту В. Бородянського було повідомлено, що Мінкультури діє відповідно до Положення, затвердженого іншою постановою Кабміну – від 03.09.2014 №495 – та «займає неупереджену позицію, що ґрунтується на дотриманні вимог Конституції та законів України». А порушене у зверненні питання не належить до компетенції Міністерства і воно направлено «для розгляду в межах компетенції» до Інституту української мови НАНУ».

Наведені відповіді розчарували не тому, що мають суперечливі дані про положення Мінкультури і його компетенцію, яка чомусь передана академічному інституту, а й через те, що у Мінкультури є не активна, а лише «неупереджена», тобто нейтральна позиція щодо спотворення мови.

Розчарування посилила й відповідь на звернення до Уповноваженого із захисту державної мови, яке, за повідомленням Секретаріату Кабміну, без пояснень було переадресовано для розгляду до Міністерства культури, молоді та спорту.

Така нульова реакція влади на питання спотворення мови, можливо, обумовлена:

1. Відсутністю офіційного тлумачення терміну «спотворення мови».

2. Відсутністю в Законі обов'язку влади реагувати на спотворення мови поза сферою офіційних документів і текстів.

Першу прогалину згідно з Законом можливо заповнить Національна комісія зі стандартів державної мови, створена 06.11.2019 р. Її завданням є збереження та розвиток державної мови через встановлення стандартів державної мови, яких зараз не існує. Втім, якщо сфера державної мови буде зведена законодавцем лише до сфери офіційних документів і текстів, то це буде вироком для української мови. Адже сьогодні в публічній сфері маємо вже не спотворення мови, а мовне збочення.

Друге питання – обов'язок реакції влади на спотворення мови – можливо віднесено виключно до компетенції Уповноваженого із захисту державної мови (далі – Уповноважений), завданням якого є захист державної мови від публічного приниження чи зневажання. Втім, призначена на цю посаду Т. Монахова вочевидь не має наміру опікуватись, зокрема, питанням лихослів'я як проявом публічного приниження мови, бо на її думку, висловлену в інтерв'ю «Міст онлайн» 09.01.2020, нас уже захищає Кодекс України про адміністративні правопорушення (ст.173 «Дрібне хуліганство, тобто нецензурна лайка в громадських місцях»). Оскільки в цьому ж інтерв'ю Т. Монахова зазначає, що їй потрібен «фідбек від громадян», вочевидь від впливу «заграницької» мови захисту теж не буде. Чи буде вживання суржику та іншого мовного сміття посадовцями при виконанні своїх обов'язків та у публічних місцях трактуватися Уповноваженим як «публічне приниження чи зневажання», покаже час.

Наразі ж маємо відомий і красномовний з точки зору стану захисту державної мови від приниження інцидент в телеєфірі ведучої з 5-го каналу Я. Соколової з В. О. Зеленським, яка пояснила його так: «Я не називала його «сц...лом», я казала: «Якщо ти не сц...ун»... Я в кінці сказала: «Володимире, прийди на «Рандеву», якщо ти не сц...ло». А потім вже, коли двічі мені пообіцяли, що «ось-ось прийде» і не прийшов, тоді я просто написала у своєму Facebook «такі сц...ун» [4].

Нацрада з питань телебачення і радіомовлення на це очевидне порушення закону «Про телебачення і радіомовлення» (ст. 155 «Не допускається використання телерадіоорганізацій для приниження чи зневажання державної мови») не відреагувала, як і поліція, що не розглядала факт дрібного хуліганства.

Висновок: захист української мови в Україні від спотворення і різних форм приниження залишається невирішеною і актуальною проблемою де-юре і де-факто. Органи виконавчої влади, як і законодавець, не обтяжують себе питаннями спотворення мови, створюючи тим самим сприятливі умови для фейкування, що перешкоджає розвитку медіаграмотності як запоруки розбудови демократичного суспільства, членами якого будуть homo sapiens, тобто «мислячі люди», а не homo parebant, тобто «люди покірні» владі, брехні.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Мудра. Поняття „фейк” та його види у ЗМІ. Теле – та радіожурналістика. 2016. Випуск 15, с.184-188
2. Як розпізнати фейк? – <https://www.slideshare.net/NikolayShaygorodskiy/antifake-ua>
3. «Слуга народу» передумала давати добро на прослушку нардепів – (<https://www.pravda.com.ua/news/2019/09/19/7226797/>)
4. «Не сси-ло, а с-кун»: Соколова висловилася про конфлікт із Зеленським – <https://www.obozrevatel.com/ukr/politics/chi-ne-ssiklo-a-stsikun-sokolova-vislovilasya-pro-konflikt-iz-zelenskim.htm>

*The term «fake» and its equivalent of «lies» are considered. The hypotheses of its use rather than «lies» have been stated. The tolerance of the society to the lie is stated as a prerequisite for its spread and ancient tips for critical thinking as a counteraction to it. The phenomenon of distortion of the Ukrainian language as a breeding ground for fairies is considered, the authorities' indifference to this issue is illustrated. Its position has been certified as aiding the transformation of the Ukrainian into a «homo parebant», that is, a «humble man» of lies and power.*

**Keywords:** fake, falsehood, critical thinking, language distortion, power.

**Вікторія Вронська**

старший викладач

Рівненський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти

## **ПСИХОЛОГІЧНЕ ЗДОРОВ'Я СУЧАСНОЇ ОСОБИСТОСТІ**

*В статті висвітлено актуальність проблеми психологічного здоров'я проаналізовані аспекти питання психологічного здоров'я. З'ясовано складові цього поняття. З'ясовано, що вплив на особистість, з боку фахівців, може мати як позитивні, так і негативні наслідки – залежно від змісту інформації. І це, зрештою, може призвести до різних психічних станів, як задоволення, так і страждання. Наведено результати відповідей, щодо стану психологічного здоров'я. «Ознаки психологічно здорового ставлення до себе» продемонстровано у вигляді Хмарини слів.*

**Ключові слова:** психологічне здоров'я; стани; адаптивні можливості; домінуючі принципи в інформаційному суспільстві; стрес; життєстійкість; простір.

Людина істота соціальна, а в соціумі постійно відбувається обмін інформацією, енергією. Тому, треба жити в гармонії, адже, на стан здоров'я впливає не лише природне, а і соціальне середовище.

Повертаючись до того, що психологія вивчає процеси активного відображення людиною об'єктивної реальності у формі відчуттів, сприйнятів, пам'яті, мислення, свідомості, почуттів і інших психічних явищ, можна стверджувати, що „психіка” людини напряду пов'язана з її внутрішнім, суб'єктивним досвідом. Ось чому, звернувшись до свого власного „внутрішнього світу”, кожна людина здатна виділити властиві лише їй суб'єктивні психічні явища власного життя і усвідомити їх роль в своєму бутті, в своїй життєдіяльності.

Існує багато форм прояву „психіки”. В їх числі можна назвати факти поведінки людини, факти регуляції діяльності, недостатньо усвідомлювані психічні процеси, психосоматичні явища, творіння людини, які представлені як результати матеріальної і духовної культури. У всіх вищезазначених явищах, фактах, „психіка” людини не лише виявляється, але і проявляється особливим чином.

Все сказане дозволяє стверджувати, що тіло і дорослої людини, і дитини не є ізольованою системою. Думки людини, „внутрішній світ”, емоційні реакції певним чином завжди впливають на її фізичне здоров'я, її самопочуття і стан. Тому, надзвичайно актуальним є дослідження питання психологічного здоров'я особистості.

Проблема психологічного здоров'я висвітлюється і з позиції сучасного гуманітарного пізнання так і з позиції християнської духовної традиції.

У наш час спостерігається орієнтація на гуманістичні ідеали, адже з'явилися нові потреби. Гуманізм – це принцип світогляду і моралі, в основі якого лежить упевненість у безмежності можливостей людини. Етика розглядає гуманізм як визнання людини найвищою цінністю, передбачає захист щастя і гідності її, свободи і розвитку. Гуманізація, що проявляється в різних сферах та інституціях суспільної практики, не може не торкатися безпосередньо аспектів психологічного благополуччя як складової суб'єктивного благополуччя особистості. Саме тому принципи гуманізму і етики є домінуючими в інформаційному суспільстві.

**Постановка завдань дослідження.** Метою статті є висвітлення актуальності проблеми психологічного здоров'я, ознак психологічно здорового ставлення до інших, ознаки власного психологічного здоров'я.

Питання психологічного здоров'я в цілому досліджували ще вітчизняні вчені (В. Ананьєв, В. Бехтерев, Б. Братусь, І. Гурвіч, Б. Карвасарський, В. Мясищев). Зарубіжні психотерапевти і



психіатри (А. Адлер, Р. Ассаджіолі, С. Гроф, Е. Еріксон, А. Маслоу, К. Роджерс, В. Франкл, З. Фрейд, Е. Фром, К. Хорні, К-Г. Юнг). Багатовимірний показник особистого та психологічного здоров'я вже були предметом чисельних зарубіжних досліджень (Е. Дінер, Д. Канеман, М. Селігман, К. Ріфф). Психологічні закономірності розвитку моральних переконань (А. Гуркіна, Т. Рубцова). Засвоєння моральних норм особистістю (І. Підберезін, Ю. Приходько).

Ще лікарі Стародавньої Індії вважали, що негативні емоції – це першим поштовхом до початку будь-якої хвороби. Індійське вчення йога також базується на тісному взаємозв'язку мозку і тіла. Давньогрецькі вчені розглядали людину як єдине ціле. Ще Гіппократ наголошував на тому, що «здоров'я людини безпосередньо пов'язане з її морально-етичним розвитком» [4; с. 37]. Також, Гіппократ звертав увагу на захворілу особу: «Важливіше знати, яка людина хвора, ніж знати, на що хвора людина»[4; с. 37]. Римський лікар Клавдій Гален доводив залежність відчуттів від збереженості нервів і мозку. Медична наука, базується на працях вітчизняних вчених І. Сеченова, І. Павлова, А. Ухтомського, В. Бехтерева та їх учнів, підтвердила єдність соматичного і психічного в людині. Справжнє наукове пояснення психосоматичних взаємозв'язків дав І. Павлов, зазначивши, що ...не можна відмежовувати психічне від соматичного, треба завжди йти шляхом фізіологічного обґрунтування реакцій цілісного організму. Нейрофізіолог П. Анохін розробив біологічну теорію функціональних систем – концепцію організації процесів у цілісному організмі, який взаємодіє з середовищем. Ця теорія ґрунтується на уявленні про функцію як досягнення організмом пристосувального результату у взаємодіях з середовищем. У психічній діяльності протилежними реакціями є збудження і гальмування. Одна з цих реакцій у необхідний момент підсилюється або послаблюється залежно від ситуації, коли необхідно відповісти на певні впливи середовища. В наслідок цього організм досягає рівноваги з середовищем, здійснюючи свою діяльність. Ця рівновага динамічна: вона залежить від середовищних змін.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Вперше термін «психологічне здоров'я» запропонувала І. А. Дубровіна у 1991р.

- Психологічне здоров'я пояснюють сукупністю таких психічних властивостей, завдяки яким
- присутня гармонія особистості і гармонія між людьми і суспільством;
  - позитивне самовідчуття;
  - високий рівень розвитку рефлексії;
  - успішне проходження вікових криз;
  - адаптація до соціуму;
  - критичне мислення.

Проаналізуємо нейропсихологічні особливості. «Вищий прояв організуючої ролі ЦНС полягає у діяльності людського мозку, який визначає можливість для людини не тільки пристосуватися до умов зовнішнього середовища, але й компенсувати його несприятливі впливи своєю активною діяльністю» [6; с. 1]. Мозок складається із двох півкуль. «Ліва півкуля мозку любить порядок і підтримує його. Вона логічна, літерна, лінгвістична (любить слова) та лінійна (створює послідовність або порядок). Також їй подобаються списки й таблиці. Права – навпаки. Емоційна, невербальна, експериментальна і відповідає за спогади...» [1; с. 26]. Також, права півкуля демонструє використання невербальної комунікації (вираз обличчя, контакт очей, тон голосу, пози, жести). «Права півкуля не зосереджується на деталях, не встановлює порядок, а замість цього дбає про загальну картину сприйняття – значення та відчуття пережитого досвіду – і зосереджується на образах, емоціях, і особистих спогадах. Ми відчуваємо «нутром» або «серцем»...права півкуля інтуїтивна та емоційна»[1; с. 26].

«Права півкуля хвилюється про дух закону, емоції та переживання у взаєминах. Ліва півкуля зосереджується на тексті, а права – на контексті»[1; с. 28].

«Вкрай важлива взаємодія між двома півкулями головного мозку. Цьому сприяє структура мозку. Мозолисте тіло, це пучок волокон – з'єднує праву півкулю з лівою і завдяки зв'язкам, що утворилися. Півкулі тісно взаємодіють між собою. Не забуваємо і про лімбічну систему з



ретикулярною формацією, яка забезпечує прояв емоцій (почуттів). Видалення або ушкодження окремих ділянок лімбічної системи призводить до вияву емоцій гніву, страху, чи навпаки, задоволення і т.д. » [6; с. 1]. Емоції і їх вплив на особистість є значимим, тому детальніше проаналізуємо їх психофізіологічні особливості. «Емоції народжуються в центральних областях мозку, дуже важлива роль у цьому процесі належить гіпоталамусу, відсутність цієї ділянки головного мозку, чи сильне його ураження призводитиме до зникнення емоційних переживань. Люди з пошкодженим гіпоталамусом стають жорстокими, втрачають інтерес до їжі, моральні принципи і їм важко отримати задоволення від будь-чого» [5; с. 12]. Лімбічна система пов'язана з центрами вегетативної регуляції і має двосторонній зв'язок з корою головного мозку. «Крім подразнень від периферичної нервової системи, в ЦНС надходить велика кількість подразнень з боку внутрішніх органів організму. Це здійснюється вегетативною нервовою системою, яка поділяється на симпатичний і парасимпатичний відділи. Через вегетативну систему відбувається регуляція процесів клітинного обміну, серцево-судинної і дихальної діяльності, функції травного апарату і сечостатевої системи. Від неї головним чином залежить життєдіяльність тканин і органів. Нервова система виступає регулятором, який забезпечує взаємопов'язану реакцію морфологічних і фізіологічних систем організму у відповідь на зовнішні впливи і зміни у функціонуванні окремих органів» [6; с. 1]. Таким чином, завдяки нервовій системі, забезпечується спільна діяльність 12 органів і систем організму, а також взаємодія з навколишнім середовищем.

У результаті соціального розвитку в людини сформувався вищий рівень психіки – свідомість. На відміну від тварин, людина здатна сприймати мову як умовний подразник. (Завдяки другій сигнальній системі реалізується принцип моделювання дійсності за допомогою мови). Принциповою відмінністю свідомості від психіки тварин є те, що людині властиве абстрактне логічне мислення, пізнання світу і самопізнання, а також здійснення «соціального наслідування» – передача досвіду людства окремими особистостями в процесі становлення і розвитку. Однак, так як і усвідомлені дії, особистості властива і рефлексорна, інстинктивна поведінка, яка, на жаль, інколи є не контрольованою. Адже, свідомість не завжди її контролює, тому особистість повинна докладати зусилля, щоб її подолати. Не упустимо ми і емоції, адже вони мають велике значення для підтримання психологічного здоров'я особистості. Думки і емоційні реакції впливають і на фізичне здоров'я.

Однак за останні роки у стані здоров'я населення України спостерігається стійка тенденція до погіршення.

Дорослі, які займаються вихованням дітей раннього віку повинні розуміти особливості розвитку дитини і які наслідки неправильного ставлення до дитини, ігнорування її звичайних потреб у сприйнятті, опікуванні і підтримці. Привертає увагу також загальна емоційна обстановка в сім'ї (чи в будинку дитини сімейного типу, або колективі, що заміняє сім'ю), в якій дитина особливо чутлива. Сімейні конфлікти і сварки в дитячому оточенні, демонстрація взаємної неприязні в сімейному колі породжують у дитини відчуття загрози, неблагополуччя, недостатньої захищеності, не говорячи вже про те, що емоції, настрої дорослих буде відбиватися і на їх відношеннях до дитини. Ці чинники в комплексі призводять до формувань дитячих психотравм, які, іноді, на десятиліття випереджають виникнення невротичних і психосоматичних розладів. Яке цьому пояснення: переживши психотравмуючу ситуацію в ранньому віці, дитина ще не здатна до активно-пошукового її переборення, це закріплюється у своїй вихідній тенденції до пасивно-оборонного реагування, замість того щоб перебороти цю тенденцію поступово, „перехворіти” нею. Якщо конфліктна чи стресова ситуація з'явилася уже в дорослому стані і зачіпає значимі емоційні ставлення особистості, перетворюється при цьому в удар по слабкій ланці: з одного боку, вона провокує закріпленій дитячий стереотип пасивно-оборонної поведінки в будь-якій складній обстановці, і викликає відмову від активного пошуку способів вирішення конфлікту. З іншого – вона деякими своїми сторонами нагадує ту конкретну ситуацію з дитинства, яка була психотравмуючою, і завдяки зафарбовуванню, пригадуванню тієї ситуації – відтворює і дитячий тип реагування, а не демонструє критичного мислення. Так, страхи у до-

шкільному віці є віковим симптомом, тому що вони в певній мірі характерні і здоровій дитині цього віку”. Представляється, що подібні спостереження призвели до висновків З. Фрейда про місце дитячих психотравм в розвитку захворювань у дорослих і про те, що в основі неврозів і психосоматичних захворювань лежить регресивна поведінка.

Відомо, що сильні емоційні стани – страх перед чимось, гнів, ярість, горе, сум та ін., особливо в тих ситуаціях, коли вони подавляються, витісняються, можуть стати причиною психосоматичних захворювань людини.

Спеціалісти виявили ряд факторів, що впливають на виникнення психосоматичних захворювань людини. Так, для прикладу, коли людина стикається із загрозою, реальною чи уявленою, то в один із підкіркових відділів мозку (диенцефалон) зразу ж поступає сильне повідомлення. В результаті чого ніби автоматично „запускається” особливий психофізіологічний процес, сформований в ході еволюції. Це призводить до того, що в людини зразу ж частішає пульс, підвищується кров’яний тиск і рівень цукру в крові. М’язи напружуються, з’являється гусяча шкірка, відчуваються часті позиви на сечовипускання, зникає відчуття голоду. Все це є ні що інше, ніж мобілізація механізмів, що готують організм до захисту від небезпеки, завдяки чому людина може зберегти себе як біологічний вид.

Зазначено в експериментах вчених, що якщо людина не вступає в боротьбу (або не рятується втечею від виниклої небезпеки), то її тіло на тривалий час залишається в стані напруження. В результаті цього можуть виникнути хворобливі стани: високий кров’яний тиск, порушення діяльності нирок, хвороби серця, виразка шлунку та ін. Це, за даними Ганса Сельє, є ніщо інше, ніж форми розплати за тривалий стрес у відповідності з його теорією психосоматичних захворювань.

За експериментальними даними Т. У. Симонса, посилення хворобливих симптомів людини відбувається в результаті неправильного „прочитання” свідомою частиною мозку нормальних тілесних реакцій на стрес. Встановлено, що кора головного мозку чому завгодно може приписувати значення симптома хвороби і починати турбуватися з цього приводу. Виникнувши тривога передається в підкірку, де диенцефалон ресструє „сигнал небезпеки” і в той же час не породжує той самий симптом, який спочатку викликав у людини тривогу. Т. У. Симонс наводить приклад одного цілком здорового чоловіка, що відчув гострий приступ порушення травлення після якогось випадку, що викликав у нього відчуття гніву і страху. Не усвідомивши свої істинні емоції, даний чоловік вважав, що причиною порушення травлення виявилися нещодавно з’їдені вишні. Це призвело до того, що коли він їв всякий раз вишні, його кора вже була наготові, ніби попереджала: ”Не їж багато, ти про це пошкодуєш!”. Страх передався у підкірку, яка передала „приватника „шлунку закритися, що викликало приступ шлункової болі. Спостереження за цим чоловіком показали, що нові емоційні хвилювання викликали щоразу болі в шлунку.

Ці приклади дозволяють стверджувати, що здоров’я людини напряму пов’язане з його психікою.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямку.** Наведемо відповіді, на запитання, щодо стану психологічного здоров’я дітей дошкільного віку:

#### **психологічне здоров’я**

– Більш-менш на середньому рівні через те, що несприятлива психологічна обстановка в сім’ї;

– Погіршилося, через те, що позбавлені повноцінного спілкування діти з батьками;

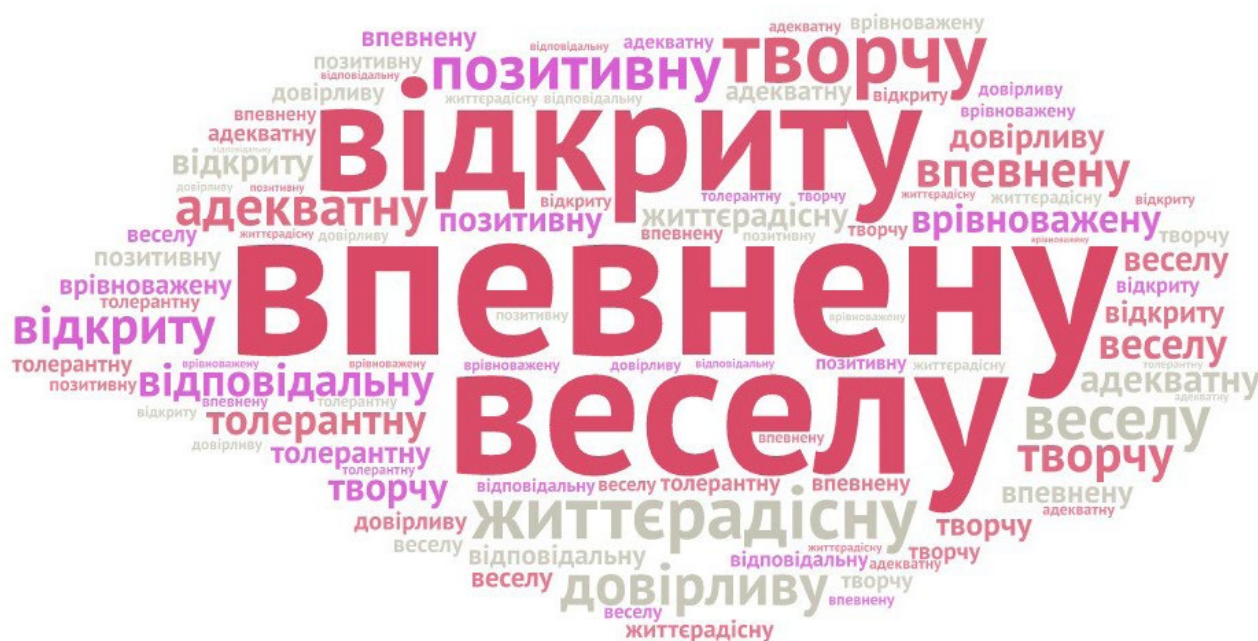
– Погіршилося психологічне здоров’я через те і адаптація дітей у ДНЗ триває довше, у деякого щорічно, починаючи „з нової сторінки”;

– Погіршилося через те, що батьки мають низький рівень педагогічної і психологічної культури, не ведуть здоровий спосіб життя, не привчають до цього дітей;

– Останнім часом здоров’я дітей потребує сильної уваги через те, що багато дітей мало рухаються, довго дивляться телевизор, а це впливає на психічний стан дошкільника;

- Погіршується здоров'я через те, що бракує знань про особливості психологічного розвитку дитини у батьків та дорослих;
- Погіршується через стреси;
- Соціальні негаразди породжують психологічні проблеми в окремих сім'ях, а це впливає на психічне здоров'я дітей;
- Соціальні негаразди в окремих сім'ях, призводять до погіршення мікроклімату в сім'ї і психологічна атмосфера напружена – це і відбивається на дитині.

На жаль, з часом ці проблеми дітей не вирішуються.. У шкільному віці також, частина може справитися з неочікуваними проблемами. Варто звернути увагу і на настрої в соціумі, зокрема і журналістів, які підбурюють, провокують на непередбачувані вчинки. В інших випадках, навпаки, безвідповідальні за подальшу долю особистості, яку або висвітлили в негативному світлі, або показали такі подробиці, яких не варто було розкривати.



*Хмарина слів. Ознаки психологічно здорового ставлення до себе*

**Висновок.** Сучасний світ дуже змінився. В наш час існує безліч загроз для особистості, що пов'язані з різними проблемами, в тому числі і з негативними чинниками, які виникають в результаті втручання в особистісний простір. Не варто забувати, що багато людей є вразливими, ранимими, які не знають дієвих механізмів збереження, зміцнення і відновлення психічного здоров'я в умовах постійних фізичних та інтелектуальних перевантажень, стресів, соціальних негараздів. Тому, фахівці, які займаються професійною діяльністю типу «людина-людина» (вчителі, лікарі, журналісти), повинні пам'ятати про те, якими результати їхньої взаємодії з іншими учасниками. Професія має свої особливості, скажімо, втомлива, напружена робота перед об'єктами відеокамер тележурналістів, а також обмеженість ефірного часу – їм, в свою чергу, варто оволодіти техніками роботи зі станами. Проте, вони повинні бути відповідальними і за наслідки діяльності, а особистість учасників передач, шоу після ефіру мало кого цікавить. (Цей вплив на особистість може мати як позитивні, так і негативні наслідки – залежно від змісту інформації. І це, зрештою, може призвести до різних психічних станів, як задоволення, так і страждання). Насправді ці учасники часто залишаються схвильованими, збентеженими, незахищеними, невпевненими – це призводить до зниження їх життєстійкості,

погіршує самопочуття, знижує психологічне здоров'я. Вкрай рідко висвітлюються проблеми захисту особистості від зайвої, негативно забарвленої інформації, а цей захист, в свою чергу, сприяв би збереженню психологічного і психічного здоров'я особистості. Усім варто пам'ятати про формування психологічного здоров'я. Адже психологічно здорова особистість не відчуває страхів, коли для цього немає реальних підстав; не боїться брати на себе відповідальність; мислить самостійно і критично.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Деніел С., Брайсон Т. Секрети мозку: 12 стратегій розвитку дитини / С. Деніел, Т. Брайсо; пер. з англ. Ірина Борщ. – Київ : Наш формат, 2017. – 102 с.
2. Болтівець С. І. Сучасний стан розробленості педагогічної психогієни / С. І. Болтівець // Практична психологія та соц. робота. – 2004. – №2. – С. 54-66.
3. Завгородня О. Проблема психологічного здоров'я: спроба теоретичного аналізу /// Практична психологія та соціальна робота №1, 2007. – С.55-60.
4. Магазаник Н. А. Искусство общения с больными. / Норберт Александрович Магазаник. М. Мед, 1991. – 110с.
5. Вронська В. М. Значення музикотерапії у психологічній підготовці медичних сестер дошкільних навчальних закладів / В. М. Вронська // Вісник кафедри корекційної освіти. – 2009. – №5. – С. 11-17.
6. Єгорова О. Лікбез психологічного здоров'я. <https://foundationdv.com/ua/articles/mental-health-101>

*The article deals with the urgency of the problem of psychological health and analyzes aspects of the issue of psychological health. The components of this concept have been clarified. It has been found that influence on the personality, by experts, can have both positive and negative consequences, depending on the content of information. And this, in the end, can lead to different mental states, both pleasure and suffering. The results of the answers concerning the state of psychological health are given. «Signs of a psychologically healthy attitude to self» is demonstrated in the form of the Word Cloud.*

**Keywords:** *psychological health; get up; adaptive capabilities; the dominant principles in the information society; stress; viability; space.*

## **II. МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ДОШКІЛЬНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ**



**Тетяна Чашка**

вихователь І категорії

Куп'янський заклад дошкільної освіти (ясла-садок)

№2 «Орлятко» комбінованого типу Куп'янської

міської ради Харківської області

## **ФОРМУВАННЯ МЕДІАТВОРЧОСТІ У ДІТЕЙ СЕРЕДНЬОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ШЛЯХОМ ЗАЛУЧЕННЯ ЇХ ДО МЕДІАДІЯЛЬНОСТІ**

*У статті описується досвід роботи вихователя – медіапедагога з дітьми середнього дошкільного віку з формування в них медіаторчості через проектну медіадіяльність.*

**Ключові слова:** *медіаосвіта, медіасередовище, медіаторчість, медіадіяльність, медіатехнології, медіатекст, медіапродукт, медіарепазентація.*

Медіасередовище є невід'ємним фактором впливу на дитину дошкільного віку, а оволодіння дитиною вмінням використовувати пізнавальний, соціокультурний потенціал медіа має величезне значення. Однією з форм впливу медіасередовища на розвиток дітей дошкільного віку є перенесення і відображення інформації про оточуючий світ та унаочнення її в доступному форматі для дітей. Це означає, що сприйняття світу дитиною значною мірою залежить від того, як його подають медіа. У такому медіасередовищі наразі зростають сучасні діти, тому медіасередовище є альтернативною можливістю організації діяльності дітей в умовах дошкільного закладу. Воно може бути допоміжним засобом роботи з дошкільниками в пошуку та поданні інформації за умови розумного використання медіазасобів. Отже, медіа надають різнобічну інформацію про світ та практичні наочні зразки певного стилю життя і діяльності людини, формують життєві цінності дитини дошкільного віку. Виходячи з цього, особливим аспектом формування медіаграмотної особистості дитини стає медіаосвіта – вивчення вихованцями закономірностей масової інформації.

Специфіка медіаосвіти з точки зору педагогіки полягає в тому, що вона виникає для формування сприйняття і інтерпретації інформації і має на увазі, що усі учасники педагогічного процесу рівноправні перед отримуваною інформацією. Проте педагог не учить, а допомагає досягнути світ, пропонуючи аналізувати отриману інформацію на різних рівнях осмислення.

Головним завданням медіаосвіти є «сприяння формуванню рефлексії і критичного мислення як психологічних механізмів, які забезпечують свідоме споживання медіапродукції і саморегуляцію взаємодії з медіа на основі... осмислення власних медіапотреб, адекватного та різнобічного оцінювання наданої інформації...» [1, електронний ресурс ].

Дитина в сучасному медіасередовищі спілкується зі світом і пізнає його, не застосовуючи вербальних засобів в спілкуванні. І це створює певні труднощі у безпосередньому спілкуванні з іншими людьми у реальному світі: дитина не може сформулювати свою думку, виникають труднощі в побудові зв'язного повідомлення в усній формі; спостерігається фізична «скутість» в процесі спілкування. Здолати ці бар'єри можна тільки через формування у дошкільнят медійних навичок та розвиток творчості шляхом залучення їх до медіадіяльності. «Дошкільна медіаосвіта є принципово інтегрованою і спрямована на збалансований естетичний та інтелектуальний розвиток особистості дитини, забезпечує її захист від агресивного медіасередовища...» [1, електронний ресурс]. Таким чином, медіаосвіта стає логічним фрагментом сучасного освітнього середовища, проте педагогічні концепції медіаосвіти ширші за вузькопрофесійні. Це на думку А. А. Журина, «ідеологія педагогічної діяльності», стратегія формування базових інформаційних умінь особистості дитини на матеріалі медіа [1, електронний ресурс].

Розвиток дитини дошкільного віку в умовах медіасередовища представлено в роботах О. Петрунько, К. Ворснюк, В. Лях. Вплив медіасередовища на дітей дошкільного віку розкриває серія експериментів, проведених Джоном Флейвеллом, які довели, що саме в середньому дошкільному віці (діти 4-5 років) формується здатність дитини розрізняти медіа від реальності [6, електронний ресурс].

Медіасередовище передбачає використання медіатехнологій у традиційному навчанні, зміну структури та організації освітньо-виховного процесу, формування нових методологічних та дидактичних основ, розробку нових педагогічних інноваційних технологій навчання. Використання медіатехнологій з метою формування медіаторчості у дітей середнього та старшого дошкільного віку, збагачення їх пізнавальної сфери дозволяють розширити можливості вихователя, створюють базу для активізації дітей, що в свою чергу дозволяє дошкільнику проявити себе, ширше розкрити власний творчий потенціал, дає педагогу змогу постійно взаємодіяти з дітьми, доводити інформацію на доступному для них рівні, підвищувати ефективність сприйняття інформації за рахунок наочності матеріалу, здійснювати інтерактивні взаємозв'язки, одночасно використовувати різного типу інформацію (текстову, аудіовізуальну, графічну тощо). В основі використання медіатехнологій лежать ідеї С. Пейперта про «саморозвиток дітей в умовах певного соціального середовища, що формує інтелект», ...персональному відкритті світу дитиною природною цікавістю» [7, електронний ресурс].

Творчу діяльність дитини вчені (І. В. Волков, Т. С. Комарова, Н. П. Сакуліна) визначають як один з важливіших засобів становлення та розвитку пізнавальної активності, творчості дошкільника. В творчості дитина передає свої думки, почуття, стан, настрій через мовленнєву й образотворчу діяльність. Наразі уся творчість дошкільника пов'язана із медіа, тому актуально використовувати поняття «медіаторчість», адже медіа – це все, що оточує людину, що створено людиною, що сприймається людиною й передається людям за допомогою сучасних медіазасобів.

Серед значущих шляхів розвитку пізнавальних можливостей та творчої діяльності у багатьох дослідженнях (І. Я. Лернер, Г. В. Сирота) підкреслюється необхідність використання в роботі з дітьми творчих завдань, що сприяють вихованню самостійності дитини, розвивають у неї якості особистості, що є необхідними для навчання. Коло творчих завдань є широким за складністю, але суть його полягає в одному: під час їх розв'язання відбувається акт творчості, створюється щось нове.

Процес формування медіаторчості у дітей дошкільного віку є довготривалим, проходить певні етапи навчання та опанування медіазасобами.

I етап – навчання сприймати інформацію з екрана починається вже з молодшого дошкільного віку (діти четвертого року життя).

II етап – навчання оцінювати якості інформації починається з середнього дошкільного віку (діти п'ятого року життя).

III етап – навчання емоційного сприйняття медіатексту починається в середньому дошкільному віці, а навчання критичного сприйняття продовжується в старшому дошкільному віці (діти шостого року життя).

IV етап – оволодіння технічними засобами медіа можна починати з молодшого дошкільного віку (опанування найпростіших медіазасобів – натиснути кнопку на фотоапараті, знайомство з мікрофоном), продовжувати в середньому дошкільному віці (озвучування кадрів за допомогою мікрофону та комп'ютера, опанування мобільним телефоном тощо) та закінчується на рівні старшого дошкільного віку (створення діафільмів, мультфільмів за допомогою різних медіазасобів та інструментів за участю педагога).

V етап – розкриття технологій створення інтерпретацій інформації відбувається на рівні старших дошкільнят (створення медіарепрезентацій).

Медіа чинять суттєвий вплив на розвиток особистості дитини, тому слід зазначити, що взаємодія дошкільнят із медіазасобами та процес їх виховання на медіаматеріалі формує новий тип відносин дітей з медіасередовищем, а відтак перш за все необхідно:

1. Організовувати діяльність дітей таким чином, щоб сприяти комунікаційної взаємодії, обговоренні тих чи інших медіапроцесів.

2. Враховувати естетичні, технічні вимоги та вимоги щодо умов безпеки використання медіа для розвитку медіаграмотної особистості дитини.

Досвід показує, що однією з найбільш важливих умов успішного розвитку дитячої медіатворчості і медійних навичок є різноманітність і варіативність форм роботи дошкільнят з медіаматеріалом. Тому виникла ідея створити в дошкільнят особливий, ні з чим незрівняний настрій, викликати сильні почуття і бажання спілкуватися через взаємодію з книгою, мультфільмом, ілюстраціями – зробити так, щоб ці види медіа стали засобом емоційного занурення дітей в область комунікації і пізнання. А із приходом медіатехнологій виявилось, що можна зробити так, щоб малюнки, фото, вироби з пластиліну або улюблені іграшки «ожили», почали рухатися і жити своїм власним життям.

За мету маємо теоретично обґрунтувати і практично реалізувати засоби формування медіатворчості, розвитку зв'язного мовлення у дітей середнього дошкільного віку шляхом використання друкованих і аудіовізуальних медіа (книга, мультфільм, фото, газета, журнал, картина і ілюстрація тощо), активне застосування медіа в освітній діяльності та освоєння технології створення медіарепрезентації.

Завдання:

1. Ознайомити дітей з деякими поняттями й видами медіа: фото, преса, газета, журнал, відеокнига, мультиплікація, мобільний зв'язок, озвучування, декорації, кадр, монтаж, зйомка тощо.

2. Сприяти формуванню у дошкільнят комунікативних навичок за допомогою медіадіяльності, вміння виділяти проблему, планувати майбутню роботу, співвідносити задум і результат.

3. Розвивати ініціативне творче начало, дати емоційний поштовх до озвучування медіатекстів власного виготовлення.

4. Вправляти в умінні ототожнювати себе з роллю.

5. Створити умови для виявлення культурно-пізнавальної цікавості, а також використання отриманих знань і умінь для створення власного медіапродукту.

6. Вправляти дошкільнят в роботі з обробкою інформації.

7. Формувати здатність до сприйняття, оцінки і створення медіатекстів.

8. Виховувати бажання самовиражатися і радіти результатам своєї медіадіяльності.

Медіадіяльність – це структурний компонент медіасередовища, який складає її практичну основу. Структура медіадіяльності :

1. Візуалізація (створення, пізнання різного рівня і змістовного наповнення зразків реальності).

2. Актуалізація (забезпечення доступу, розробка засобів подання інформації).

Головна педагогічна цінність медіадіяльності полягає передусім в можливості комплексного розвиваючого навчання дошкільнят. Найбільший інтерес викликає механізм засвоєння дошкільниками сприйнятої інформації з медіасередовища, який відбувається на основі систематичної спільної медіадіяльності дітей та дорослого. Систематична цілеспрямована робота з формування медіатворчості у дітей є ефективною за реалізації таких педагогічних умов:

1. Ознайомлення дітей з медіазасобами і медіатехнологіями починаючи з середнього дошкільного віку.

2. Збагачення уявлень дітей про сучасний медіапростір засобами екранізованих та літературних творів.

3. Ігрова й творча медіадіяльність на матеріалі медіа.

4. Забезпечення розвивального медіасередовища, яке спонукає дитину до постановки проблеми, самостійного розв'язання й критичного самоаналізу, рефлексії.

Методика дошкільної медіаосвіти інтегрована у різні освітні лінії Базового компонента дошкільної освіти, спирається на ключові поняття медіаосвіти, базується на вивченні тематичних розділів, пов'язаних із процесом створення медіапродуктів (діафільм, відео,

коротке кіно, мультфільм, рекламний відеоролик тощо), їх видами та жанровими особливостями, структурою, ідеями, та ґрунтується на концентричному вивченні медіаматеріалу. Вона дозволяє реструктурувати традиційні форми занять у вільні тематичні блоки, базується на реалізації різноманітних творчих завдань, спрямованих на розвиток вмінь аналізувати, «декодувати» медіатексти. У межах дошкільної медіаосвіти поєднуються акценти на творче сприймання медіа і розвиток здатності створювати власну медіапродукцію (міні-книжка, відеокнижка, журнал, газета, відеоролик рекламної тематики, реклама у вигляді плакату, афіша, телерепортаж, медіарепрезентація, діафільм з озвучуванням і таке інше). Створення власного медіапродукту з метою його подальшого використання (наприклад, навчальний діафільм, відеокнижка, газета або журнал) сприяє формуванню в дітей дошкільного віку продуктивної мотивації медіаосвітнього процесу. Участь дошкільнят у створенні медіапродукції дозволяє заохотити спільний вибір теми, змісту, концепції майбутнього медіапродукту, шляхів практичної реалізації зі створення.

Мною розроблена методика навчання взаємодіяти з медіа через проекти на медіаматеріалі для дітей середнього дошкільного віку, яка дає учасникам освітньо-виховного процесу свободу творчості і організації освітньо-виховного процесу. Такий вид медіадіяльності підпорядкований спільній меті і тематиці, вирішує завдання з формування медійної компетенції та медіаторчості дошкільнят комплексно і невимушено. Освітній процес будується згідно логіки медіадіяльності, що підвищує мотивацію дітей до пізнання. Акт творчості в проектній медіадіяльності відрізняється від інших форм навчання тим, що в результаті такої діяльності дитина не просто отримує певний обсяг знань, а віддає свій досвід і знання – репрезентує його через створення власного медіапродукту.

В ході проектів діти середнього дошкільного віку пізнають деякі види, типи й жанри медіа, опановують такі поняття як ілюстрація, преса, книга, мультфільм, інтерв'ю, фрагмент, кадр, озвучування. Медіадіяльність здійснюється шляхом організації навчальних проектів, результатом яких є створення дітьми під керівництвом педагога медіапродуктів (мультфільм/діафільм, афіша, реклама, ментальна карта, медіарепрезентація) [https://www.youtube.com/watch?v=i\\_DJcup5hGc](https://www.youtube.com/watch?v=i_DJcup5hGc)

Осмислення дітьми результатів проектної медіадіяльності відбувається шляхом презентації медіапродукту:

◇ Медіарепрезентація – створення дітьми власного медіапродукту за мотивами відомого мультфільму або твору з використанням малюнків, іграшок, фрагментів мультфільмів тощо. Приклади тут:

[https://www.youtube.com/watch?v=1Ae6D\\_EhZis](https://www.youtube.com/watch?v=1Ae6D_EhZis)

<https://www.youtube.com/watch?v=Bi864YYGYLY>

◇ Ментальна карта – це інструмент для відображення процесу мислення і структуризації інформації у візуальній формі. Для її створення необхідно:

1. Прочитати казку або подивитися мультфільм.

2. Виявити героїв і охарактеризувати їх.

3. Намалювати або наклеїти персонажів.

4. Знайти додаткову інформацію про тварин, предмети, що представляють героїв казки або мультфільму.

5. Створити карту спільно з дорослими.

Як працювати з ментальною картою можна подивитись на прикладі заняття в середній групі за посиланням (заняття подано російською, тому що садочок до 2019 року був російськомовним):

<https://www.youtube.com/watch?v=X4AaoQhZ9SE>

Існує багато методів роботи з медіа, однак для роботи з дітьми дошкільного віку обираємо декілька основних, так званих специфічних, методів вивчення медіа, та дидактичних, загальних для навчання.

Таблиця 1 «Методи медіаосвіти»

Специфічні методи вивчення медіа	Дидактичні методи вивчення медіа
1. Заморожування кадру	1. Проблематичний
2. Звук й зображення	2. Євристичний
3. Місце і кадр	3. Дослідницький
4. Початок і кінець	4. Ігрові завдання
5. Залучення аудиторії	5. Співробітництво у групах
6. Видові трансформації	6. Колективна дискусія, полілог
7. Порівняння медіатекстів	7. Залучення додаткового інформаційного матеріалу
8. Імітації	8. Експериментування.

За формою медіадіяльності використовуємо такі методи медіаосвіти:

- Творчі завдання з розвитку умінь аналізувати медіатексти <https://www.youtube.com/watch?v=aah26smQggE>

- Літературно – імітаційні завдання, в ході яких дошкільники створюють сценарії або варіанти медіатекстів на основі відомих дітям. При створенні самотужки медіатексту (газета, журнал, коротке відео, реклама тощо) відбувається відповідний «рольовий» розподіл на «режисера», «операторів», «репортерів», «ведучого» та інші медіа професії <https://www.youtube.com/watch?v=FyC4GsJk4cM>; <https://www.youtube.com/watch?v=CF7uH0bIEMA>;

- Театралізовано-ситуативні творчі завдання (інтерв'ю, рекламна агенція, газетний кіоск тощо).

Для вивчення мови медіатексту використовуються навчальні ігри практичного змісту:

- Кадрування зображень;

- Зйомка відеокамерою/фотоапаратом під різними кутами;

- Обговорення кодів зображення типових характеристик та ситуацій (світло, колір, форма, розмір, план).

Усі вправи й завдання максимально практичні, мають за мету розвиток певних навичок з медіаграмотності, є універсальними, розраховані на дітей середнього та старшого дошкільного віку. Використання творчих завдань та ігор на матеріалі медіа забезпечує єдність пізнання, творчості і сприяє:

- Освоєнню різноманітної інформації;

- Розвитку пізнавальних процесів ти мислення;

- Розвитку медіаторчості, ігрової та дослідницької діяльності.

В середньому дошкільному віці використовуємо такі ігри для формування медіаторчості:

### **1. Словесна гра «Складаємо історію за картинками»**

Мета: Сприяти розвитку фантазії, активізації мовлення, логічного мислення, вправляти у встановленні причинно-наслідкових зв'язків, утворенні сюжетної лінії на основі опорних слів або зображень (малюнки, світлини тощо).

Методичний орієнтир:

Діти переглядають створений дітьми старшого дошкільного віку медіапродукт (наприклад, діафільм), який складається з серії кадрів (фото або малюнків), а потім за пропонуваним алгоритмом створюють історію. Алгоритм такий: Що, де, коли відбувається? З ким що трапляється? Чим закінчується історія?

Можна розділити дітей на 3 підгрупи, які домовляючись між собою складають історію. Група сама вирішує з якого слова можна починати розповідь. Після виконання завдання обирається найцікавіша на думку всіх дітей історія й записується як текст до діафільму. Потім йде озвучування кадрів за обраним текстом (від автора, по ролях, в діалогах).



## **2. Вправа «Поєднай»**

Мета: вчити аналізувати й синтезувати малюнки або картинки за певними ознаками, об'єднувати в групи, пояснювати свій вибір.

Методичний орієнтир:

Педагог пропонує дітям поєднати малюнки/картинки/предмети :

- Герої і предмети з одного медіатексту;
- Малюнки/ картинки за певною темою (наприклад, «Вода та її стани», «Птахи чарівні», «Зима, радість, подарунки» і таке інше).

Завдання може бути індивідуальне або групове, діти працюють певний час самостійно, виставляють малюнки, які об'єднали в групи. Потім відбувається вигадкування сюжету з певною групою малюнків на основі відомих дітям медіатекстів й кадрування.

## **3. Мовленнєва гра «Салат із казок»**

Обрані групи малюнків після вправи «Поєднай» можуть бути опорними для нової казки або історії, яку діти мають придумати і створити в певному виді медіатексту..

## **4. Мовленнєво-творча гра «Нова казка»**

Педагог пропонує дітям змінити відомий медіатекст (казка, мультфільм), додавши до нього:

- Нового героя чи героїв;
- Нову подію.

## **5. Мовленнєво-творча гра «Одного разу...»**

На основі запропонованих дітям іграшок або на власний вибір дітей скласти історію про них, відзняти фотоапаратом кадри отриманих сцен, а потім розкадрувати їх. За допомогою програми Power Point разом з вихователем зробити діафільм. Продумати діалоги, відтворити їх, озвучити (записати на диктофон), в програмі відеоредактора (наприклад, Movavi Suit) змонтувати відео. Таким чином створюється медіарепрезентація.

## **6. Мовленнєво-творча гра «Біном фантазії»**

Мета: вчити за допомогою друкованих медіа (наприклад, казки К. Чуковського) створювати відеокнигу з новим змістом.

Методичний орієнтир:

Педагог пропонує згадати всі казки, де є наприклад слово «крокодил», «дерево» та пов'язати ці слова, щоб вийшла цікава історія для відеокниги. <https://www.youtube.com/watch?v=gs-sT4ur8iY>

На своєму досвіді я переконалася, що медіадіяльність – вершина словесної творчості дітей, тому що у дошкільнят формується здатність зрозуміло, чітко, послідовно викладати свої думки.

Зрозуміло, що в дошкільньому віці робота з медіазасобами має свою специфіку (обмежені можливості в роботі з медіатехнологіями в силу вікових особливостей дітей), але вона має величезну розвиваючу функцію: діти намагаються зрозуміти, пізнати і осмислити інформацію і вчать з нею працювати, створювати й презентувати власний медіапродукт.

Таким чином шляхом залучення дітей середнього дошкільнього віку до медіадіяльності ми формуємо в них медіаторчість – здатність створювати власний медіапродукт на основі аналізу й синтезу медіатекстів.

ДОДАТОК

### **План організації медіадіяльності дітей через проект**

**Тема:** «Найкращий ведмедик у світі»

**Вид проекту:** інформаційно-практико-орієнтований

**Термін реалізації:** 10 днів

**Мета:** Створення педагогічних умов для формування медіаторчості дітей середнього дошкільнього віку в контексті медіаосвіти.

**Завдання:**

1. Створити умови для прояву культурно-пізнавального інтересу, а також використання отриманих знань і умінь для створення власного медіапродукту.
2. Вправляти дошкільнят в роботі з обробкою інформації.

3. Розвивати творчі здібності, комунікативні та дослідницькі вміння.
4. Формувати у дітей емоційно-естетичне ставлення до іграшок.
5. Розвивати емоційну чутливість, комунікативні навички, творчі здібності у спільній медіадіяльності.
6. Вчити долати скутість, сором'язливість, вчити вільно триматися перед аудиторією, відеокамерою.

**Очікуваний результат:** в результаті проектної діяльності у дошкільнят сформується уявлення про іграшки та взаємовідносини людини з ними, діти навчатимуться сприймати медіатекст (мультфільм і книгу) і елементарно їх аналізувати. Діти будуть відтворювати діалоги героїв, зачувати пісеньки плюшевого ведмедика, придумувати нові історії про друзів Віні Пуха. Таким чином ми будемо розвивати комунікативно-мовленнєві здібності, формувати медіаторчість у дітей середнього дошкільного віку, слухову і зорову пам'ять, асоціативне, образне і логічне мислення, творчу фантазію і уяву.

**Учасники проекту:** діти середнього дошкільного віку, вихователі середніх груп, батьки вихованців.

#### **Попередня робота:**

Збір інформації про історію твору А. Мілна.

Перегляд мультфільмів «Пригоди Віні Пуха» (1977, Дісней); мультфільмів про Віні Пуха («Союзмультфільм»), «Заєць Коська і джерельце», «Умка». Підбір наочного матеріалу: Інтернет-ресурс

**Підбір іграшок:** ведмедик, інші «ймовірні друзі» Віні Пуха

Створення презентації: «Слідами Віні Пуха», «Найвідоміший ведмедик у світі»

Результат медіадіяльності дітей середнього дошкільного віку: відкрите заняття для вихователів закладів дошкільної освіти міста Куп'янськ Харківської області – демонстрація деяких медіапроцесів зі створення медіапродукту дітьми. [https://www.youtube.com/watch?v=1Ae6D\\_EhZis](https://www.youtube.com/watch?v=1Ae6D_EhZis)

### **Поетапний план проектної медіадіяльності**

<b>Етап проекту</b>	<b>Мета. Завдання</b>	<b>Організація проектної медіадіяльності з дітьми</b>
<b>Мотиваційний 1 день</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виявити обсяг знань і уявлень дітей про плюшевого ведмедика Віні Пуха та його друзів.</li> <li>2. Сформувати мотиви участі дітей у проектній медіадіяльності.</li> <li>3. Залучити до роботи батьків: пояснити мету проектної медіадіяльності.</li> <li>4. Підготовка дітей до сприйняття медіапродукту.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Інтерв'ю з дітьми «Хто такий Віні Пух?»</li> <li>2. Виставка іграшок «Парад плюшевих ведмедиків»</li> <li>3. Домашнє завдання для батьків: спільний перегляд мультфільму «Пригоди Віні Пуху» (1977).</li> <li>4. Заняття «В гості до книги: А. Мілн «Віні Пух і всі-всі-всі» (художня література</li> <li>5. СХД: друг Крістофера Робіна (малювання ведмедика поролоном)</li> </ol>
<b>Інформаційний 4 дні</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Викликати у дітей радісний настрій від зустрічі з казковим і мультиплікаційним персонажем.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Жартівливий тест для батьків «Кого з героїв мультфільму нагадує ваша дитина?» (По мультфільмом У.Диснея 1977).</li> </ol>

	<p>2. Розвивати вміння емоційно сприймати образний зміст казки, мультфільму, послідовність подій.</p> <p>3. Освоєння простих логічних дій (логіко-математичний розвиток), формування уявлень про ігри, іграшки, активізація мовленнєвої діяльності через вміння формулювати повні відповіді (розвиток мови), уточнення і розширення уявлень про навколишній світ (ознайомлення з соціумом, природою).</p> <p>4. Сформувати систему знань, умінь і навичок, необхідних для реалізації проекту та прояву творчості і фантазії.</p>	<p>2. Літературна гра за книгою А. Мілна «Як стати другом Віні Пуху?»</p> <p>3. Конкурс «Оповідач» (розвиток мови: закінчи речення, розкажи що було далі ...)</p> <p>4. Заняття з логіко-математичного розвитку: «В гостях у Віні Пуху», «Математичні ігри від Віні Пуху».</p> <p>5. Заняття з ознайомлення з соціумом: «Слідами Віні Пуху» (з елементами медіаосвіти), «Допоможемо друзям Віні Пуху стати здоровими».</p> <p>6. ХПД (ліплення) «Горщик для Віні».</p> <p>7. ХПД (аплікація) «Баночка варення».</p> <p>8. ХПД (малювання) «Чарівний ліс».</p> <p>9. Читання глав з книги А. Мілна, перегляд мультфільму «Віні Пух і день турбот».</p>
<p><b>Репродуктивний</b> <b>2 дні</b></p>	<p>Дати дітям можливість практично застосувати набуті знання, вміння та навички.</p>	<p>1. Заняття з мовленнєвого розвитку «Розкажи про друзів Віні Пуху» (з використанням мнемотехніки).</p> <p>2. Дідактичні ігри: «Чим схожі, чим відрізняються» (герої медіатекстів), «Збери картинку», «Візьми те, що я назву», «Відгадай на смак», «Визнач на слух».</p> <p>3. Заняття з розвитку мовлення (художня література) «Пісеньки плюшевого ведмедика: пихтілки, пісеньки» (заучування і розповідання на пам'ять).</p> <p>4. Відтворення діалогів героїв з казки.</p> <p>5. СРІ «В гостях у Крістофера Робіна».</p> <p>6. Гра-інтерв'ю «А у вас був плюшевий ведмедик?» (У дорослих діти беруть інтерв'ю).</p>

<b>Узагальнення, систематизація й аналіз знань</b> <b>1 день</b>	1. Виясни, які зміни відбулися в розвитку кожної дитини, проаналізувавши результати контрольних-діагностичних зрізів, спостережень. 2. Систематизувати отриману на попередніх етапах інформацію. 3. Підготувати дітей до творчої медіадеяльності.	1. Заняття з пізнавального розвитку (інтегроване) «Чому Вінні Пух – найулюбленіший ведмедик на світі?» 2. Заняття «Добре ведмедем бути» (ознайомлення з природним оточенням). 3. Інтегроване заняття «Хто малює картинки в книзі, в мультфільмі?»
<b>Творчий</b> <b>2 дні</b>	1. Робота над вербальними компонентами мови (інтонація, сила і висота голосу) і невербальними (міміка, жести). 2. Розвивати творчу уяву, вміння придумувати нові епізоди медіатексту, формувати Медіа творчість удітей середнього дошкільного віку. 3. Створення власного медіапродукту: вправляти в озвучуванні персонажів.	1. Заняття з розвитку мовлення «Нові історії про Вінні Пуху». 2. Заняття з елементами медіаторчості «Вінні Пух і день турбот: нова версія» (придумування сценарію, розподіл ролей, озвучування).
<b>Рефлексивно-оцінювальний</b> <b>1 день</b>	Усвідомлення дітьми результатів проектної медіа діяльності.	Презентація готового медіапродукту: «Вінні Пух і день турбот» в соціумі, на каналі Орлятко в YouTube.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Крутій К. Л. Медіадидактичні особливості використання мультфільмів як засобу навчання мови і розвитку зв'язного мовлення дошкільників – [dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789...KRUTIY.pdf](http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789...KRUTIY.pdf)
2. Казки і фарби: парціальна програма розвитку творчих здібностей дітей 4-6 років на заняттях із малювання з використанням елементів медіаосвіти / Т. М. Чашка; за заг. ред. О.В. Волошенко, Г. А. Дегтярьової, В. Ф. Іванова. – Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2018. – 204 с.
3. Медіасвіт для дошкільнят : парціальна програма для дітей старшого дошкільного віку / Василюк С. М., Алексейчик О. В., Проценко О. В., Абаляєва Л. Ю., Чашка Т. М., Стеніна Л. В., Шелкова С. В.; за заг. ред. О. В. Волошенко, Г. А. Дегтярьової, В. Ф. Іванова. – Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 98 с.
4. Немирич А. А. Современная мультипликация и дошкольники: к вопросу о медиаграмотности//Молодежь и медиа. Цели и ценности: материалы I Всероссийской научно-практической конференции – Москва, 2011 с.230-235
5. Чельшева И.В. Ребёнок в мире современной медиакультуры / И. В.Чельшева // Начальная медиашкола: электронный научно-педагогический и культурно-просветительский журнал. 2012. – No1. URL: <http://www.mediashola-plus.ru>

6. <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/3.2/11.pdf>

7. <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyni-strategii/mizhnarodniy-dosvid-vprovadzhennya-mediagramotnosti-dlya>

*The article describes the experience of working as a mediaeducator with middle-aged children in the formation of mediacreativity through project media activities.*

**Keywords:** *mediaeducation, mediaenvironment, mediacreativity, mediaactivity, mediatechnologies, mediatext, mediaproduct, mediarepresentation.*



**Людмила Швайка**

директор Куп'янського закладу дошкільної освіти  
(центр розвитку дитини) Куп'янської міської ради  
Харківської області

**Інна Молодушкіна**

практичний психолог Куп'янського закладу дошкільної освіти  
(центр розвитку дитини) Куп'янської міської ради  
Харківської області

**Олена Тарасова**

директор Куп'янського закладу дошкільної освіти  
№15 Куп'янської міської ради Харківської області

## **ПЕДАГОГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ СУЧАСНИХ ДОШКІЛЬНИКІВ: ШПАРГАЛКА ДЛЯ ДОРΟΣЛИХ**

*У статті наведено основні педагогічні орієнтири розвитку критичного мислення у дітей дошкільного віку, представлені інноваційними формами і методами роботи в умовах сучасного закладу дошкільної освіти.*

***Ключові слова:** критичне мислення, інформація, особистісний розвиток, дошкільна освіта, дошкільний вік, педагогічні орієнтири, педагогіка партнерства.*

Стратегія модернізації українського суспільства тісно пов'язана із розвитком актуальних та потенційних можливостей особистості, її здібностей і потреб, готовності до самопізнання і саморозвитку. Цінністю сучасної особистісно орієнтованої освіти стає соціально компетентна особистість різнобічно розвинута і така, що успішно адаптується у світі, в якому стрімко зростає обсяг інформації та кількість джерел її надходження.

В дошкільному віці закладається фундамент інтелектуального, соціального, емоційного, особистісного розвитку людини. І саме дошкільна освіта має розпочинати створювати основу для подальшого розвитку критичного мислення дітей.

Тому є очевидною необхідність надання дітям дошкільного віку цілеспрямованої педагогічної допомоги з розвитку уміння дітей об'єктивно оцінювати інформаційні явища, процеси, події.

Проблема формування компетентності особистості знайшла широке обґрунтування в Законах України «Про освіту», «Про дошкільну освіту», Державних стандартах початкової та дошкільної освіти, де задекларовано впровадження особистісно зорієнтованого, компетентнісного, діяльнісного підходу. Особливого значення набуває запровадження технологій, які б позитивно впливали на освітній процес в закладі дошкільної освіти і давали б якісні зміни. Зважаючи на те, що якість дошкільної освіти оцінюється саме через динаміку розвитку особистості дитини, яка тісно пов'язана з ефективністю педагогічної діяльності кожного педагога, актуальним є створення належних умов для запровадження нових технологій в освітньому процесі.

Наукове обґрунтування та практичне впровадження в діяльність закладів освіти ефективних форм, методів, засобів формування критичного мислення в дітей вбачається актуальним та закономірним.

За твердженням дослідників О. Пометун, Л. Рибак, О. Тягло, Г. Липкіної критичне мислення – це перевірка запропонованих рішень з метою визначення сфери можливого їх засто-

сування, а також здатність людини усвідомлювати власну позицію з того чи іншого питання, вміння знаходити нові ідеї, аналізувати і оцінювати події та приймати зважені рішення стосовно будь-яких думок і дій [19].

Сучасний дослідник О. Тягло стверджує, що критичне мислення є специфічним видом рефлексії, яка спирається на знання елементарної логіки й відповідним конкретних наук, а тому тлумачить критичне мислення як активність розуму, спрямовану на виявлення і виправлення власних помилок та обґрунтованість міркувань [24].

Різні аспекти розгляду критичного мислення дають змогу представити, якою ж повинна бути людина, яка здатна критично мислити? Це людина, яка потребує лише перевіреної інформації з різних джерел та відповідно обґрунтованих суджень, не користується маніпулятивним впливом на інших людей та не піддається зовнішнім маніпуляціям, є толерантною, розвивається та самовдосконалюється, досліджує та аналізує нову інформацію [24].

Аналіз наукових джерел дозволяє виділити базові інтегративні якості дитини дошкільного віку, яка здатна опрацювати, аналізувати інформацію та формувати до неї власне відношення: самостійність, допитливість, пошук власного розв'язання проблеми, наполегливість, соціальність.

Отже, дитина дошкільного віку, яка здатна критично мислити, є особистістю, в якій розвинені не лише процеси мислення, а й переважають моральні якості, які дозволяють орієнтуватися у сучасному інформаційному суспільстві.

Великий потенціал у формуванні основ критичного мислення дітей дошкільного віку відіграє педагогіка партнерства всіх учасників освітнього процесу: здобувачів освіти, педагогів та батьків вихованців.

Як створити комфортні умови та на що звернути особливу увагу в освітньому просторі сучасного закладу дошкільної освіти, де кожна дитина відчуватиме свою успішність та прагнучиме до активного пізнання?

На сьогодні, у процесі формування критичного мислення дошкільників немає універсальних технологій. При цьому дуже важлива взаємодія у триаді «педагоги – батьки – діти», бо без цієї взаємодії складно досягти якісних результатів в освітньому процесі. Та все ж використання запропонованих педагогічних методів, форм є педагогічними орієнтирами, які підвищують мотивацію до навчання у сучасних дошкільників та дозволяють їм навчитись мислити більш ефективно:

1. Проведення інтегрованих занять з дошкільниками у формі квестів, геокешингу, дискусій, рольових ігор, з використанням інноваційних технологій, циклу спільних заходів з батьками у форматі ситуативних занять (моделювання ситуацій та шляхів виходу з них).

2. Впровадження парціальної програми «Медіадошкільник» з медіаосвітньої діяльності для дітей старшого дошкільного віку».

3. Участь дітей та дорослих у різноманітних волонтерських та дослідницьких проектах: «Ми рятуємо екологію», «Допоможемо один одному», «Чужих дітей не буває», «Рости здоровою, дитино!», «Щаслива родина – щаслива дитини», «Родинні відеофільми», квестах «Світ медіа навколо нас».

4. Аналітичний форум «Колорит професіоналізму педагога», педагогічний експрес «Сучасним дітям – сучасні педагогічні інновації», технологічний парк педагогічних ідей «Інтегроване навчання як освітній пазл у розвитку критичного мислення у дошкільників», конкурс професійної майстерності «Кращий вихователь», відеотренінг «Школа спілкування дорослих і дітей», педагогічний консиліум «Варіативні форми роботи з батьками у світлі нової філософії взаємодії», круглий стіл «Культура медіа спілкування», майстер-клас «Взаємодія з батьками через соціальні мережі».

5. Презентаційний меседж для батьків «Безпека дітей в інтернеті», аукціон, co-working «Медіа в освіті дорослих та дітей: веління часу», де брифінг думок «Дитина в сучасному світі».

6. Конкурси, виставки «Кращий інформаційний центр для батьків», «Педагогічний скрапбукінг: дорожня карта в медіаосвітньому просторі», фотоколаж «Шукаємо істини разом», форсайт-сесія «Вчимо мислити критично», рекламні відеоролики «Ми все знаємо».

7. Функціонування веб-сайту, як засобу формування іміджу закладу; функціонування відкритих груп в соцмережах інтернету (facebook), фотосесії «Усмішка дитини».

Зазначені педагогічні орієнтири спрямовані на розвиток критичного мислення всіх учасників освітнього процесу і є своєрідною шпаргалкою для дорослих у відповіді на щоденні дитячі «чому?». Адже критичному мисленню потрібно навчати і, важливо, щоб діти використовували навички критичного мислення в конкретній предметній діяльності. Для результативності освітнього процесу дорослим слід визначити основні вектори досягнень дитини:

- висловлювати свої думки впевнено і ясно;
- аргументувати власну точку зору та враховувати точку зору оточуючих;
- уміння працювати з інформаційним потоком в різних сферах діяльності;
- самостійно задавати питання та формулювати гіпотезу, вирішувати проблеми;
- брати на себе відповідальність та приймати участь у спільному прийнятті рішень;
- вибудовувати конструктивні взаємовідносини з дорослими та однолітками;
- вміти взаємодіяти та працювати в групі, в команді.

Безперечно, така система роботи дає свої позитивні результати. Вихованці навчаються чітко формулювати свої думки, швидше запам'ятовувати інформацію, вони не тільки оволодівають інформацією, а й розглядають її з різних точок зору, що дає можливість дітям критично оцінювати її, осмислювати і використовувати. Дошкільники стають сміливішими в процесі пізнання, вони починають проявляти сумніви та виражати недовіру до певних фактів, перевіряючи їх.

Розвиток критичного мислення у дітей дошкільного віку починається з розвитку гнучкості і рефлексивності мислення, відкритості новому та готовності змінюватись у дорослих – батьків і педагогів.

Педагогіка партнерства в умовах закладу дошкільної освіти, впровадження новітніх освітніх технологій в систему роботи з дорослими підвищують професійну компетентність педагогів в питаннях розвитку критичного мислення дошкільників та збагачують досвід батьків вихованців з даної проблеми. Саме завдяки критичному мисленню традиційний процес пізнання дітьми оточуючого світу набуває рис індивідуальності і стає безперервним, продуктивним, усвідомленим.

Отже, представлені педагогічні орієнтири – це пов'язані в єдине ціле зміст, види, методи, форми, засоби, які забезпечують досягнення мети, тобто все те, що знаходиться між метою та результатом в процесі освітньої діяльності.

Проведена робота не вичерпує усіх аспектів проблеми. А тому перспективним видається вивчення більш широко спектру інновацій та нетрадиційних методик, як ефективного засобу формування критичного мислення та базових компетенцій у дітей старшого дошкільного віку. Цьому сприяють участь колективу у різноманітних проектах, форумах, конференціях.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. «Дитина в дошкільні роки: комплексна додаткова освітня програма»/ наук. кр. К. Л. Крутій – Запоріжжя: ТОВ «ЛПС», ЛТД, 2015. – 188 с.
2. Архіпова Є. О. Критичне мислення як необхідна складова розумової діяльності людини в межах сучасного інформаційного суспільства / Є. О. Архіпова, О. В. Ковалевська // Гуманітарний часопис. – 2012. – № 2. – С. 34–38.
3. Базовий компонент дошкільної освіти / Науковий керівник: А. М. Богуш // Богуш А. М., Беленька Г. В., Богініч О. Л. та ін. — К.: Видавництво, 2012. — 26 с.
4. Бурова А. Педагогічні інновації в дошкільній освіті / А. Бурова // Дошкільне виховання. – 2009. – № 7. – С. 3.
5. Вплив інформаційного простору на внутрішній світ і поведінку дитини /Психолог. – 2007. – № 16.
6. Вукіна Н. В. Критичне мислення: як цьому навчати : наук.-метод. посібник / Н. В. Вукіна, Н. П. Дементієвська, І. М. Сущенко ; за наук. ред. О. І. Пометун. – Харків, 2007. – 190 с.

7. Долинна О. П., Бурова А. П., Низьковська О. В. «Обов'язкова освіта дітей старшого дошкільного віку: форми здобуття, організація і зміст роботи: збірник методичних матеріалів» // Тернопіль: Мандрівець, 2011. – 408 с.
8. Закон України «Про дошкільну освіту». — [Електронний ресурс] – Режим доступу: zakon.help/law/2628-III/edition28.09.2017/page1
9. Закон України «Про освіту». — [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
10. Кіндрат І. Сучасний медіапростір та його вплив на світогляд дитини / Інна Кіндрат // Вихователь – методист дошкільного навчального закладу. – 2013. – № 7. – С. 4 – 8.
11. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні, 2010 р.
12. Коченгіна М. В., Замазій Ю. О. та ін. Створення безпечного інформаційного середовища для дитини дошкільного віку: науково-методичний посібник. – Харків: Харківська академія неперервної освіти, 2011. – 96 с.
13. Кроуфорд А. Технології розвитку критичного мислення учнів/ Кроуфорд А., Саул В., Метьюз С., Макінстер Д. ; за наук. ред. О. І. Пометун. – К.: Вид-во «Плеяди», 2006. – 220 с.
14. Макаренко В. М., Туманцова О. О. Як опанувати технологію формування критичного мислення. – Х.: вид. група «Основа», 2008.
15. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: Навчальний посібник/ О.Т. Баришполець, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко та ін.; За ред.. Л.А. Найдьонової, О.Т. Баришпольця. – К.: Міленіум, 2009 – 440 с.
16. Набока І. В. Психологічний вплив реклами. [Електронний ресурс]./ І. В. Набока// – Режим доступу: [http://www.aratta-ukraine.com/news\\_ua.php?id=265](http://www.aratta-ukraine.com/news_ua.php?id=265)
17. Остапчук В. Р. Вплив реклами на дитину. [Електронний ресурс]./ В. Р. Остапчук// – Режим доступу: <http://tutcikavo.co.ua/vagitnist-i-diti/vplyv-reklamy-na-dytynu>
18. Піроженко Т. О. Комунікативно-мовленнєвий розвиток дошкільника. — Тернопіль: Мандрівець, 2010.
19. Пометун О. І. Навчасмо мислити критично: посібник для вчителів / О. І. Пометун, І. М. Сущенко. – Дніпропетровськ: Ліра, 2016. – 144 с.
20. Пометун О. І. Путівник з розвитку критичного мислення в учнів початкової школи / О. І. Пометун, І. М. Сущенко.– Київ, 2017. – 96 с.
21. Радчук Г. К., Тіунова О.В. Сімейне виховання. Освітній тренінг для батьків. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2008.
22. Реалізація компетентнісного підходу в освітньому просторі регіону: збірник матеріалів конференції / За ред. О. В. Пастовенського. – Житомир: «Полісся», 2016. – С.175.
23. Тягло А. В. Критическое мышление: Проблема мирового образования XXI века / А. В. Тягло, Т. С. Воропай. – Х. : Изд-во Ун-та внутренних дел, 1999. – 284 с.
24. Тягло О. Критичне мислення – освітня інновація доби демократично орієнтованих трансформацій суспільства / О. Тягло // Вісник програм шкільних обмінів. – 2006. – № 28. – С. 7–10.

*The article provides the main pedagogical guidelines for the development of critical thinking in preschool children, presented by innovative forms and methods of work in the conditions of modern preschool education institution.*

**Keywords:** *critical thinking, information, personal progress, preschool age, pedagogical guidelines, pedagogy of partnership.*

**Наталія Дев'ятко**

кандидат філософських наук, доцент кафедри  
філософії

Комунальний заклад вищої освіти «Дніпровська  
академія неперервної освіти» Дніпропетровської  
обласної ради

## **ДЕФОРМАЦІЇ СВІТОГЛЯДУ ДИТИНИ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ ЗАСОБАМИ ХУДОЖНІХ ТВОРІВ**

*У статті досліджено найбільш розповсюджені моделі системних світоглядних деформацій, реалізованих через культуру та художні твори для дітей. Особлива увага приділена мультфільмам, оскільки саме у дошкільному віці починається масований маніпулятивний вплив на ціннісну та естетичну сфери особистості. Для кращого розуміння дій цих моделей порівняні «життєствердний» і «маргінальний» типи світогляду. Означені сюжетні і жанрові маркери, описуються характеристики персонажів, які допоможуть у виборі якісних художніх творів.*

**Ключові слова:** *світогляд, особистість, маніпуляції, світоглядні коди, світоглядні деформації.*

Тема моральних норм, естетичних категорій та систем моральних цінностей актуальна для суспільства в усі часи, оскільки ці системи динамічні і піддаються постійній трансформації. Проте, суспільні зміни у світі, які мають глобальний характер, надають розумінню принципів змін моральних норм та естетичних категорій нового значення. Світоглядний аспект стає основним для усвідомлення цих суспільно важливих процесів.

Основною світоглядною проблемою глобалістичного суспільства називається технізація розуму та життя. Особистість і культура не встигають розвиватися відповідно до швидкого вдосконалення інтелектуально-технічної сфери. Зростає розрив між науково-технічним прогресом та внутрішнім, моральним, розвитком людини. Особа потерпає від інтелектуальної та емоційної самотності, гальмується її розвиток, збіднюється внутрішнє життя.

Вплив глобалізації на ціннісну сферу особистості частково розглядається у наукових роботах українських вчених: у контексті дослідження національного і національної самоідентифікації (М. Козловець [8], Т. Лильо [12], А. Рубан [17]); взаємодії національного з глобальним у межах культури та соціальної інтеграції (І. Загрійчук [4], Л. Ороховська [15]); як філософське і ціннісне осмислення сучасних феноменів (Т. Андрущенко [1], К. Іл'янович [5], І. Кадієвська [6], О. Фурса [19]).

**Метою статті** є дослідити найбільш розповсюджені моделі світоглядних деформацій, проявлених у художніх творах для дітей, у контексті глобалізації сучасної світу.

Для того визначаються головні завдання: а) дослідити взаємопов'язаність світоглядних кодів з естетичними категоріями та ціннісною сферою особистості; б) описати кодові основи «життєствердного» і «маргінального» світоглядів; в) визначити базові світоглядні деформації системного типу у художніх творах для дітей дошкільного віку.

Вважається, що упродовж десятиліть естетичне виховання в Україні перебувало в занепаді, набуло формалізованих ознак. Внаслідок соціально-економічних процесів і постійної зайнятості батьків значно зменшується авторитет родини, вона мало впливає на формування моделі поведінки та світогляду і моральну системи дитини. Таким чином, особа стає ще більш залежна від світоглядних тенденцій, наявних у суспільстві. Моральна ситуація в Україні ускладнюється ідеологічно-комерційною установкою засобів масової інформації та їхньою неупорядкованою діяльністю з тиражування інформації негативного характеру і тих категорій, які навряд можуть бути зразками позитивної поведінки.



Протягом останніх десятиліть відбулася серйозна корекція інформаційно-культурного простору. Знецінюються поняття добра, совісті, милосердя, найбільш бажаним стає багатство, яке асоціюється з успішністю, виправдовуються агресія, жорстокість, підлість та ін. заради досягнення мети збагачення чи успішності. Усе це також має своє художнє відображення у культурному продукті та через рекламну діяльність, яка апелює до нерозвиненої, ущербної особистості заради досягнення психологічної підміни, коли продаються не товари, а мрії і почуття, що значно збільшує продажі та уніфікує масового споживача.

Зазвичай моральне виховання розглядається у позитивному аспекті. Справедливо вважається, що у моральному вихованні слід спиратися на гуманістичну ідею, згідно з якою людині властиве прагнення до добра, правди і краси. Моральні норми конкретизуються в моральних цінностях, моральному ідеалі, моральних принципах та підтримуються авторитетом громадської думки, прикладом, звичкою. Але не варто забувати, що мораль – система ідей, принципів, законів, норм та оцінок, що регулюють стосунки між людьми, і сама по собі не містить назавжди усталених оціночних характеристик. Потрібно усвідомлювати, що мораль, яка лежить в основі морального виховання, по суті є певним «зразком», суспільною домовленістю, і може змінюватися під впливом часу, розмиватися і деформуватися. Те саме стосується і системи цінностей, які визнаються легітимними у суспільстві. Саме суспільство виробляє зразок моральної поведінки – моральний ідеал, до якого повинні прагнути всі, хто знаходиться у соціумі, вважаючи такий ідеал єдиним розумним, гарним і корисним для досягнення успіху.

Можна говорити про дві базові світоглядні системи, які на сьогодні знаходяться у постійному світоглядному конфлікті між собою, оскільки є основами абсолютно різних суспільств і мають цілком відмінні моральні норми та естетичні категорії, моделі поведінки, також вони різні у розумінні соціальної ролі та принципів життя особистості. Умовно їх можна назвати відповідно до їхньої головної відмінності як «життєствердний» та «маргінальний» («смертєствердний») типи світогляду.

Існує різні погляди на негативні тенденції і фактори, які впливають на формування систем моральних норм та естетичних цінностей. Один із цих впливів можна умовно назвати «зовнішнім». У цьому контексті стверджується, що суспільне життя не відповідає позитивному аспекту моральних законів, в інформаційно-культурному просторі багато негативної інформації, сама особистість апіорі є життєствердною, але змінюється під цим зовнішнім впливом «не в кращий бік». Вважається, що у ХХ столітті відбулося багато соціальних потрясінь (революції, війни, голод, терор), технічних катастроф та економічних катаклізмів. Усе це у сукупності призвело до руйнування краси навколишнього світу і насамперед краси людського духу та деформації моральних норм й естетичних категорій, оскільки змінилися самі світоглядні системи, легітимні у суспільстві.

Іншу тенденцію негативного впливу можна умовно назвати «внутрішньою», оскільки вплив такого типу – це поступове стадіальне викривлення вже існуючої світоглядної системи у дорослого і деформація формування світогляду у дитини, починаючи із дошкільного віку. Подібна деформація існуючих моральних норм та естетичних категорій непомітна, проте, як наслідок, можемо спостерігати унормування нових моральних принципів, скерованих на руйнування особистості, придушення творчого начала, віртуалізацію і стереотипізацію свідомості тощо.

В обох випадках така деформація сприяє маргіналізації індивіда та його самовиключення з активного суспільного життя, коли особа виконує виключно роль споживача матеріальних ресурсів у вигляді товарів та інформаційно-культурного продукту.

Деформування особистості у будь-якому віці проходить три традиційні етапи, які визначаються особливостями впливу на неї та діють за принципом інформаційного вірусу свідомості. Спочатку з'являються прогалини і спотворення у морально-вольовій сфері особистості, у поле зору людини потрапляє інформація негативного характеру. Коли кількість такої інформації, інтенсивність і систематичність її оновлення досягають критичної позначки (різної для кожної людини), ці прогалини перетворюються у відносно стійкі погляди і звички особистості, відбувається усвідомлення норми відповідних явищ та моделей поведінки для суспільства. На

останньому етапі формуються мотивації поведінки відповідного типу, відбувається прийняття на особистому рівні поданих моделей поведінки і світоглядних уявлень.

Потрібно зазначити, що за тією самою технологією відбувається і зворотній процес, змінюється лише характер інформації. Проте, зважаючи на домінування інформації негативного характеру і пропагуванні різноманітних варіантів маргінальної поведінки в інформаційно-культурному просторі, досягнення формування в особистості «життєствердного» типу світогляду є можливим, але важким і малоймовірним.

Дослідження **«життєствердного» і «маргінального» типів світогляду** потребують різного наукового інструментарію, що пов'язане із їхньою світоглядною специфікою та визначенням важливості особистості і ролі колективного несвідомого. Тому, якщо у «життєствердному» світоглядному типі бачимо втілення колективного несвідомого і розвиненої особистості (за К. Г. Юнгом [21]), то «маргінальний» тип може бути якнайкраще описаний завдяки теоріям З. Фрейда [18] із урахуванням психологічних комплексів і травм особистості. Дослідженню художніх творів у цій парадигмі допомагає перехід, зокрема, в архетипну сферу, про особливості чого можна прочитати в роботах К. Воглера [3] і В. Проппа [16], та залучення методів психолінгвістики [10].

Говорячи про **«життєствердний» тип світогляду**, мова насамперед буде йти про архетипи (світові і національні), їхню «архетипну енергію», яка сакралізує час, простір, діяльність особистості; творче начало, соціальну активність, самоусвідомлення, цілісність світосприйняття, широкий емоційний спектр, психологічну ініціацію особистості, яка має багато етапів і є дуже складним процесом. Зокрема, цікаво почитати про ініціацію у такому розумінні в роботах М. Еліаде [20]. Життя естетично буде представлено у його найрізноманітніших проявах.

Розглядаючи «маргінальний» тип світогляду, насамперед будемо говорити про шаблонізацію і стереотипізацію свідомості; нерозвиненість емоційної сфери, зниження творчої активності; віртуалізацію свідомості, залежність, спрощення; уповільнений розвиток особистості; еротизацію свідомості, коли світ сприймається виключно в еротичних категоріях незалежно від віку; і як наслідок – потяг до жорстокості, некрофілії, агресії, самозвеличення за рахунок приниження інших. Як провідні ознаки такого типу будуть маргінальна естетика смерті та звеличення негативних проявів життя як у поведінці, особистих світоглядних установках, так й у культурних «взірцях» та продуктах. Самі принципи і механізми стереотипізації свідомості людини досить докладно описані у роботах М. Бутиріної у контексті дослідження медіа [2] та С. Кара-Мурзи в політичному полі [7].

Маючи в основі різні світоглядні типи, суспільство рухається різними шляхами і будується за різними законами. **«Маргінальний» тип світогляду** тоталітарний та ієрархічний за своєю природою, активна людина з таким типом світогляду прагне до розширення свого впливу, але не за рахунок самоусвідомлення та самовдосконалення, а завдяки чіткій тоталітарній ієрархії, в якій вона намагається зайняти високий щабель. У своєму маргінально-естетичному прояві таке суспільство буде тоталітарним, у своєму стереотипно-шаблонному прояві сформується як суспільство споживання, в якому придушене творче начало і не розвинена особистість, бо інакше вся продукція мала б не масовий, а індивідуальний характер, а це не вигідно економічно.

**«Життєствердний» тип світогляду** насамперед національний, і його основна мета – це розкриття внутрішніх сил особистості, народу, людства, бо чим сильніша особистість, тим вона активніша соціально і творчо, тим більший потенціал у того суспільного життя, яке вона формує своїми вчинками і думками. Людина, яка керується такою світоглядною матрицею, терпима до інших особистостей, її статус визначається виключно власними здобутками, а не традицією суспільної ієрархії, бо всі розвинені особистості різні і не можуть бути окреслені за певним шаблоном. Цей статус може змінюватися протягом життя в залежності від того, чи розвивається та самовдосконалюється людина, оскільки припинення процесів розвитку спричиняє поступове зниження статусу особи у такому суспільстві. Хоча цьому типу світогляду і не властива агресія, але він може мати войовничий характер задля захисту особистості і місця

її комфортного проживання, народу, державності, захисту сакрального простору. За своїми світоглядними установками така людина буде керуватися демократичними принципами. Зокрема, можна розглядати у контексті такого світогляду козацький суспільний устрій, підкріплений сильними світоглядними категоріями і традиціями суспільного життя.

Таким чином, суспільство, яке керується «життєствердним» світоглядом, розвивається, а таке, що керується «маргінальним», поступово деградує, оскільки не змінюється якісно.

Основне формування світоглядної системи відбувається у підлітковому віці і надалі може бути деформоване у дорослий період життя, але саме у дошкільному віці закладається основа подальшого вибору світоглядної системи, розвивається здатність до емпатії, необхідної для існування гармонійної особистості, набуття широкого емоційного спектру. Велике значення має розвинення різних каналів сприйняття світу, коли дитина отримує інформацію не лише візуально чи аудіально, але й на логічному, емоційному, кінетичному рівнях, що дає їй базовий захист від подальших маніпуляцій і негативних впливів і світоглядних деформацій, оскільки фактично неможливо здійснювати маніпулятивний вплив одночасно всіма засобами і на всіх рівнях сприйняття.

Саме на цьому початковому етапі у дошкільному віці можливо здійснювати найбільш ефективний вплив на особистості та деформувати її розвиток. Досліджуючи сучасний інформаційно-культурний простір та його потенційний вплив на розвиток особистості дитини, можливо виділити базові деформації, які здійснюються засобами культури, особливо через мультфільми.

Викликає велике занепокоєння те, що наявність проблеми й актуальності розробки критеріїв для розуміння потенційного впливу мультфільмів на дітей практично не відображена у наукових публікаціях. Здебільшого бачимо невеликі статті, де цьому питанню приділяється увага, як то авторства М. Корешкової [9] та А. Лалетиної [11], або й взагалі електронні публікації на популярних інтернет-ресурсах (Д. Мацуганова [13], А. Овада [14]).

У літературі і мультиплікації **стереотипні і шаблонні твори** здебільшого представлені різноманітними детективними і фантастичними мультфільмами і книжковими серіалами, створеними за **комерційним шаблоном**. Наприклад, більшість культурного продукту, який показується на «дитячих» каналах, належить саме до такого типу.

Інший різновид таких стереотипних творів – **продовження або обігравання вже існуючих відомих творів та образів**. Таким чином, усі сучасні продовження пригод Буратіно, Попелюшок чи Дюймовочок та інших персонажів працюватимуть на закладання у підсвідомість дитини саме шаблонної світоглядної системи, в якій надалі проявлятимуться маргінальні тенденції, оскільки ці взірці є неоригінальними. Для дитини оригінальний твір і «продовження» або «версія» стоятимуть на одному рівні, оскільки обидві книги опубліковані чи мультфільми показані по телебаченню. Інколи продовження навіть може потрапити до дитини раніше за оригінал. Таким чином, нівелюється цінність оригінальної творчості і нав'язується думка, що можна взяти чужу ідею і на ній зробити собі ім'я, бути успішним за рахунок чужої творчості і фантазії.

Вище сказане не стосується костюмованих постановок і використання подібних образів у грі чи навчанні, оскільки у даному випадку дитина наповнює образ власним емоційним досвідом, а у випадку офіційних продовжень вони стають на один рівень з оригінальними творами, що неприпустимо для формування здорової світоглядної системи.

Третій різновид стереотипних маргінальних творів для дітей є найбільш небезпечним, оскільки вони **стереотипні не за подачею** і можуть бути цілком оригінальні за своєю формою, **а за своєю етичною, естетичною чи взагалі світоглядною матрицею**. Такі твори формують власний світоглядний канон, де деформовані моральні та естетичні категорії подаються як норма.

У контексті власних досліджень мною були виділені п'ять найбільш розповсюджених деформацій, які працюють в якості моделей і можуть бути системно досліджені на прикладі багатьох художніх творів. Ці моделі також у вигляді стереотипів активно транслюють медіа, додатково їх легітимізуючи.

### 1. Модель «Знецінення розуму».

У рамках цієї деформації більшість персонажів творів, в яких вона присутня, **не вирізняються високим рівнем інтелекту**, а розумні персонажі зазвичай належать до **ворожого табору**. Оскільки дитина асоціює себе здебільшого із головним героєм і прагне бути в центрі уваги, хоче бути успішною, то ця успішність у випадку цієї деформації пов'язується для неї із відсутністю інтелекту. Часто **негативні персонажі** такого типу – це божевільні, психологічно неврівноважені вчені, чаклуни або просто розумники, ображені на весь світ, які хочуть знищити людство або панувати над ним. Психологічно ці персонажі не розкриваються і виконують виключно функцію негідників, яких потрібно перемогти.

Завдяки подібному протиставленню деформується розуміння інтелекту та знецінюється його значення. Деформація працює виключно в межах системи, коли наявні позитивний і негативний персонажі з відповідними ознаками.

### 2. Модель «Заперечення гармонійного розвитку людини».

Ця деформація також працює на протиставленні, заперечує можливість гармонійного розвитку інтелектуальної, емоційної і фізичної сфери. Наявні у творах персонажі мають якусь яскраво виражену домінанту і повну нерозвиненість усіх інших сфер.

Отже, персонажі з фізичним розвитком **не розвинені емоційно або розумово**, а розвинені розумово чи емоційно **не розвинені фізично**. Фізично сильний герой не є розумним, а розумний – худенький і слабенький; у гарної панночки немає нічого, окрім її емоцій, які часто проявляються гіпертрофовано, у вигляді істерики. Часто **персонажі не мають розвиненої емоційної сфери або взагалі психічно нездорові** (приклад – «Губка Боб квадратні штани»). Їхні емоційні реакції шаблонні, а дії передбачувані.

Таким чином, деформується розуміння, що особистість може бути гармонійною, і цього треба прагнути. Дитину підштовхують до вибору у власному розвитку, що є докорінно неправильно для повноцінно розвиненої особистості.

Як і перша модель, ця деформація працює через підсвідоме асоціювання себе з персонажами за принципом переходу кількості в якість. Особливо сильно ця модель впливає при наявності в одному творі кількох деформованих різнопланових персонажів.

### 3. Модель «Естетизація смерті».

Відповідно до світоглядних основ, світогляд може базуватися або на естетиці життя, або на естетиці смерті. Ці естетичні парадигми створюють різні ціннісні системи. **Життєствердна естетична система** базується на ідеї «Життя – найбільша цінність», що створює базову модель «Усе живе є цінним і гарним». Життя відповідно до цих ідей сприяє розвитку емпатії, людина значно менше використовує моделі поведінки, які б могли зашкодити іншим людям, вчиться знаходити красу в усьому світі. **Естетична система з протилежною до життя ідеєю – ідеєю смерті**, бачить красу зовсім в іншому, сприймаючи її десакралізовано, не визнаючи нічого святого і забороненого. Вона може знаходити красу у смерті, вмиранні, приниженні інших. Краса оцінюється відповідно до вартості або до складності створення витвору мистецтва. Таким чином, навіть інкрустований дорогоцінним камінням людський череп, різьблені кістки чи абажури зі шкіри будуть, на думку такої людини, значно ціннішими, ніж краса, створена природою.

У творах ця деформація реалізується через **нав'язування маргінальної естетики**; як позитивні показані смерть, темрява, вампіри, людоджери, перевертні та ін. Твори мають відповідну «темну» атмосферу, у них багато «смертельних метафор», постійно використовується відповідна «смертельна» символіка та атрибутика, як то черепи, домовини, цвинтар та ін.

Персонажі, з якими пропонується себе асоціювати, – **жорстокі, агресивні, проливають кров, постійно відчувають біль або завдають болю іншим**, і це все сприймається як норма життя (приклад «Шрек», «Кароліна у світі кошмарів», серіал «Монстри Хай»). При цьому всі ці персонажі дуже гарно намальовані або прописані, можуть бути психологічно розкритими і цікавими дітям. Вони знаходяться в центрі уваги, у них багато пригод, що робить їх ще привабливішими. У тому випадку, якщо ця деформація спрацьовує, відбувається повна перебудова світогляду на архетипному рівні, що згодом дуже важко подолати.



#### 4. Модель «Відмова від причинно-наслідкових зв'язків».

Цю деформацію можна описати тезою «**Не треба вчитися!**», хоча насправді вона значно глибша. Весь світ – це переплетення причинно-наслідкових зв'язків і взаємовпливів. Кожна дія або думка не з'являються нізвідки, мають свої наслідки, які проявляються в емоційній, духовній, фізичній та інших сферах життя. Чим раніше людина усвідомить, наскільки складно побудований світ, і почне відслідковувати ці взаємозв'язки, тим краще зможе пізнати себе і навчитися керувати своїми діями та емоціями. Під час навчання у школі і далі у дорослому житті це усвідомлення існування причинно-наслідкових зв'язків стає основою успішності, оскільки людина може сприйняти велику кількість послідовно отриманої інформації.

Якщо цей зв'язок розірвати у ранньому віці, то як наслідок отримаємо «**кліпове мислення**», коли людина сприймає інформацію непослідовно і фрагментарно, за рахунок чого стає надзвичайно маніпульованою, не може відрізнити брехню від правди, втрачає навички критичного та аналітичного мислення.

Зазвичай у творах ця модель реалізується через головних героїв, які **взагалі не мають психологічного розвитку**, для яких не існує причинно-наслідкових зв'язків. Що би з ними не відбувалося, вони нічому не навчаються. Події, які трапляються в їхньому житті, ніяк на них не впливають. Заперечуються навіть фізичні та соціальні закони, наприклад, герой падає з великої висоти, абсолютно не відчуваючи болю від падіння. У реальності так не буває, бо неможливо жити і нічому не вчитися, але подібні деформовані твори у цьому питанні заперечують саму реальність. Натомість головні герої мають кілька стереотипних моделей поведінки, які визначають їх успішність, і всі ці моделі побудовані на егоїзмі та приниженні інших.

Таким чином, нав'язується думка, що названих моделей, що роблять головного героя або героїню успішними, цілком достатньо для успішного реального життя. Потреби навчатися чомусь або пізнавати себе у цих персонажів немає, тому на подібне непотрібно даремно витрачати час глядачам і читачам. Яскравим прикладом такого твору у нашому інформаційно-культурному просторі є мультиплікаційний серіал «Маша і Ведмідь».

#### 5. Модель «Вторгнення дорослих смислів у твори для дітей».

Ця деформація найчастіше проявляє себе в тому, що у твори для дітей свідомо вміщується **інформація, сприйняття якої для дитини є передчасним**. Наприклад, політика, неадаптована релігія, натуралізм, невинуватість жорстокість, хтивість та ін. Таким чином, у дитини «відбирається» казка, завдяки особливим структурам якої відбувається зчитування важливої архетипної інформації. Надалі ця архетипна частина взагалі може бути втрачена для окремо взятих дітей, що суттєво вплине на їхній психологічний розвиток.

Окрім того, у межах цієї деформації **закладаються стереотипи**, пов'язані з соціальними і гендерними ролями, суспільним устроєм тощо. Позиціонування при цьому типове для стереотипів: або відповідай «ідеалу», або будеш виключений з суспільного життя. Останнє надалі дуже часто використовується у різноманітних маніпулятивних технологіях.

Цю деформацію можна проілюструвати десятками творів, особливо це стосується мультиплікації. Багато того, що виходить у національний прокат і зроблено за технологією «3D» (майже все до 2006-го року), буде належати до цієї категорії. На вигляд дитячий мультфільм просякнутий не лише **еротичними смислами**, у ньому багато **низькопробних дорослих жартів, релігії, політики, ринкової економіки та інших дорослих світоглядних категорій, часто перекручених і з негативним знаком**. Немало нині й книжок такого роду, що реалізується не лише за рахунок сленгу і мови маргінальних верств, використаної у книзі для дітей, але і завдяки прямому змалюванню в тексті моделей поведінки маргінального типу в якості успішних.

Окремо треба відзначити **сексуальні деформації** у творах для дітей. Відбувається еротизація тексту або еротизація кадру, так більшість героїнь схожі на ляльок барбі, їхній одяг не відповідає уявленню про одяг для дітей, але зроблений таким чином, щоб стимулювати сексуальний потяг. З іншого боку, завдяки тим же мультфільмам, як єдиний правильний спосіб життя успішної людини пропагується відмова від родини, що можна побачити на прикладі низки мультфільмів виробництва студії Диснея (приклад «Красуня і Чудовисько»). Можна бачити й



протилежну негативну тенденцію, коли основні персонажі завдяки тому ж візуальному ряду та одягу подаються як старі, асексуальні, неприродні, не схожі на дитину, хоча й людського роду. Деякі твори взагалі побудовані таким чином, щоб розбалансувати сексуальні сферу і передчасно запустити сексуальний потяг (наприклад, серіал «Том і Джері»).

Окрім того, ця деформація ще реалізується через **іронізацію цінностей**, я б навіть сказала, використання такого мистецького прийому як «стьоб» (категорія молодіжного сленгу), коли **висміюється абсолютно все, немає нічого величного, сакрального, змінено значення пафосу**, який стає або об'єктом насмішки, або ознакою несмаку.

Гумор сміється з невідповідності (при цьому гумор може бути і чорним), іронія і сатира висміюють якусь, на думку автора, неправильну систему (завичай соціального характеру), але завжди пропонують свою систему, кращу за ту, над якою сміються. «Стьоб» не має власного кращого проекту, він існує лише у насмішці над усім на світі. Будь-яка розумна думка у його світоглядній системі може бути знівельована, якщо її повторити і розсміятися. Це теж закладає чітку світоглядну матрицю «маргінального» типу.

На цю складну деформацію останньої моделі може працювати вся система твору, а не лише відповідні образи персонажів.

Зважаючи на специфіку сучасного світу, всі популярні твори мають своє продовження у різноманітних товарах і послугах. Цей процес спричиняє своєрідний **ефект брендування взірців, образів та культурного продукту**.

Образи з мультфільмів і книжок оточують дитину звідусіль. Вони сходять зі сторінок та екранів, надалі дитина бачить їх на своїх олівцях, ручках, зошитах, одязі, а тоді сумках, портфелях, щоденниках тощо. Дітям пропонують грати з персонажами у віртуальному світі та реальних квестах. Навіть якщо сам культурний взірець міг не вплинути на дитину, то переходячи в реальність, він набуває нового значення, оскільки кожна річ із його зображенням є приватною власністю дитини, і тому цінна для неї, викликає позитивні емоції. А кожна роль – пережита на особистому рівні пригода. Бренд, сприйнятий емоційно через культуру, стає **маркером ідентифікування себе з відповідною образною і світоглядною системою**, що відбувається підсвідомо. Таким чином, бренд стає провідником у світ, він має авторитет і беззаперечний вплив на дитину.

Оскільки описане явище є системним, потрібно сприяти можливостям альтернативного життєствердного впливу на дитину, бо ризик повного негативного «перепрограмування» особистості є дуже великим і збільшує ризики для суспільства, яке у такому стані значно краще піддається різноманітним маніпуляціям.

Якщо дитина постійно бачить у вигляді взірців твори «маргінального» типу й у її полі зору знаходяться лише «Губка Боб», «Маша і ведмідь», «Шрек», «Льодовиковий період», «Панда-кунфу» та інші подібні твори, то зростає ймовірність, що надалі ця дитина прийме «маргінальний» світогляд, розвиток її особистості буде пригальмований, емоційна сфера збіднілою, а творче начало поступово зникне.

З іншого боку, якщо відірвати дитину від сучасного інформаційно-культурного простору і надати їй доступ виключно до «взірців» минулого, наприклад, мультфільмів радянського зразка, то також можна спровокувати негативну тенденцію. Дитина, яка виховуватиметься лише на такому культурному продукті, може не навчитися сприймати сучасний світ у його багатогранності і складності, не зможе налагодити адекватну комунікацію з іншими людьми, оскільки світ змінюється, і змінюється суспільство, а це відображається насамперед у культурі.

На мою думку, єдиний вихід з цієї ситуації – це пошук психічно здорових, цікавих, емоційно складних і захоплюючих мистецьких творів незалежно від жанру, щоб нівелювати вплив маргінальних тенденцій на дитину, починаючи вже з дошкільного віку. А також створення переліків якісних життєствердних творів для їхнього подальшого розповсюдження серед дорослої і дитячої аудиторії.

Підказкою у такому пошуку часто можуть бути саме персонажі: «живі» герої та героїні, які психологічно змінюються протягом твору, значно рідше стають об'єктами усіх названих

деформацій; натомість герої стереотипні, які зовсім не розвиваються психологічно, цілком можуть стати знаряддям маніпулятивних технологій. Сюжетна складність, насиченість та неоднозначність також працюють проти маніпулятивних технологій, оскільки такі твори сприймаються індивідуально і тому в них значно важче вкладати стереотипи та інформаційні віруси для кращої реалізації описаних моделей.

Також на сучасному етапі більшість творів, при описі марковані як «комедія» або «гумор», на жаль, є виразниками однієї або й більше деформованих світоглядних моделей. Тому до творів із гумористичним компонентом треба бути особливо уважними.

Навчившись завдяки власним емоціям і переживанням відрізнити якісний культурний продукт і психічно здорові «взірці» від шаблону та «маргінальних взірців», дитина у більш старшому віці краще сприйматиме якісний культурний продукт і шукатиме твори, які відповідають основам морального виховання і моральній культурі, сама діятиме відповідно до моральних принципів і проектуватиме свою поведінку на суспільство. Також, якщо дитина від самого початку життя матиме доступ до альтернативної інформації «життєствердного» типу та його культурних й естетичних «взірців», керуватиметься відповідними моральними нормами, то надалі, не зважаючи на загальний негативний інформаційний фон, значно зменшується імовірність обрання людиною «маргінального» типу поведінки й світогляду у старшому віці. У розвиненої особистості розвивається прагнення до активних дій по зміні інформаційно-культурного простору та суспільства відповідно до життєствердних принципів та соціальної справедливості.

Ця тема потребує подальших ґрунтовних досліджень художніх творів у контексті їхнього сприйняття аудиторією та відповідної трансляції паралельних смислів і світоглядних кодів у медіа. Також важливою є розробка механізмів аналізу світоглядних структур художніх творів відповідно до можливостей втручання у них або свідомого прописування маніпулятивних смислів і різноманітних світоглядних моделей, які можуть деформувати особистість.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Андрущенко Т. І. Естетичне як соціокультурний феномен (філософсько-історичний аналіз) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філософ. наук : 09.00.03 / Т. І. Андрущенко ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Л., 2008. – 32 с.
2. Бутиріна М. В. Стереотипи масової свідомості : особливості формування та функціонування у медіа середовищі : моногр. / М. В. Бутиріна. – Дніпропетровськ : Слово, 2009. – 368 с.
3. Воглер К. Путешествие писателя : Мифологические структуры в литературе и кино / К. Воглер. – М. : Альпина нон-фикшн, 2015. – 439 с.
4. Загрійчук І. Д. Космополітизм і маргінальність у національній культурі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філософ. наук : 09.00.04 / І. Д. Загрійчук ; Харк. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. – Х., 2010. – 36 с.
5. Іл'янович К. Б. Антропологічна криза в умовах сучасної техногенної цивілізації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філософ. наук : 09.00.04 / К. Б. Іл'янович ; Тавр. нац. ун-т ім. В. І. Вернадського. – Сімф., 2008. – 16 с.
6. Кадієвська І. А. Цінності освітнього гуманізму в контексті глобалізації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філософ. наук : 09.00.10 / І. А. Кадієвська ; Південноукр. нац. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського. – О., 2011. – 36 с.
7. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М. : Эксмо, 2005. – 832 с.
8. Козловець М. А. Національна ідентичність у контексті глобалізації : соціально-філософський аналіз : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філософ. наук : 09.00.03 / М. А. Козловець ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2010. – 36 с.
9. Корешкова М. Н. Влияние современных мультфильмов на культуру поведения дошкольников / М. Н. Корешкова, М. В. Королева, О. А. Кузовлева // Молодой ученый. – 2014. – № 21.1. – С. 179-182.

10. Куранова С. І. Основи психолінгвістики : навч. посіб. / С. І. Куранова. – К. : ВЦ «Академія», 2012. – 208 с.
11. Лалетина А. Ф. Анализ воспитательного потенциала мультипликационных фильмов / А. Ф. Лалетина // Начальная школа плюс ДО и ПОСЛЕ. – 2010. – № 8. – С. 82-87.
12. Лильо Т. Я. Глобалізація комунікаційного простору і процеси національної ідентифікації у посткомуністичному світі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.01.08 / Т. Я. Лильо ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т журналістики. – К., 2001. – 21 с.
13. Мацуганова Д. Влияние мультфильмов на психику детей [Електронний ресурс] / Д. Мацуганова. – Режим доступа : <http://mam-sovet.ru/category/deti/vlijanie-multfilmov-na-psihiku-detej.html>.
14. Овада А. Влияние мультфильмов на формирование и развитие психики дошкольного возраста [Електронний ресурс] / А. Овада. – Режим доступа : <http://www.maam.ru/detskijasad/vlijanie-multfilmov-na-formirovanie-i-razvitie-psihiki-detei-doshkolnogo-vozrasta.html>.
15. Ороховська Л. А. Світова спільнота в контексті глобалізаційних процесів : філософсько-історичний та соціокультурний аспекти : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : 09.00.03 / Л. А. Ороховська ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2008. – 18 с.
16. Пропп В. Я. Исторические корни волшебной сказки. / В. Я. Пропп. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1986. – 364 с.
17. Рубан А. О. Світоглядні особливості українського національного характеру (філософсько-антропологічний аналіз) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : 09.00.04 / А. О. Рубан ; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – К., 2008. – 20 с.
18. Фрейд З. Тотем и табу. Психология первобытной культуры и религии / Зигмунд Фрейд ; [пер. с нем.]. – СПб. : Алетейя, 2000. – 222 с.
19. Фурса О. О. Феномен глобалізму : український контекст : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філософ. наук : 09.00.03 / О. О. Фурса ; Класич. приват. ун-т. – Запоріжжя, 2011. – 20 с.
20. Элиаде М. Аспекты мифа / Мирча Элиаде ; пер. с фр. В. Большаков. – М. : Инвест-ППП, 1996. – 240 с.
21. Юнг К. Г. Психология бессознательного / Карл Густав Юнг ; пер. с нем. В. М. Бакусев, А. В. Кричевский. – М. : Канон, 1994. – 320 с.

*The article examines the most common models of systemic worldview deformations implemented through culture and works of art for children. Particular attention is paid to cartoons, since it is at preschool age that the mass manipulative influence on the value and aesthetic spheres of the individual begins. The «viable» and «marginal» types of outlook are compared for a better understanding of the actions of these models. In the text of this article plot and genre markers marked, the characteristics of the characters described. That all will be help in the selection of quality works of art.*

**Keywords:** *worldview, personality, manipulations, worldview codes, worldview deformities.*

### **III. МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ**

**Оксана Волошенюк**

науковий співробітник відділу екранно-сценічних мистецтв та культурології

Інститут мистецтвознавства, фольклористики та етнології ім. М. Рильського НАНУ

**Олег Чорний**

кінорежисер та сценарист

## ВІЗУАЛЬНА ГРАМОТНІСТЬ У НОВІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ШКОЛІ

*Поводження в соціумі молодших школярів – це наслідування побаченого та почутого. Велику частину поведінкових моделей діти запозичують із уподобаних медіапродуктів: реклами, музичних роликів, коміксів, а найчастіше – з мультфільмів. У статті йдеться про практичні моделі аналізу візуальних образів.*

**Ключові слова:** візуальна грамотність, кадр, медіасоціалізація.

Сьогодні термін «соціалізація», як процес засвоєння соціально-культурного досвіду все більш активно заміщує поняття «медіасоціалізації», яким позначають процес розвитку особистості під впливом мас медіа (кіно, телебачення, інтернету). Саме з медіаджерел дитина сьогодні має змогу отримувати інформацію про навколишній світ, зразки, норми та сценарії соціальної поведінки. Медіа активно пропонують свою продукцію все молодшій і молодшій аудиторії, її позначка опустилася вже нижче одного року, впливаючи на процес соціалізації на все найбільшраніших етапах розвитку особистості.

Реалізуючи будь-яку з навчальних програм – НУШ1, НУШ2, альтернативні чи авторські, вчителі майже кожного дня використовують один з найпопулярніших дитячих медіапродуктів – мультфільм та дитячий фільм. Але, як зробити його перегляд навчальним, а не тільки розважальним? Чи варто так часто звертатися до цього медіапродукту? Чому важливо його аналізувати і за якими принципами це робити?

Медіапсихолог Любов Найденова зазначає: «У віці близько 8-9 років діти набувають розуміння штучної природи всіх медіапродуктів. Вони здатні відрізнити фантастику (вигадку) від реальності, розвести реальність актора і його героя, осягнути «несправжність» медійних подій. Проте дистанціюватися від найреалістичніших вигаданих медіапродуктів дитині буде важко принаймні до 12 років, коли її психіка стане краще підготовленою до виконання таких завдань».

Інна Іванова, викладач курсу «Основи медіаграмотності», медіапедагог, м. Першотравенськ на основі практичного досвіду вважає, що молодші учні ще не вміють самостійно моделювати свою поведінку та планувати свої вчинки. Їхнє поведження в соціумі – це наслідування побаченого та почутого. Велику частину поведінкових моделей діти беруть з уподобаних медіапродуктів: реклами, музичних роликів, коміксів, а найчастіше – з мультфільмів. При цьому вони ще не дуже вміють співвідносити реальний світ та медійний, що може призводити до негативних наслідків (наприклад, формування асоціальної чи девіантної поведінки).

Навчальна програма для загальноосвітніх шкіл «Мистецтво» 1-4 класи найдзвичайно небагатослівна: там пропонується, щоб навчився порівнювати засоби художніх фільмів і мультфільмів на матеріалі фільму А. Тарковського «Іваново дитинство» та мультфільму «Дума про козака Голоту». На нашу думку, ці тексти культури аж ніяк не входять в орбіту молодшого школяра. Тому ми пропонуємо розширний план занять про базовий візуальний код.

Основні кінематографічні коди, які зчитують читачі, охоплюють жанр, роботу камери, монтаж, освітлення, колір, мізансцену. Для того, щоб опанувати мову зображення, учнів слід, як колись навчилися складати із літер слова, навчити аналізувати візуальні коди.



В конспекті заняття йдеться про базове поняття візуальної грамотності «Що таке кадр» і пропонуємо вчителю формувати в учня навички аналізу як «промовляє» зображення, яке послання закладене в медіатексті.

Ілюстрації, які увиразнюють заняття підготували художники Олег Федченко і Ілля Баликін.

### Що таке кадр. І чому про це потрібно знати

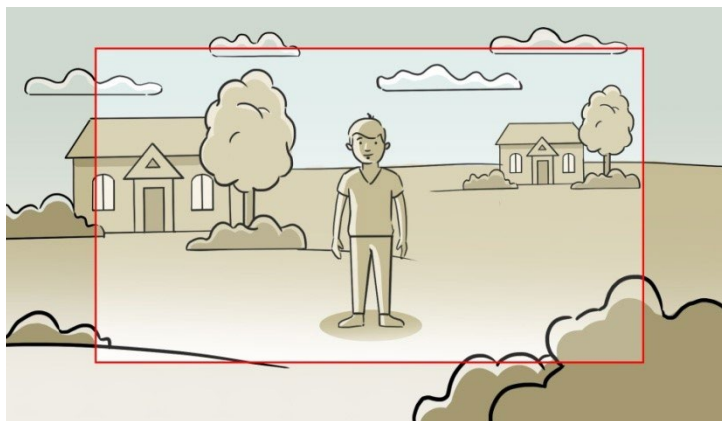
*Чому навчаються учні:*

- що кожен елемент візуального рішення має значення;
- візуальні зображення можна «читати», як і інші тексти;
- відстань до камери (наприклад, крупний план тощо) впливають на значення.
- кількість і порядок кадрів впливають на значення.

Кожного дня ми переглядаємо різноманітні відео, які змушують переживати, гніватися, радіти. Давайте подивимося, як влаштовані наші емоції і переживання.

У відео такою першолітерою, цеглинкою із якої споруджено те, що ми бачимо є кадр.

**Кадр** – основа будь-якого фільму: повнометражного чи короткометражного, ігрового чи документального, а ще музичного відеокліпу, рекламного ролика чи телевізійної програми. Навіть того відео, що знімається на смартфон. Кадр – це одна маленька статична «картинка».



Цікаво, що англійською поняття «кадр» перекладається як frame. В англійській мові слово frame має й інше значення – «рамка». Рамка в якій може бути фотографія чи картина. В англійській мові фотографію часом ще називають picture – картинка. У цьому відразу відчувається зв'язок кіно з фотографією та живописом. Фільм англійською теж часом називають picture, тобто картина. Слово «картина» часто трапляється і в назвах великих кіно-

студій, наприклад «Columbia Pictures», «Universal Pictures», «Focus Pictures» тощо.

Людське око бачить значно більше, ніж камера. Кадр, або ж «рамка», виділяє найцікавішу чи найважливішу частину того, що ви знімаєте. Тобто кадр формує композицію, власне особливий погляд того, хто фільмує. Адже кожен, хто знімає, один і той самий об'єкт чи подію знімає по-іншому.

Сума отаких маленьких кадрів-картинок, які рухаються із певною швидкістю, складаються спершу в епізоди, далі епізоди складаються вже в цілу картину. В житті око людини зазвичай бачить значно більше, ніж камера. Кадр, або ж «рамка» є певним обмеженням у баченні навколишнього світу. Кадр виділяє найбільш цікаву чи найбільш важливу частину того, що ви знімаєте. Саме кадр формує композицію, яку ви вибираєте знімаючи той чи інший об'єкт. Ще точніше – кадр і є відображення особливого бачення того, хто фільмує, сучасною мовою – натискає кнопку record. Тобто, оцей один єдиний кадр і є авторським поглядом. Саме він відображає отой унікальний і неповторний погляд конкретної людини, яка фільмує. Адже інша людина зняла би цей об'єкт чи подію абсолютно по-іншому.

У кіно стандартна загальноприйнята швидкість знімання – 24 кадри на секунду. З такою ж швидкістю відтворюється потім фільм на екрані кінотеатру. При відеозніманні та при відтворенні на екрані телевізора швидкість дещо інша – 25 кадрів на секунду або 30 кадрів у США та Канаді.

Переглядаючи стару хроніку чи німі фільми початку минулого століття ми бачимо, що люди, кінні запряги чи авто рухаються трохи швидше, створюючи комічний ефект. Це пов'язано з тим, що перші кінокамери не мали електродвигунів і оператори знімаючи «крутили ручку», так само й кіномеханіки в кінотеатрах. Кожен оператор чи кіномеханік крутив ручку по-своєму і швидкість знімання була приблизно 16 – 20 кадрів на секунду. Тому при сучасній

проекції – 24 кадри на секунду – це створює комічний ефект, а насправді тоді в кінотеатрах, де теж «крутили ручку», всі дії відбувалися з нормальною швидкістю.

А ще в кіно слово «кадр» або «план» означає фрагмент, уривок, який ти фільмуєш. Від того, як натиснув кнопку «старт» чи «запис», до того, як припинив знімати. Є вислів – «ти зняв красивий кадр».

**Мірою величини плану прийнято вважати людину.**



**Загальний план** – коли ми бачимо місце дії повністю.



**Середній план** виокремлює людину чи якийсь об'єкт. Ми бачимо це вже ближче, людину – від колін і вище, деталі одягу та вираз обличчя.



**Великий план** – ми бачимо її очі (від грудей, голову).

Кожен план впливає на нас по-різному: дозволяє нам більше довідатися де відбувається дія, чи навпаки привертає увагу до емоцій головного героя, і тоді ми навіть не помічаємо, де це відбувається.

## Вправа 1

Перед тобою розгортається історія, яку розповідають малюнки. Розкажи цю історію усно, зазначаючи, який перед тобою план: загальний, середній чи великий.



---

## Кадр 1





Кадр 2



Кадр 3

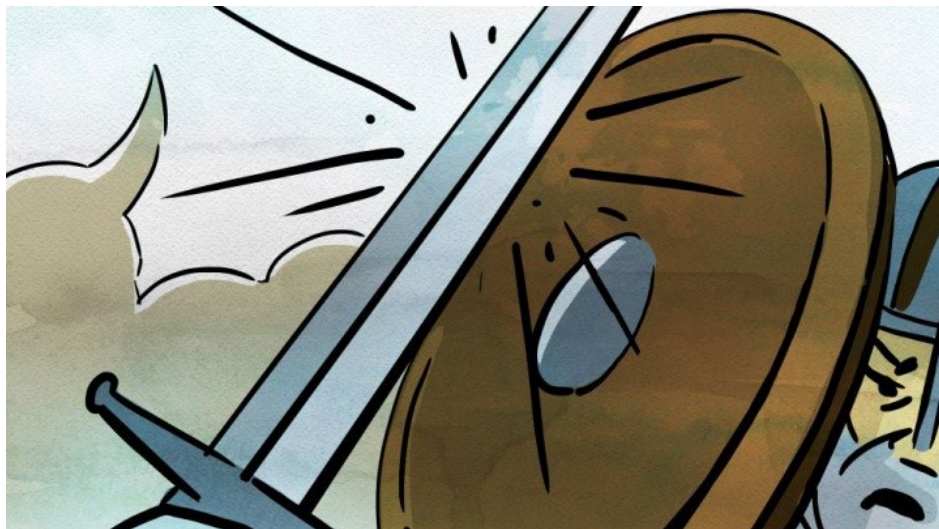


Кадр 4

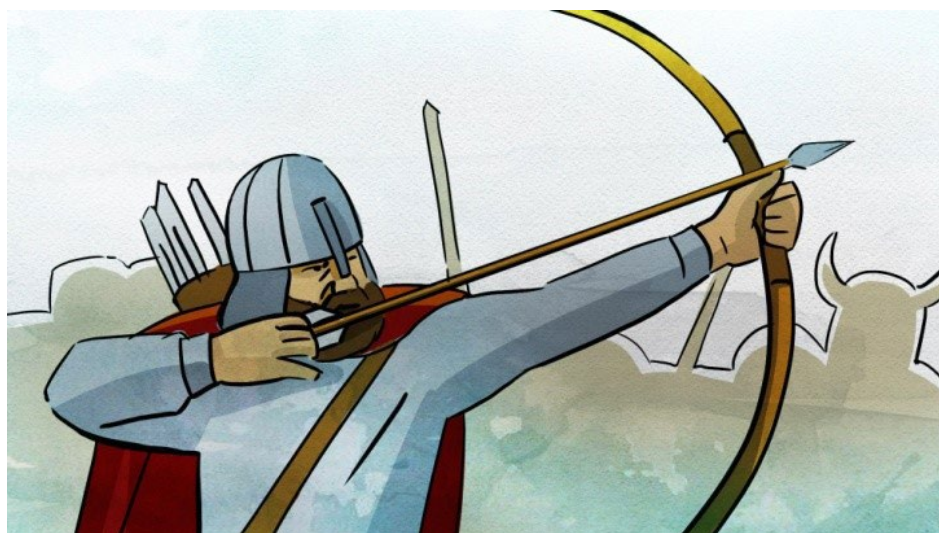




Кадр 5



Кадр 6



Кадр 7





## Кадр 8



**Розповідь може бути такою:** на екрані епізод – має розпочатися битва. Хороші хлопці проти поганих. Спершу ми бачимо поле бою, одне військо стоїть навпроти іншого. На фоні – ліс і річка. Це – загальний план. Командир хороших витягає меч з піхов, здіймає його над головою. Це – середній план. Командир кричить, дає команду атакувати ворога. Ми бачимо його грізні очі. Це вже великий план. Хороші хлопці наступають на поганих. Це знову загальний план. Один з хороших хлопців б'є мечем супротивника і той відбиває удар. Це – середній план. Меч вдаряє в край щита – великий план. Хороший хлопець натягує тятиву лука і випускає стрілу – великий план. Стріла влучає в поганого хлопця, той падає – середній план. Група поганих хлопців б'ється з групою хороших хлопців – загальний план.

### Вправа 2

*Завдання для учнів.*

Під час перерви знайдіть пейзаж, який вам сподобався, виділіть найбільш цікавий фрагмент і зафільтуйте один кадр. Визначте, який це план.

Наприкінці наведемо ключові запитання, які можна використовувати під час аналізу будь-якого кадру, візуальної історії:

- Чому кадр відзнято саме так?
- Чому камера розміщена таким чином?
- Яка би різниця, якби вона була десь в іншому місці?
- Якби послідовність кадрів була б інша, чи вплинуло б це на історію, яка розповідається?

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Абетка візуальної грамотності / Баликін І., Волошенюк О., Чорний О., Федченко О. / За редакцією Волошенюк О., Іванова В., Євтушенко Р. — Київ: АУП, ЦВП, 2019.
2. 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.

*Behavior in the society of younger students is an imitation of what was seen and heard. Most of the behavioral models are borrowed from popular media products: commercials, music videos, comics, and most often from cartoons. The article deals with practical models of visual image analysis.*

**Keywords:** visual literacy, frame, media socialization.

Світлана Митнік

учитель початкових класів

Харківської спеціалізованої школи I-III ступенів

№ 162 Харківської міської ради Харківської області

## ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК ІНФО-МЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ УЧНІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ У СУЧАСНОМУ ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ

*Як не перетворити процес навчання на механічну передачу знань від учителя до учнів, а забезпечувати розвиток мислення особистості учнів у співпраці з учителем? Як дітям зрозуміти, яка їй коли потрібна інформація, де та яким чином її отримати, як об'єктивно оцінити, організувати цю інформацію, як її етично використати? У статті автор розкриває шляхи формування навичок інфо-медійної грамотності як актуального компоненту Нової української школи учнів початкових класів у сучасному освітньому середовищі. Тож саме час зробити перебування школярика в цьому просторі безпечним, корисним, цікавим. Корисні методичні рекомендації, поради стануть в нагоді для використання у практичній діяльності в організації роботи з учнями початкових класів.*

**Ключові слова:** *знання, вміння, самореалізація, медіаграмотність, успіх, медіаосвіта, креативність, творчість, мислення, компетентності.*

Школа людяності, доброти та успіху... Яка вона сьогодні? Переступивши вперше поріг школи, діти відчувають оточення нової інформації: нові поняття, терміни, букви, числа... Як же діяти вчителю, щоб його вихованці, не відчуваючи дискомфорту та напруження, здобували та успішно засвоювали нові знання?

Дитині недостатньо дати лише знання. Ще важливо навчити користуватися ними. Знання та вміння, взаємопов'язані з ціннісними орієнтирами учня, формують його життєві компетентності, потрібні для успішної самореалізації у житті, навчанні та праці [2, с. 10]. Відомий експерт освіти Кен Робінсон у своїй книзі «Школа майбутнього. Революція у вашій школі, що назавжди змінить освіту» писав: «Кожна дитина неповторна, наділена від природи унікальними здібностями, талантами та можливостями [3, с. 14]. Тому «досвідчені вчителі виконують чотири головні ролі: вони зацікавлюють, заохочують, сподіваються і мотивують» [3, с. 111].

Особисто я вмотивована розвиватися і розвивати своїх учнів, триматися в русі подій. Тому поставила перед собою мету: підібрати максимально ефективні методи, вправи і прийоми для розвитку творчого потенціалу, здібностей особистості, здатної соціалізуватися у сучасному світі.

Саме тому, на мою думку, технології критичного (Дж. Стіл, К. Мередіт, Ч. Темші) та креативного мислення (А. Маслоу) допоможуть учням не тільки усвідомлювати, а й критично та реально досліджувати нову інформацію, аналізувати, оцінювати й відбирати її, генерувати ідеї, бути відкритими до нового. Для реалізації цієї ідеї надзвичайно важливими є умови, атмосфера, які допомагають надихати дітей у сучасному освітньому просторі.

Нині процес формування й розвитку особистості відбувається не тільки на уроках, а й під впливом медіа – у сучасному медіа середовищі.

Вивченню питань медіаосвіти приділяли увагу науковці: В. Собкін, І. Челишева, Е. Ястребцева, О. Баришполець, О. Волошенюк, Н. Габор.

Медіаосвіта, яка є процесом розвитку медіа – та інформаційної грамотності, формування інформаційно-цифрової компетентності (критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій, інформаційної та медіа-грамотності) – актуальне сьогодні освітнього процесу.

Ключовим поняттям медіаграмотності є критичне мислення – це комплекс усвідомлених дій і навичок, які використовуються для оцінювання інформації: достовірна вона, чи містить маніпуляції.

Вивчаючи, аналізуючи, порівнюючи та співставляючи різноманітні погляди, теорії та практики, які сприяють формуванню у учнів початкових класів навичок інфо-медіаграмотності – допомагаємо дітям вчасно адаптуватися до сучасного, мінливого інформаційного середовища.

І вчителям, і батькам, відсторонити дитину від медіа не можливо – та й не потрібно в умовах, яких вона зростає. Діти повинні отримувати уявлення про ціннісні настанови користування медіазасобами, розвивати навички: пошуку, осмислення, опрацювання, аргументації, адаптування, формування, здобуття та використання інформації з різних джерел. Одним із дієвих шляхів є інтегрування медіа ресурсів, якими користуються діти в навчальні предмети початкової школи: «Літературне читання», «Природознавство», «Я у світі», «Дизайн і технології», «Основи здоров'я».

Стрімкий розвиток у сучасному світі інформаційно-комунікаційних технологій та системи мас-медіа вносить принципові зміни у загальну філософію освіти, ставлять нові завдання і водночас відкривають нові горизонти психолого-педагогічного пошуку у напрямку медіаосвіти.

На думку авторів технології «Читання і письмо для розвитку критичного мислення» Джінні Стіл, Курта Мередіта, Чарльза Темпла: «Критичне мислення – це складний ментальний процес, що починається із залучення інформації та закінчується прийняттям рішення» [4, с. 73].

На думку фундатора Інституту критичного мислення США Метью Ліпмана, критичне мислення є «вмілим відповідальним мисленням, що дозволяє людині формулювати надійні вірогідні судження, оскільки воно: ґрунтується на певних критеріях; є таким, що само коригується; впливає з конкретного контексту» [4, с. 74].

Вміння критично мислячої людини: оцінювати надійність джерел інформації; виділяти необхідну інформацію та обробляти її; аналізувати та оцінювати власні чи чужі висловлювання, припущення, висновки, аргументи, гіпотези, переконання; ставити запитання з метою одержання точнішої інформації або її перевірки; розглядати проблеми з різних точок зору та порівнювати різні позиції і підходи при їх вирішенні; висловлювати власну позицію, влучно обирати мовленнєві засоби для побудови висловлювань; приймати обґрунтоване рішення [4, с. 74].

Важливим етапом упровадження медіаграмотності в освітній процес стала для мене співпраця з Інною Богданівною Івановою, тренером Всеукраїнського фестивалю педагогічного натхнення «Вчительська тухля-2019». Це потужне та дуже цінне навчання, яке надихнуло на творчість щодо використання різних форм діяльності з учнями початкових класів з інфо-медійної грамотності.

У практичній діяльності використовую фасилітаційні методики («Самаанське коло», «Світове кафе»), методики запам'ятовування (Mind-Map), навчання у русі в поєднанні з формуючим оцінюванням. Розвиваю в учнів навички 4К: креативність, командну роботу, комунікацію, критичне мислення.

На уроках використовую завдання, які дозволяють опановувати навички критичного мислення, насамперед у сфері аргументації: пояснення деяких понять за допомогою відео, обговорення новин (телебачення, соціальні мережі). Створюємо медіа-продукти (аудіо – відеозаписи, інтелектуальні карти, постери, лепбуки, буклети), які пояснюють певну тему. Це надзвичайно ефективні методи активізації діяльності учнів. На етапах актуалізації та закріплення знань учнів використовуємо вправу «Капуста», яка включає «медіа-їжу» (на листочках) у термінах та поняттях.

Гра – іскра, що запалює вогник допитливості, зацікавленості та вимагає концентрації уваги учнів, напруження їх сил. Вона має здатність організувати життя дітей, наповнити його змістом. Формуємо навички критичного осмислення медіаповідомлень на основі коментарів новин на уроках літературного читання, природознавства, математики. Для цього клас об'єднуємо в групи «Цікава», «Казкова», «Яскрава», «Незвичайна». Кожна група добирає вдома

(вирізає з газет, журналів, рекламних буклетів, малюнків) новини відповідної тематики, які прикріплюємо на дошці «Парковка». Учень відповідної групи готує свій коментар до новин. Гра «Дизайнерський колаж»: завдання учнів – знайти зображення із різних джерел інформації. Наприклад: Де зустрічається вода в природі? Які рослини вирощують на городі?, тощо. Процес створення такого витвору мистецтва відбувається за рахунок вибору образів, їхньої просторової організації у визначеному порядку, наділення образів власними значеннями.

Комплекс ігор «Подарунок», «Дзеркало», «Добра тваринка» – дозволяють зробити в класі і між учнями так звану атмосферу психологічної захищеності. Пропоную учням об'єднатися в пари і подарувати один одному подарунок, не словами, а долонями: візуалізувати долонями те, що дарують. Щоб діти вміли задавати питання, уважно слухати, активно мислити – виконуємо вправу «Парковка». Створили спеціальну дошку, на яку учнів в ході уроку «припарковують» запитання з теми за допомогою аркушів. Якщо вони почули відповідь на своє запитання, знімають аркуш, якщо ні – запитання обговорюється разом з класом або надається для самостійного пошуку інформації. Ще одна цікава гра «Чарівна скринька», яка дуже подобається моїм вихованцям. Діти ставлять питання: «Що в скриньці?», відповідаю: «так» або «ні». Її використовую на різних уроках: «Природознавство» (відгадуємо птахів, домашніх тварин), «Образотворче мистецтво» (меблі, овочі, фрукти), «Математика» (геометричні фігури, шкільне приладдя).

З метою стимулювання й підтримки позитивної атмосфери та психологічної захищеності учнів ефективними є правила: правило піднятої руки, «Де я?». Для розвитку уваги учнів використовую вправи: «Хто мене почув – плесніть в долоні 1 раз, хто мене почув – плесніть двічі», а також: «Клас-Так», «Печа-Куча», «Білка-Гілка», «Міккі-Маус» та інші.

Щоб навчити учнів формулювати різноманітні типи питань, використовую прийом «Кубик Блума». Для цього учнів потрібно заздалегідь познайомити з різними видами питань. Прийом «Плакат думок» має ефективний результат на уроках літературного читання.

Сучасній дитині так не вистачає уваги та концентрації, тому я застосовую на кожному уроці вправи на уважність. Особливо дітям подобаються «Якірне дихання», «Дихання друзів», «Павлин позує», «Схопи м'яч», «Гугли очима». Такі вправи сприяють розвитку сконцентрованості уваги, відчуття оточуючої краси, спілкуванню зі своїми емоціями. Хочу зазначити, що учитель, насамперед, має розуміти своїх дітей, відчувати їх, щоб правильно сконструювати з ними комунікацію.

Наше завдання – навчати дітей критично ставитися до інформаційних повідомлень, розрізняти подію й ставлення, виховувати здатність розуміти реальність. Ми ніяк не зможемо будь-яку інформацію фільтрувати за дітей, але якщо вони засумніваються, не повірять відразу новій інформації, а ще й перевірять її, то це буде перемога. За висловом Герберта Маршала Маклюєна, одного з засновників медіаосвіти «Ви повинні бути грамотними в незліченних медіа, щоб бути дійсно «грамотними» в цей час» [1, с. 10].

У величезному розмаїтті педагогічних технологій, форм, методів, засобів, цікавих прийомів, вправ, важливим, на мою думку, є вдихнути в них творчий потенціал та вчительську душу. Тільки тоді можна побачити ефективність та результативність їх використання. І головне (це потрібно дітям) – їм цікаво, у них світяться оченятка від радості. Учитель не тільки вчить, але й виховує, поперше, власним прикладом. І якщо він особистість, то діти будуть тягнутися до нього.

Тож досягаймо успіху і нових творчих звершень!

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Батьки, діти та медіа: путівник із батьківського посередництва / О. Волошенюк, О. Мокрогуз; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. – К.: ЦВП, АУП, 2017. – 79 с.
2. Концепція «Нова українська школа» [електронний ресурс] <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf>.



3. Кен Робінсон і Лу Арніка. Школа майбутнього. Революція у вашій школі, що назавжди змінить освіту/ Переклала з англ. Ганна Лелів. – Львів: Літопис, 2016. – С. 258.
4. Нова українська школа: порадник для вчителя/Під заг. Ред. Бібік Н. М. – К.: ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2017.-206 с.

*How can we collaborate with students, help them develop their thinking abilities? What should we do in order not to turn the teaching process into the mechanical procedure of delivering knowledge from a teacher to a student? How can children understand which piece of information is needed and when, where and how to get it, how to evaluate it objectively and how to use it in an ethical way? In this article, the author reveals the ways in which information and media literacy, which is an essential part of the New Ukrainian School, can be developed in primary pupils in the modern educational environment. So it's time to make a pupil's stay in this environment secure, useful and interesting. The following tips on methodology may be used in the teaching practice while working with primary pupils.*

**Keywords:** *knowledge, skills, self-realization, media education, creativity, thinking, competences.*



## **IV. МЕДІАОСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТІСТЬ У ЗАГАЛЬНІЙ СЕРЕДНІЙ ОСВІТІ**

Людмила Дубина

заступник директора з навчально-виховної роботи,  
учитель української мови та літератури  
Чернівецька загальноосвітня школа I-III ступенів  
№3 Чернівецької міської ради

## ПЛАГІАТ В ЗАКЛАДАХ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ: ПРИЧИНИ ІСНУВАННЯ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОДОЛАННЯ

*Стаття присвячена дослідженню плагіату в закладах загальної середньої освіти. У ній зроблено спробу з'ясувати сутність даного явища на основі сучасного освітнього законодавства, причини плагіату в шкільному середовищі та надано рекомендації учням, батькам, педагогам для боротьби з плагіатом. Складність щодо нормативних прийомів та методів боротьби з плагіатом створює основу для подальших досліджень.*

**Ключові слова:** *плагіат, академічна доброчесність, академічний плагіат, самоплагіат.*

**Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** Поява Інтернету в ХХ столітті зумовила шалений розвиток людства та дала можливість кожному користуватися величезними обсягами інформаційних ресурсів. Разом з тим Інтернет вивів на новий рівень проблему плагіату, яка останнім часом набула загострення в усьому світі. В Україні питання боротьби з плагіатом активно розвивається на рівні вищої школи. Що стосується закладів загальної середньої освіти, то воно перебуває в стадії започаткування. Нормативним підґрунтям для боротьби з плагіатом є прийняття Закону України «Про освіту» від 05.09.2017 р. № 2145-VIII, в якому плагіат розглядається як порушення академічної доброчесності. Тому тема дослідження є актуальною та важливою для подальшого розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання проблеми; виділення нерозв'язаних частин загальної проблеми, які розкриває ця стаття.** Питання плагіату в закладах загальної середньої освіти в останнє десятиріччя почало активно вивчатися. На сьогоднішній день воно найкраще аналізується науковцями Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Гужва О. О., Григор'єва М. Б., Крикова О. І., Певко С. Г. у 2016 році укладають «Довідник з академічної доброчесності для школярів», який містить низку практичних порад та пояснень, як правильно робити посилання, що таке плагіат та академічна доброчесність. Із прийняттям України «Про освіту» активно в освітянський обіг входить поняття «академічної доброчесності». Це зумовило появу нових видань, скажімо збірника під авторством Н. Шліхти та І. Шліхти «Виховуємо академічну доброчесність в школі: методичні вказівки для вчителів». У 2019 році в Україні вперше було проведено Всеукраїнську кампанію «Академічна доброчесність у школі» (Проект сприяння академічній доброчесності в Україні (Strengthening Academic Integrity in Ukraine Project — SAIUP), де активно розглядалося питання плагіату. Однак у такій кампанії брали участь тільки окремі школи, більшість не зареєструвалися до участі через непоінформованість або байдужість керівників закладів.

Однак залишається неврегульованим питання методів, прийомів та засобів боротьби з плагіатом в шкільному середовищі.

**Постановка завдань дослідження.** Метою даного дослідження є вивчення нормативної бази щодо плагіату в школах, ключових причин плагіату в шкільному середовищі та шляхів їх подолання. Звідси випливають основні завдання: проаналізувати причини плагіату в ЗЗСО; розробити рекомендації для учнів, батьків, педагогів щодо протидії плагіату. Для досягнення поставленої мети було використано метод аналізу документів, зокрема, тексти Законів України

«Про освіту», «Про авторське право і суміжні права». Проаналізовано матеріали мас-медіа з даного питання.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Поняття плагіату дуже складне та суперечливе. В одних країнах воно викликає шквал негативних емоцій. У свій час міністр оборони Німеччини Карл-Теодор цу Гуттенберг пішов у відставку через звинувачення в плагіаті. Він відкрито заявив журналістам, що не може виконувати обов'язки міністра оборони, відмовився від свого вченого ступеня, визнав чіткі ознаки плагіату в своїй докторській дисертації. Жиль Бернхайм, головний рабин Франції, подав у відставку після того, як у ЗМІ з'явилися повідомлення про знайдений у його книзі текст іншого автора без посилання. Президент Угорщини Пал Шмітт заявив про відставку, оскільки його звинуватили у плагіаті і позбавили докторського ступеня. Міністр освіти Німеччини А. Шаван теж пішла у відставку, бо її кандидатська дисертація була визнана плагіатом. Наші політики протягом усіх років незалежності України не цуралися «запозичити» геніальні думки та ідеї зарубіжних колег, а коли їх звинувачували в плагіаті, то недбало заявляли, що забули зробити посилання на джерело. У чому полягає причина такого недбальства та невігластва? Звичайно, в елементарній невихованості, безвідповідальності, зверхньому ставленні до своїх громадян. А навчати цьому потрібно з дитинства батькам, вихователям дошкільних установ, педагогам ЗЗСО.

Що ж таке плагіат? Згідно зі ст. 50 Закону України «Про авторське право та суміжні права», «плагіат – оприлюднення (опублікування), повністю або частково, чужого твору під іменем особи, яка не є автором цього твору» [1].

Згідно з тлумачним словником сучасної української мови, «плагіат – привласнення авторства на чужий твір науки, літератури, мистецтва або на чуже відкриття, винахід чи раціоналізаторську пропозицію, а також використання у своїх працях чужого твору без посилання на автора» [4, с. 792].

В Україні ґрунтовною працею щодо осмислення плагіату є докторська дисертація з юриспруденції Г. О. Ульянової [8], яка розглядає плагіат як «соціальну, етичну та правову категорію» [8, с. 22] і дає таке його визначення: «це складне соціальноетичне, правове явище у сфері права інтелектуальної власності, що може розглядатися як: порушення авторських прав творця первісного тексту; зловживання правом на свободу творчості особою, що вчиняє плагіат; порушення прав споживачів інтелектуальної, творчої діяльності; порушення публічного правопорядку (інтересів суспільства та держави) — у випадках, коли авторству надається суспільне значення» [8, с. 368].

Сьогодні плагіат постає як багатолике явище, що, зазначає Романова І. В., «свідчить про різноманітність форм та видів його функціонування. Як показує сучасний досвід, таких «оригінальних» підходів до шляхів «запозичення» чужих творів не демонструвала жодна з попередніх епох» [7, с. 270].

Позитивним є той факт, що в освітянській сфері явище плагіату вперше нормативно закріплено в ст. 47 «Академічна доброчесність» Закону України «Про освіту» від 05.09.2017 р. № 2145-VIII [2]. Сам термін «плагіат» тут визначено тільки в контексті «академічний плагіат», «самоплагіат» як порушення академічної доброчесності. В п.4 ст. 42 академічний плагіат подано як «оприлюднення (частково або повністю) наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості) та/або відтворення опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства» [2]. «Самоплагіат» подано як «оприлюднення (частково або повністю) власних раніше опублікованих наукових результатів як нових наукових результатів» [2]. Даний закон чітко визначає, якою є академічна відповідальність педагогічних працівників та здобувачів освіти за порушення академічної доброчесності. Проект Закону України «Про повну загальну середню освіту» [3] в ст. 43 «Забезпечення академічної доброчесності у сфері загальної середньої освіти» деталізує це поняття. Тим не менш поняття академічної відповідальності та плагіату є взаємопов'язаними і прийняття даного закону є проривом для розвитку громадянського суспільства, для виховання майбутніх свідомих громадян України.

Справжньою підмогою для педагога, учня та батьків є «Довідник з академічної доброчесності для школярів» [5], в якому чітко проаналізовано, що таке плагіат, чому це явище є негативним, до чого приводить, охарактеризовано види плагіату в шкільній практиці. Особлива увага приділена порадам, як уникнути плагіату та обґрунтована відповідальність за нього. У довіднику яскраво представлено приклади із зарубіжної історії використання плагіату. Для школярів розроблено дорожню карту, поради, як писати власні твори без плагіату.

Якщо в Україні питання боротьби з плагіатом активно розвивається на рівні вищої школи, то на рівні закладів загальної середньої освіти воно перебуває в стадії започаткування. Звідки ж береться плагіат в школах? Які причини його активного розвитку в шкільній освіті? Відповідь на це питання лежить не тільки в площині кількох десятиліть існування нашої держави.

Лиховід І. підкреслює, що «дітей вчать плагіату ще у школі» [6], адже книжки «Готові домашні завдання» — це підручники плагіату, а за них у нас практично нікого не карають. Наступна не менш важлива проблема – хто дітям купляє ці книги? Звичайно, батьки, які, як і більшість вчителів, взагалі не розуміють проблеми. А МОН карає лише після якихось «величезних скандалів або якогось спеціального тиску» [6].

Проаналізуємо найяскравіші **причини плагіату** в ЗЗСО.

По-перше, у нашому суспільстві зараз відсутня повага до розумних людей. Звичайний пересічний школяр щодня чує від своїх батьків слова підтвердження, що батьків диплом з відзнакою не дає тих прибутків, які дає фірма дядька, який ледве закінчив школу (а то й двічі в одному класі навчався). Тому **школярі не бачать майбутнього в своїх знаннях і шукають легших шляхів**.

По-друге, школярі не розуміють, що через 20-30 років багато професій зникне з професійного поля, а їхнє місце посядуть нові професії. Тобто, **діти не усвідомлюють значимості знань для майбутнього, того, що треба вміти навчатися упродовж життя**.

По-третє, учні легко вловили той факт, що, списуючи чийсь роботу, допускають менше помилок. Звідси й шансів отримати гарну оцінку більше (і батьки будуть задоволені). Тобто, **бояться помилитися**.

По-четверте, **впевненість у безкарності** спонукає школяра до плагіату, адже можна не тільки стовідсотково списати завдання з Інтернету. Можна його «запозичити» із старих бабусиних книг, можна інтернет-версію переробити на свій лад. Спробуй вчителеві таке перевір і, головне, доведи факт плагіату.

По-п'яте, **перевантаженість навчальних програм**. Санітарні норми чітко встановлюють час, виділений для виконання домашньої роботи учнями кожного класу, але, починаючи з 6-7 класу, практично він збільшений на 1-2 год. в кожному класі.

По-шосте, причиною плагіату часто є професійна діяльність вчителя, вірніше, **відсутність чіткого нормативного забезпечення протидії плагіату**.

Розгляньмо приклад зі шкільним твором. Твір — це самостійна робота у вигляді письмового викладу учнями своїх думок на задану тему, виконання якого має довести уміння формулювати власну думку з певної теми й письмово її викладати. Якщо в 5 класі обсяг твору 0,5-1 сторінка, то в 9 класі творча робота з української мови, література має бути обсягом 3 сторінки. Звичайно, за 1 урок неможливо написати таку роботу. Виділити 2 уроки на написання творчої роботи теж не завжди вдається. Тому, як правило, левову частку роботи діти пишуть вдома. А ще є твори із зарубіжної літератури, а ще є завдання з математики, фізики, іноземної мови. Звичайно, можна надіятися на творчість та свідомість учня, який швидко напише самостійно роботу. Але таких учнів небагато, той сам обсяг твору відлякує від роботи. Шрамко Я. зазначає, що «учень далеко не завжди знаходиться в школі добровільно, оскільки до певного віку відвідування закладу середньої освіти є обов'язковим. Що ж робити учню, який має відвідувати школу, але за рівнем своїх здібностей просто нездатний виконати деякі завдання, наприклад, сформулювати власну думку з заданої теми й грамотно її викласти? Фактично у такого учня, якщо він буде дотримуватися правил, не залишається іншого вибору, ніж отримати незадовіль-

ну оцінку, що якраз і засвідчить його неспроможність засвоїти окремих навчальний матеріал» [10]. Що робить сучасний школяр? Списує чужий текст з інтернету чи з книг із творчими роботами, подає його на перевірку вчителю як свій. Така робота має бути дискваліфікована, оцінена незадовільно або залишена без оцінки. Але саме в цей момент учитель безпорадний. По-перше, чи зобов'язаний педагог перевіряти творчі роботи на наявність плагіату? Ні, в посадових обов'язках цього не прописано. Чи є законодавчо встановлені програми, завдяки яким вчитель має право перевірити творчу роботу учня? Ні, немає. Здогадується, якою буде реакція учня та батьків, якщо за гарно списану роботу без жодної помилки учитель поставить незадовільну оцінку? Чи потрібний педагогу цей шквал негативних емоцій без нормативного підґрунтя? Який вихід? Звичайно, закрити очі на яскравість плагіату і оцінити роботу учня. Цим педагог вбиває двох зайців: і клітинка в журналі заповнена, і учень з батьками задоволені. Наступне: звичайна професійна етика доводить, що правильно побудований освітній процес у ЗЗСО має враховувати різні можливості учнів і диференціювати завдання. Наприклад, замість написання творчої роботи запропонувати переказ з творчим завданням. Однак програма для всіх є однаковою, вчитель, який буде таким чином диференціювати роботи, може піддатися критиці адміністрації школи чи інших освітянських органів.

Тому спробуємо представити рекомендації для учнів, батьків та педагогів у протидії плагіату. **Головне для учнів:**

- не боятися помилятися;
- розуміти, що оцінка – це не вирок;
- висловлювати свою думку;
- вірити в себе;
- знати, що наступна робота буде ще кращою.

**Головне для батьків:**

- дозволити своїм дітям помилятися;
- розуміти, що оцінка дитини – це не вирок;
- вислухати та підтримати думку дитини;
- вірити в свою дитину;
- не подавати поганий приклад для дитини, не плагіатити;
- довіряти вчителю та поважати його.

Найскладніше, мабуть, сформулювати **головне для педагогів**, адже ці рекомендації будуть базуватися на моральних засадах і потребують від вчителя багато додаткових зусиль щодня.

По-перше, першим кроком на шляху протидії вчиненню плагіату повинно бути поширення знань про авторське право, надання чіткої інформації про правила цитування і межі допустимого вільного використання творів.

По-друге, потрібно виховувати повагу до автора. Коли вивчаємо творчість Шевченка, варто її подавати не у форматі «народився – важка кріпацька доля – помер». Треба підкреслити унікальність, успішність, геніальність людини.

По-третє, учням потрібно давати можливість вибору теми. Якщо школяреві не сподобалася тема творчої роботи, будьте впевнені, що списування буде.

По-четверте, намагайтеся давати домашнє завдання не з підручника (7–11 класи). Багато школярів їх списують. Мудрий вчитель завжди знайде потрібний матеріал для школярів додому (фонетичний розбір слів, синтаксичний розбір речень, розбір слів за будовою, введення фразеологізмів у речення, виписати певний вид орфограм, пунктограм із вивчених творів з літератури та ін.).

По-п'яте, педагоги повинні виховувати відповідну культуру протидії плагіату у випускників середньої школи шляхом інформаційно-просвітницьких заходів та відповідної роботи на уроках. Це зумовить підвищення довіри до навчання, знань, довіри між усіма учасниками освітнього процесу (батьками, учнями, вчителями тощо), а в майбутньому – формування правильних суспільних відносин між громадянами України.



Отже, боротьба із плагіатом у ЗЗСО стартувала успішно. Окреслені причини плагіату в шкільному середовищі зумовлюють шляхи їх подолання. Першим кроком на шляху протидії вчиненню плагіату повинно бути поширення знань про нього. Процес викорінення плагіату із шкільного середовища має бути спільною працею учнів, педагогів та батьків. Тільки в тісній взаємодії школа отримує учня, здатного критично мислити, батьки дитину, яка буде в житті успішною, держава чесного громадянина. На часі питання вирішення законодавчо встановлених програм, завдяки яким вчитель матиме право перевірити творчу роботу учня на плагіат. Тоді сучасна школа вимагатиме не тільки покарання за плагіат, а формуватиме нетерпимість освітнього середовища до нього. У школяра навіть думки не повинно виникнути скористатися чиймись думками чи записами. Головне – створити атмосферу, в якій би не було місця для плагіату. Коли педагоги й школярі не будуть байдужими, не проявлятимуть толерантності до плагіату, тоді будуть справжні результати.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Про авторське право та суміжні права: Закон України від 23.12.1993р. №3792-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12>
2. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
3. Про повну загальну середню освіту: Проект Закону України від 29.08.2019 №0901. URL: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/JH7VG00A.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH7VG00A.html)
4. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. К. Ірпінь. ВТФ «Перун», 2001. 1440с.
5. Довідник з академічної доброчесності для школярів / Уклад. Григор'єва М. Б., Крикова О.І., Певко С. Г.; за заг. ред. О. О.Гужви. Х. ХНУ ім.Б.Н.Каразіна, 2016. 64с.
6. Лиховид І. «Дітей вчать плагіату ще в школі» // День. 2016. №12. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/article/cuspilstvo/ditey-vchat-plagiatu-shche-u-shkoli>
7. Романова І. В. Явище плагіату: історія та сьогодення. Зовнішня торгівля: право, економіка, фінанси. 2012. № 3. С. 267-272.
8. Ульянова Г. О. Методологічні проблеми цивільно-правового захисту прав інтелектуальної власності від плагіату : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра юридичних наук : спец. 12.00.03 «Цивільне право і цивільний процес; сімейне право; міжнародне приватне право». Одеса, 2015. 434с. URL: <file:///C:/Users/user/Downloads/%D0%A3%D0%BB%D1%8C%D1%8F%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%93.%D0%9E..pdf>
9. Штефан А. Науковий плагіат: співвідношення використання ідеї та форми вираження твору. Теорія і практика інтелектуальної власності. 2016. № 4. С. 68-79.
10. Штефан А. Причини вчинення плагіату та шляхи його попередження. URL: <http://www.inprojournal.org/wp-content/uploads/2017/12/24-30.pdf>
11. Шрамко Я. Що поганого в плагіаті і як з ним боротися. URL: <https://kdpu.edu.ua/blogs/2018/10/18/shho-poganogo-v-plagiati-i-yak-iz-nym-borotysya/>

**Ніна Яременко**

вчитель, кандидат педагогічних наук

Білоцерківське навчально-виховне об'єднання

«Ліцей – Мала академія наук»

## **МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК УМОВА ЙМОВІРНОЇ КІБЕРБЕЗПЕКИ УЧНІВ СТАРШОГО ПІДЛІТКОВОГО ВІКУ**

*У статті обґрунтовано необхідність формування медіаграмотності учнів старшого підліткового віку як умову їх ймовірної кібербезпеки.*

**Ключові слова:** *медіаграмотність, медіаінформаційна грамотність, інформаційна культура, кіберпростір, кіберзлочинність, кібербезпека, учні старшого підліткового віку.*

**Постановка проблеми.** В епоху інформаційних технологій неможливо почуватися захищеним у кіберпросторі. З розвитком технологій стрімко зростає кількість злочинів у цій сфері, а тому, як стверджує Д. Нікулеску, «саме кіберзлочини у ХХІ столітті будуть одними з найчисельніших» [9]. Злочинність у кіберпросторі – одна з найгостріших проблем, з якою зіткнулося міжнародне співтовариство упродовж останніх десятиліть у зв'язку з розвитком інформаційно-комунікаційних технологій. Необхідність оволодіння користувачами кіберпростору медіаграмотністю у сфері кібербезпеки зумовлює актуальність нашого дослідження «Медіаграмотність як умова ймовірної кібербезпеки учнів старшого підліткового віку».

**Стан дослідження.** На сучасному етапі розвитку вітчизняної та зарубіжної науки значна увага науковцями та дослідниками приділяється питанню медіаосвіти та медіаграмотності [2; 3; 4; 11]. Про недостатній рівень «масової медіаосвіти у закладах формальної освіти» робить висновок Г. В. Онкович [10]. Вчені й дослідники акцентують увагу на необхідності формування медіаграмотності та інформаційної культури в суспільстві [1; 12; 14]. Зокрема, медіаграмотними мають бути всі, хто перебуває у кіберпросторі. Основною особливістю кіберпростору є його безмежність. Тому майже кожен, хто знаходиться в кіберпросторі, перебуває під ймовірною загрозою потрапляння у тенета кіберзлочинців. Кіберзлочини класифікують за різними критеріями [6; 8; 13]. Наразі не існує єдиної класифікації кіберзлочинів – найрозповсюдженішою є класифікація кіберзлочинів на дві групи: агресивні та неагресивні [6]. Сучасні старшокласники активно користуються кіберпростором, соціальними мережами – це незаперечна істина. Проте не кожен з них сповна усвідомлює всю небезпеку ризиків і загроз, що несуть із собою соціальні мережі, небезпеки й наслідки, які приховує так званий «відкритий прозорий світ» [12]. Кожен сподівається, що його прайвесі, тобто право «бути залишеним у спокої» (конфіденційності) буде збережено [15, 16]. Саме тому учні старшого підліткового віку становлять велику групу ризику.

Медіаграмотність має забезпечувати кожному ймовірну кібербезпеку. У сучасних умовах незахищеності користувачів кіберпростору ми зробили спробу актуалізувати питання про необхідність формування медіаграмотності великої соціальної групи, а саме – учнів старшого підліткового віку, що зумовлено високим рівнем їхньої активності у користуванні гаджетами, а також тим, що питання кібербезпеки цієї великої соціальної групи мало досліджене.

Кібербезпека учнів старшого підліткового віку є соціальною проблемою, адже сучасні інформаційно-комунікаційні технології розвиваються дуже швидко, що й породжує небезпеку у кіберпросторі. Загалом в Україні та в усьому світі щороку вчиняються десятки тисяч злочинів з використанням інформаційно-комунікаційних технологій [9]. Порахувати їх неможливо, бо не всі жертви кіберзлочинів звертаються до поліції.

Г. М. Чернишов зазначає, що, враховуючи чисельність активних користувачів Інтернету у світі, можна вести мову про тотальне стеження, яке вже неодноразово ставало темою різних

авторитетних міжнародних форумів. Зазначене вище дозволяє стверджувати, що «права людини порушуються не тільки злочинністю, але й діяльністю щодо протидії їй» [18].

**Метою** статті є обґрунтування необхідності підвищення рівня медіаграмотності учнів старшого підліткового віку у сфері кібербезпеки.

**Виклад основного матеріалу.** З метою з'ясування стану обізнаності учнів старшого підліткового віку у сфері кібербезпеки нами було застосовано метод письмового опитування. В анкетуванні брало участь 215 учнів 10-11 класів, які навчалися у сільських і міських закладах загальної середньої освіти. Для з'ясування рівня обізнаності старшокласників у сфері кібербезпеки їм було запропоновано перші чотири запитання анкети. За результатами аналізу відповідей ми отримали інформацію про власне бачення кожним респондентом свого рівня обізнаності у сфері кібербезпеки та кіберзлочинності, розуміння сутності кіберзлочину та кібербезпеки, знання видів кіберзлочинів, усвідомлення рівня власної медіаграмотності.

На запитання «Як Ви вважаєте, чи достатньо Ви обізнані у сфері кібербезпеки та кіберзлочинності?» анкетовані дали в основному три варіанти відповідей, хоча їх формулювання були різними:

«так» (54 відповіді) – 25,1% («так», «я вважаю себе обізнаним», «можливо, проте я не застрахована від цього на 100%»);

«ні» (141 відповідь) – 65,5% («ні», «не знаю»);

«не зовсім» (17 відповідей) – 7,9% («не дуже», «не зовсім обізнана, проте здатна уникнути небезпеки», «можливо, проте я не застрахована від цього на 100%»).

Таким чином, впевненими (обізнаними) у сфері кібербезпеки та кіберзлочинності відчують себе лише чверть опитаних, більша їх половина усвідомлює, що не орієнтуються у цій сфері та не дуже впевнені, що забезпечені, знаходячись у Глобальній мережі (Рис. 1).

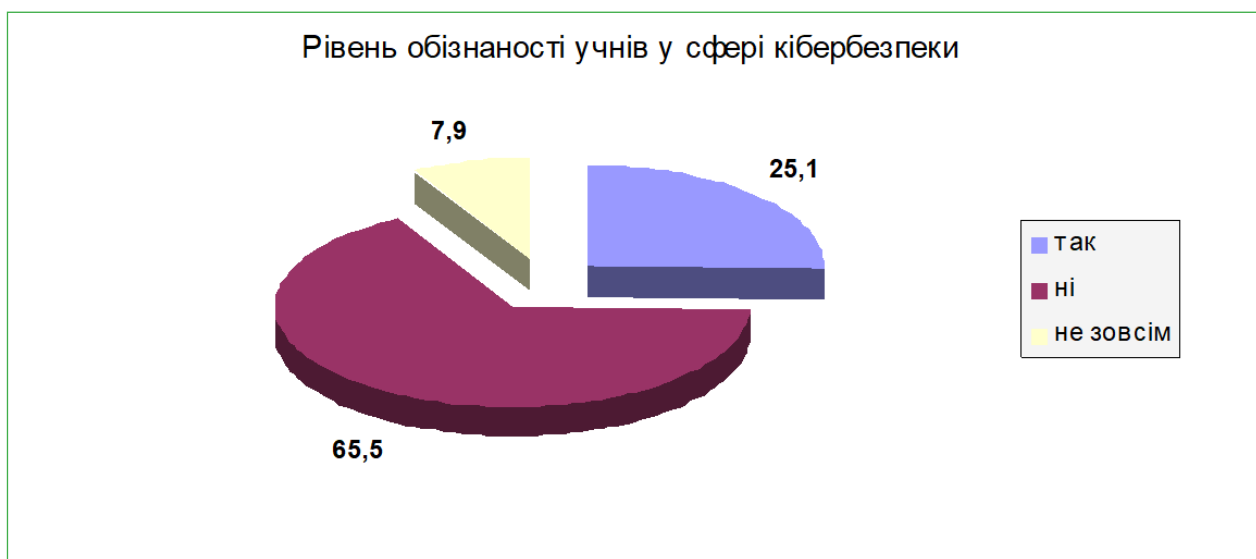


Рис. 1. Рівень обізнаності учнів у сфері кібербезпеки

Сутність кіберзлочину старшокласники в цілому розуміють дуже «вузько», позаяк дають далеко не повне визначення цього поняття. Зокрема, на запитання «Що таке кіберзлочин?» маємо такі відповіді:

«це злочин у кіберпросторі» (16 опитаних – 7,4%),

«злочин в Інтернеті» (100 – 46,5%),

«злочин з порушенням конфіденційності» (15 – 6,9%),

«не знаю» (60 – 27,9%),

«злом акаунту чи картки» (20 – 9,3%),

«порушення правил кібербезпеки у кіберпросторі» (2 – 0,9%),

«злочин у кіберпросторі та використання чужих паролів» (1 – 0,4%),

«спрямовані дії на руйнування чисесь інформації у кіберпросторі» (1 – 0,4%). Отже,

72,1% опитаних усвідомлюють, що кіберзлочин – це протизаконні («злочин») дії, скоєні в кіберпросторі, Інтернеті, а відповідь «не знаю» (27,9%) вказує на відсутність у молодих людей уявлення про рівень небезпеки під час перебування у кіберпросторі, що, у свою чергу, призводить до нехтування власної кібербезпеки. Такі відповіді дають підстави зробити висновок про недостатній рівень обізнаності учнів у сфері кіберзлочину, що й може призводити до негативних наслідків під час їхнього перебування у кіберпросторі (Рис. 2.).



Рис. 2. Усвідомлення кіберзлочину як протизаконної дії

Результати опитування показали занадто поверхнєве розуміння опитуваними сутності поняття «кібербезпека». Підтвердженням такого висновку є відповіді: кібербезпека – це: «безпека в Інтернеті» (40 опитаних – 18,6%), «заходи безпеки» (57 – 26, 5%), «не знаю» (69 – 32%), «вміння поводити себе у кіберпросторі» (39 – 18,1%). Лише 4,6% правильно розуміють сутність кібербезпеки («безпека у кіберпросторі») (Рис. 3).



Рис. 3. Розуміння сутності поняття кібербезпеки

Нами з'ясовано, що більшість опитаних знають лише ті види кіберзлочинів, з якими їм «довелося зустрітися». На запитання «Які види кіберзлочинів Вам знайомі?» ми отримали такі відповіді: «не знаю» (до цих відповідей ми додали тих, хто зовсім не відповів на запитання) – 114 опитаних (53%), «фінансові махінації» – 41 (19%), «агресивні і неагресивні, фішинг, злом, кібертероризм» – 35 (16,2%), «злом» – 24 (11,1%), «кібершахрайство» – 1 (0,4%) (Рис. 4).

Таким чином, результати проведеного дослідження показують недостатній рівень обізнаності учнів старшого шкільного віку у сфері кіберзлочину та кібербезпеки. Учні ґрунтовно не обізнані з видами кіберзлочинів, а знають лише ті їх види, від яких «постраждали» самі, що було ними підтверджено під час спілкування.



*Рис. 4. Знання учнями видів кіберзлочину*

Аналіз отриманої нами інформації дозволяє стверджувати, що, не зважаючи на ту роботу, яка проводиться кіберполіцією, освітніми установами, масмедіа щодо поширення правил кібербезпеки серед населення, все частіше ті чи інші члени суспільства потрапляють у тенета кіберзлочинців. Такі висновки підтверджуються і результатами нашого дослідження. З'ясувалося, що кіберзлочинцями було ошукано 69 опитаних осіб (32%), а це – третина опитаних. 140 (65,1%) респондентів вказали, що їм не доводилося потрапляти в тенета кіберзлочинців. 6 осіб (2,8%) ніяк не відповіли, що, на нашу думку, означає повну необізнаність у сфері кібербезпеки (Рис. 5). Саме учні з цієї групи опитаних можуть бути потенційними жертвами кіберзлочинців.



*Рис. 5. У тенетах кіберзлочинців*

Приклади кібершахрайства, з якими доводилося зустрічатися, наводять 70 старшокласників (32,6%), серед яких переважають такі: «зняття коштів з картки», «фальшиві СМС», «кібершахрайство», «використання особистої інформації», «злом», «махінації з фінансами», «вірус». Відповідно 67,4% опитаних стверджують, що їм не доводилося зустрічатися з кіберзлочинністю (Рис. 6.).

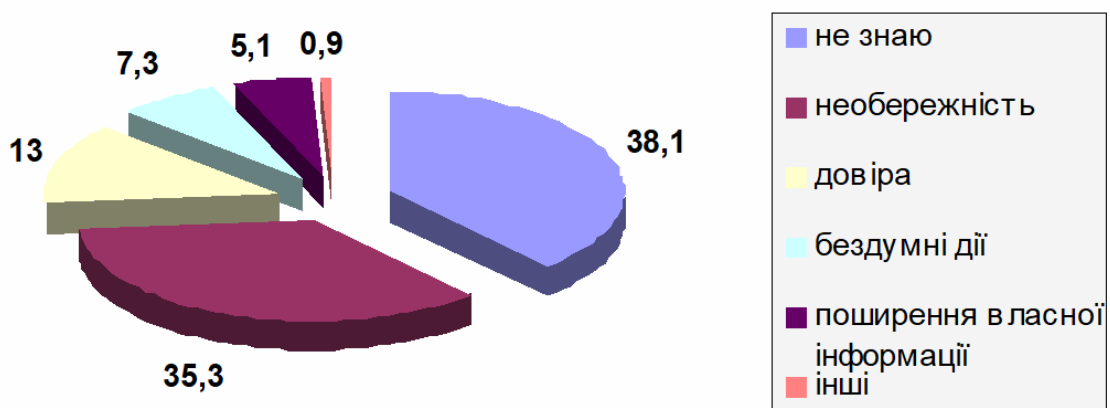




*Рис. 6. Практика кібершахрайства*

Для визначення причин потрапляння представників нашої вибірки у тенета кіберзлочинців ми проаналізували відповіді на сьоме запитання анкети «Що, на Вашу думку, призводить до потрапляння у тенета кіберзлочинців (причини кіберзлочинів)?». Відповіді виявилися такими: «не знаю» – 82 особи (38,1%), «необережність» – 76 (35,3%), «довіра» – 28 (13%), «бездумні дії» – 13 (6%), «поширення власної інформації» – 11 (5,1%), «наївність» – 3 (1,3%), «недостатній захист інформації» – 2 (0,9%). Таким чином, саме незнання, необережна поведінка (дії) у кіберпросторі, безпідставна довіра незнайомим людям та інформації, яку вони поширюють, недостатній захист особистої інформації – усі ці фактори призводять до ошукування кіберзлочинцями (Рис. 7.)

### Причини потрапляння учнів у тенета кіберзлочинців



*Рис. 7. Причини потрапляння учнів у тенета кіберзлочинців*

Більшість опитуваних (124 – 57,6%) впевнені, що, перебуваючи у кіберпросторі, вони можуть уникнути потрапляння у тенета кіберзлочинців; 13 (6%) вважають, що «можливо» можна уникнути ошукування; не відповіли на запитання «чи можна уникнути ошукування у кіберпросторі?» 59 осіб (27,4%); «ні» – 13 осіб (6%). Є й такі окремі відповіді: «так, якщо дуже обізнаний» (2 – 0,9%), «так, якщо не розкривати особисту інформацію» (2 – 0,9%), «так, якщо

не довіряти повідомленням про виграші» (1 – 0,4%). Можна зробити висновок, що дуже добре розуміють високий рівень небезпеки під час перебування у кіберпросторі лише 6% анкетованих (13 осіб), а всі інші навіть не підозрюють про ймовірність надзвичайно високого рівня небезпеки, пов'язаного із перебуванням у кіберпросторі. Зазначене вище є яскравим підтвердженням актуальності теми нашого дослідження [Рис. 8].



*Рис. 8. Рівень розуміння небезпеки під час перебування у кіберпросторі*

На запитання «Яким чином можна уникнути кіберзлочину?» не відповіли 115 осіб (53,4%), що, на нашу думку, може означати самовпевненість у правильності своїх дій під час перебування у кіберпросторі, відсутність відповіді через незнання викликів і небезпек, які можуть на них очікувати. 14,8% (32 особи) вважають, що потрібно бути «уважним», перебуваючи у кіберпросторі, 5,1% (11) переконані, що не стати жертвою кіберзлочинців можна лише одним способом – «не заходити в мережу», така ж кількість респондентів вважає, що «не потрібно викладати особисту інформацію в мережу»; 4,6% (10) – «не підключатися до невідомих мереж»; 3,7% (8) не рекомендують заходити на підозрілі сайти; 3,7% (8) – необхідно добре знати правила кібербезпеки; 3,2% (7) – «не давати паролі чужим людям»; 2,7% (6) – «не піддаватися на провокації»; 2,3% (5) рекомендують «не спілкуватися з незнайомими людьми в мережі»; 0,9% (2) – «користуватися VPN». Таким чином, більшість опитаних пропонують неефективні методи уникнення тенет кіберзлочинців (Рис. 9.)



*Рис. 9. Способи уникнення тенет кіберзлочинця*

Отже, аналіз відповідей на восьме та дев'яте запитання анкети дають підстави зробити висновок, що лише 11-13 осіб сповна розуміють справжню небезпеку, з якою може зіткнутися кожен учень старшого підліткового віку у кіберпросторі. Сучасні науково-технологічні досягнення допомагають нам у багатьох сферах життєдіяльності, проте вони зумовлюють такі ризики, уникнути яких просто неможливо.

Вже на етапі проведення опитування учнів між ними виникали дискусії щодо можливості уникнення різних ризиків, пов'язаних із перебуванням у кіберпросторі. Зміст запитань анкети викликав інтерес та спонукав опитуваних до жвавого обговорення свого рівня медіаграмотності. Ми зрозуміли, наскільки актуальними є питання кібербезпеки. Вже в ході спілкування з'ясувалося, що, ставши «жертвою» кіберзлочину, жодна із таких «жертв» не зверталася до кіберполіції – вони отримали досвід, про який не дуже розповідають, бо виявилися ошуканими. У майбутньому вони можуть враховувати цей досвід, але цього буде недостатньо. Важливо, взаємодіючи з різного роду інформацією у кіберпросторі, мати високий рівень інформаційної культури [14], важливою складовою якої є медіа – інформаційна грамотність [Там же], що сприятиме досягненню ймовірної кібербезпеки у кіберпросторі.

Ми погоджуємося з О. В. Прудниковою, що інформаційна культура є інформаційною діяльністю, якісною характеристикою життєдіяльності людини у царині отримання, передачі, зберігання й використання інформації. «Представляючи за своїм змістом органічне ціле, інформаційна культура постає як ступінь досконалості людини, суспільства в цілому або певної його частини стосовно використання інформації у всіх можливих формах діяльності» [24].

З'ясувати уявлення учнів про ефективні форми і методи просвіти у сфері кібербезпеки нам допомогли відповіді на запитання «Як, на Вашу думку, можна ефективно сформуванати культуру безпечної поведінки у кіберпросторі?». Результати соціологічного опитування показали, що ті, хто розуміє високий рівень небезпеки перебування у кіберпросторі без належного рівня сформованості інформаційної культури, пропонують: «з раннього віку навчати правилам дотримання техніки кібернетичної безпеки у кіберпросторі» (2 особи – 0,9%), по одній особі зазначили такі відповіді: «організувати навчання на рівні держави», «необхідно навчати навіть пенсіонерів», «до просвітницької роботи активно залучати кіберполіцію», «необхідно приділити увагу саморозвитку», «проти суперхакерів люди безсильні» (всього 5 осіб – 2,3%). 10 (4,6%) опитаних вважають, що удосконалити рівень інформаційної культури допоможуть «уроки навчання кібербезпеці», ще 3 (1,3%) – «лекції та наукові виступи на цю тему», 25 учнів (11,6%) – «тематичні уроки». Не було відповідей або було зазначено «не знаю» на це запитання у 170 анкетах (79%). Наші висновки про безпорадність старшокласника перед викликами і загрозами, які можуть «підстерігати» кожного у кіберпросторі співзвучні з позицією сучасних дослідників і науковців (Рис. 10.).



Рис. 10. Форми і методи просвіти у сфері кібербезпеки

У сфері кібербезпеки суспільство насамперед турбує те, що «звичайні люди ... не знають, як саме мусять себе обороняти, до кого їм звертатися, та як протидіяти можливим порушенням (у кіберпросторі) у майбутньому» [1]. Отже, «ситуація з інформаційною та кібербезпекою виглядає доволі похмуро» [Там же]. Результати досліджень показують, що з метою «формування інформаційної та комунікаційної культури, створення умов для кібербезпеки у кіберпросторі необхідно, насамперед, системно проводити просвітницьку роботу, спрямовану на «зміцнення інформаційної стійкості людини» [Там же]. Дослідники розглядають суспільство як врівноважену систему, в якій злочинність знаходиться у причинно-наслідковому зв'язку з іншими соціальними явищами. Отже, впливати на злочинність «можливо не через окремих особистостей, а через соціум – за рахунок поліпшення суспільної моралі, соціальних інститутів» [26].

Інформацію про небезпеку, яка чатує на кожного потенційного користувача кіберпростору, необхідно поширювати, використовуючи все багатство медіадидактики.

**Висновки.** Аналіз результатів дослідження дає підстави зробити такі висновки:

– рівень медіаграмотності учнів старшого підліткового віку у сфері кіберзлочину та кібербезпеки є недостатнім: учні ґрунтовно не обізнані з видами кіберзлочинів, а знають лише ті їх види, від яких «постраждали» самі;

– сучасні науково-технологічні досягнення зумовлюють такі ризики, уникнути яких просто неможливо; лише 6% респондентів розуміють справжню небезпеку, з якою може зіткнутися кожен користувач кіберпростору;

– старшокласники наразі є безпорадними перед викликами і загрозами кіберпростору; складно зберегти прайвесі у безмежному кіберпросторі;

– формування медіаграмотності учнів старшого підліткового віку у сфері кібербезпеки на часі – для цього необхідно використовувати можливості навчальної, позанавчальної, позакласної та позашкільної діяльності; формами та методами просвітницької роботи можуть бути: безпосереднє спілкування із компетентними фахівцями (бесіди, лекції, майстер-класи, дискусії, вікторини, тренінги, поліфункціональні ігри), перегляд та обговорення навчальних фільмів, конкретних життєвих ситуацій та їх моделювання, користування пам'ятками «Правила особистої безпеки у кіберпросторі».

Отже, кібербезпека як результат медіаграмотності учнів старшого підліткового віку у ХХІ столітті – це одне з найважливіших питань, яке потребує глибокого аналізу, розробок та впровадження високотехнологічних рішень з метою запобігання та викриття кіберзагроз. Подальшого удосконалення потребує медіадидактика, метою якої є розвиток медіаграмотності.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Голоднікова Ю. Інформаційна, комунікаційна та кібер-вразливість країни: аналізуємо причини та наслідки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.prostir.ua/?news=informatsijna-komunikatsijna-ta-kiber-vrazlyvist-krajiny-analizujemo-prychyny-ta-naslidky>
2. Збірник статей П'ятої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ: Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2017. – 393 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.aup.com.ua/uploads/Zbirnik\\_konf\\_AUP\\_2017.pdf](http://www.aup.com.ua/uploads/Zbirnik_konf_AUP_2017.pdf)
3. Збірник статей Сьомої міжнародної науково-методичної конференції: Сучасний простір медіаграмотності та перспективи його розвитку. – Київ: Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2019. – 435 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.aup.com.ua/uploads/Zbirnyk\\_conf\\_2019.pdf](http://www.aup.com.ua/uploads/Zbirnyk_conf_2019.pdf)
4. Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ: Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018. – 244 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.aup.com.ua/uploads/Zbirnyk\\_statey\\_AUP2018.pdf](http://www.aup.com.ua/uploads/Zbirnyk_statey_AUP2018.pdf)

5. Зернецька О. Глобальні соціальні мережі та кібербезпека особистості / О. Зернецька // Віче. – 2016. – № 1-2. – С. 22-25. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [[http://nbuv.gov.ua/UJRN/viche\\_2016\\_1-2\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/viche_2016_1-2_14)]
6. Іванченко О. Ю. Кримінологічна характеристика кіберзлочинності, запобігання кіберзлочинності на національному рівні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://apnl.dnu.in.ua/3\\_2016/41.pdf](http://apnl.dnu.in.ua/3_2016/41.pdf)
7. Інформаційна культура. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://studopedia.com.ua/1\\_11013\\_Informatsiyna-kultura.html](https://studopedia.com.ua/1_11013_Informatsiyna-kultura.html)
8. Конвенція про кіберзлочинність від 23.11.2001 // Офіційний вісник України. 2007. – №65. – С.25-35.
9. Нікулеско Д. Кібербезпека: вразливі моменти. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://jur-gazeta.com/publications/practice/inshe/kiberbezpeka-vrazlivi-momenti.html>
10. Онкович Г. В. Сучасний стан і перспективи розвитку медіаосвіти в Україні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.researchgate.net/publication/330005610\\_Mediaosvita\\_v\\_Ukraini\\_sucasnij\\_stan\\_I\\_perspektivi\\_rozvitku](https://www.researchgate.net/publication/330005610_Mediaosvita_v_Ukraini_sucasnij_stan_I_perspektivi_rozvitku)
11. Осюхіна М. О. Шляхи розвитку формальної медіаосвіти в Україні / Марина Осюхіна // Масова комунікація : історія, сьогодення, перспективи. Науково-практичний журнал. – Луцьк : Східноєвропейський національний університет ім. Лесі України, 2016. – № 9-10(7) – С. 41–45.
12. Прудникова О. В. Інформаційна культура інформаційного суспільства: філософський вимір / О. В. Прудникова // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». – 2016. – №16 (31). – С.44-53.
13. Пфо О. М. Основні поняття і класифікація кіберзлочинності / О. М. Пфо // Актуальні задачі та досягнення у галузі кібербезпеки : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Кропивницький, 23-25 листоп. 2016 р. – Кропивницький : КНТУ, 2016. – С. 33-34.
14. Рущенко І. П. Соціологія злочинності: Монографія. – Харків: Вид-во Націон. ун-ту внутр. справ, 2001. – 370 с.
15. Серьогін В. О. Прайвесі як право «бути залишеним у спокої». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://radnuk.info/statti/249-tioriua-gov/14799----l---r.html>
16. Серьогін В. О. Соціальні мережі як загроза прайвесі / В. О. Серьогін // Форум права. – 2011. – № 2. – С. 822-827. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [[http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP\\_index.htm\\_2011\\_2\\_133](http://nbuv.gov.ua/UJRN/FP_index.htm_2011_2_133)].
17. Соснін О., Повидиш В. Інформаційно-комунікаційна безпека в суспільстві: витоки проблем. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://lexinform.com.ua/dumka-eksperta/informatsijno-komunikatsijna-bezpeka-v-suspilstvi-vytoky-problem/>
18. Чернишов Г. М. Кіберзлочинність як виклик глобалізації та загроза світовій безпеці: теоретичні основи дослідження. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.pjv.nuoua.od.ua/v3\\_2018/34.pdf](http://www.pjv.nuoua.od.ua/v3_2018/34.pdf)

*The article justifies necessity of media literacy of late teenaged students as a condition for their probable cybersafety.*

**Keywords:** *media literacy, media information literacy, netiquet, cyberspace, cyber fraud, cybersafety, late teenaged students.*



### **Ольга Сирцова**

доцент кафедри філософії та суспільно-гуманітарних дисциплін, кандидат історичних наук, доцент комунальний заклад «Запорізький обласний інститут післядипломної педагогічної освіти» Запорізької міської ради

### **Марина Дашко**

вчитель історії та правознавства  
Запорізька гімназія № 25 гуманітарного профілю  
Запорізької міської ради Запорізької області

## **УМІННЯ ЗАПОБІГАТИ ІНТЕРНЕТ-ЗАГРОЗАМ ЯК СКЛАДОВА КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ УЧНІВ**

*Стаття присвячена проблемі формування уміння учнів запобігати інтернет-загрозам. Проаналізовано статистичні дані щодо кількості учнів, які є користувачами Інтернету. Визначено протиріччя між неконтрольованістю змісту інтернет-контенту, який містить шкідливі для психологічного та фізичного здоров'я дітей матеріали, та необхідністю забезпечення їх інформаційної безпеки. Звернено увагу на формування уміння запобігати таким інтернет-загрозам як можливість зіткнення школяра з неетичною, деструктивною, суперечливою та хибною інформацією.*

*Описано психолого-педагогічні умови та ефективні методи навчання, які дозволяють сформулювати уміння учнів запобігати інтернет-загрозам. Доведено, що основним способом запобігання таких інтернет-загроз є розвиток критичного мислення учнів засобами медіаосвіти, що продемонструємо прикладами з досвіду роботи над зазначеною педагогічною проблемою вчителя історії та правознавства Запорізької гімназії № 25 гуманітарного профілю Запорізької міської ради Запорізької області.*

**Актуальність та ступінь розробки теми.** Однією із складових формування інформаційного суспільства є процес інтернетизації, який охопив майже всі сфери життя сучасної людини. Безмірні інформаційні потоки створюють умови для перегляду «меж» реального та віртуального. В інтернет-просторі з'явилась безліч комбінацій нових норм, цінностей, моделей поведінки, що має вплив на самоідентифікацію користувачів «світового павутиння». При цьому є наявним протиріччя між якістю контенту (що містить в собі і небажані інформаційні блоки, які можуть нашкодити психічному чи фізичному здоров'ю дітей) та неконтрольованістю Інтернету як джерела інформацій.

Ми приєднуємося до науковця Н. Кухарської, яка під небажаним контентом розуміє нелегальні та шкідливі матеріали, що не відповідають віковим особливостям дітей і негативно впливають на стан їх фізичного та психічного здоров'я. Контентні загрози в Інтернеті – це матеріали (тексти, зображення, аудіо, відеофайли, посилання на сторонні ресурси), які містять насильство, агресію, еротику і порнографію, нецензурну лексику, інформацію, що розпалює расову ненависть, пропаганду анорексії і булімії, суїциду, азартних ігор, наркотичних речовин та інше [4, с. 172].

Підлітки виявляються неготовими до таких загроз, хоча щоденно стикаються з ними. Одним із способів формування в учнів уміння запобігати інтернет-загрозам є розвиток їх критичного мислення. Критичне мислення у сфері медіа – це не лише операціональні дії, а й когнітивна аналітично-синтетична здатність особистості до поетапного аналізу, відстеження, логічно аргументованого судження щодо змісту й форми медіатекстів, а також самостійність,

свідоме унезалежнення мислення від стереотипів, результатом чого є формування власної позиції щодо будь-яких медіатекстів [5, с. 98].

В Україні на державному рівні відзначається усвідомлення зазначеної проблеми. Її вирішення знаходиться в площині формування в учнів інформаційно-цифрової компетентності, про що зазначено в Концепції Нової української школи. В цьому документі визначено, що інформаційно-цифрова компетентність передбачає критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для створення, пошуку, обробки інформації та її обміном, інформаційну та медіаграмотність, навички безпеки в Інтернеті та кібербезпеки, розуміння авторського права, інтелектуальної власності тощо [3].

Різні аспекти проблеми формування умінь запобігати інтернет-загрозам досліджувалися як закордонними, так і вітчизняними науковцями. Сутності інформаційного суспільства загалом та інтернет-загроз і їх класифікації, зокрема, присвячені роботи Barry M. Leiner, Vinton G. Cerf, David D. Clark, В. Голубева тощо. В роботах А. Беляєвої, М. Берсона (M. Berson), Т. Козак, Н. Саттарової представлені правила безпеки школярів в Інтернеті.

Питання розробки методики навчання інформаційної безпеки в школі та підготовки непрофільних спеціалістів розробляли М. Абіссова, Л. Астахова, В. Гріцик, І. Кірко, П. Ломаско, В. Поляков, І. Сокол та інші. Педагогічну стратегію медіаосвіти досліджували Б. Вілсон, Дж. Браун, Є. Доннерштайн, Є. Вортелла, М. Берон та ін., а психологічний аспект впливу медіа на особистість – О. Бурім, Л. Найдюнова, Ю. Усов та інші. Проблемам деструктивного впливу ЗМІ на розвиток особистості присвятили свої роботи М. Постер, С. Прус, Т. Уйат, Р. Харрис, В. Моляко, О. Петрунько, Л. Чорна та ін.

Переважна більшість досліджень щодо критичного мислення присвячена виявленню основних його рис (Р. Пауль, В. Руджеро, М. Скривен, С. Терно, Н. Туласинова, О. Тягло, Д. Халперн, П. Фачоне). Також в останні роки набуває популярності й вивчення питання застосування технології розвитку критичного мислення (Д. Курланд, К. Мередіт, С. Терно, І. Ільчук, Н. Харченко, О. Пометун).

При цьому питання методики формування умінь учнів запобігати інтернет-загрозам як складової їх критичного мислення залишилося поза увагою дослідників.

**Мета статті** полягає у визначенні психолого-педагогічних умов та характеристики ефективних методів формування умінь учнів запобігати інтернет-загрозам як складової їх критичного мислення на уроках суспільствознавчих дисциплін в умовах інтеграції шкільних курсів історії, правознавства, «Громадянська освіта» з медіаосвітою.

**Виклад основного матеріалу.** Офіційні дані вибіркового дослідження доступу домогосподарств України до Інтернету свідчать про позитивну динаміку змін кількості населення України, яке користується всесвітньою мережею [1; 2].

Про це під час інтерв'ю у 2016 році зазначили 68,4% опитаних респондентів, у 2017 р. – 71,2%, а у 2018 – 75,1%. При цьому кожна друга дитина віком до 15 років та дев'ять з десяти підлітків віком від 15 до 17 років користуються Інтернетом не рідше одного разу на добу (таблиця 1). Наша молодь має фактично необмежений доступ до всесвітньої мережі: в середньому користуються Інтернетом вдома 91% молоді, в школі – майже 30% та 45% – через мобільний Інтернет.

Таблиця 1

**Рівень користування Інтернетом української молоді  
за 2017 та 2018 роки (розрізі хлопчики – дівчата)**

	Роки	хлопці		дівчата	
		до 15 років	15-17 років	до 15 років	15-17 років
Відсоток користувачів Інтернету	2017	50,2	87,6	50,2	94,8
	2018	54,7	89,7	51,7	88,6

Користуються Інтернетом не менше 1 разу на день	2017	78,3	88,7	73,7	94,8
	2018	78,7	92,6	75,5	93,4
Користуються Інтернетом вдома	2017	92,3	83	95,2	81,5
	2018	93,4	87,2	93,1	9,9
Користуються Інтернетом в закладах освіти	2017	18,2	39,4	18,3	44,4
	2018	16,4	34,4	15,8	44,7
Користуються мобільним Інтернетом	2017	27,1	46	22,4	51
	2018	33,5	53,5	30,5	61,6

Різниця у відсотках користувачів Інтернету серед міської та сільської молоді, як показано в таблиці 2, є несуттєвою. При цьому під час освітнього процесу кожен шостий учень віком до 15 років та майже кожен другий віком від 15 до 17 років (тобто старшокласники) користуються Інтернетом для вирішення навчальних завдань.

Таблиця 2

**Рівень користування Інтернетом української молоді  
(в розрізі типу місцевості)**

2018 рік	Місцевість	хлопці		дівчата	
		до 15 років	15-17 років	до 15 років	15-17 років
Відсоток користувачів Інтернету	міська місцевість	56,1	92,6	53,4	90,5
	сільська місцевість	51,7	85,1	47,5	85,3
Користуються Інтернетом не менше 1 разу на день	міська місцевість	80	95,9	73,3	95
	сільська місцевість	75,8	86,8	81,5	90,6
Користуються Інтернетом вдома	міська місцевість	97,4	93,1	95,4	93,5
	сільська місцевість	84,6	76,8	86,7	83,2
Користуються Інтернетом в закладах освіти	міська місцевість	16,2	33,2	13,7	42,1
	сільська місцевість	16,9	36,5	21,4	49,7
Користуються мобільним Інтернетом	міська місцевість	31,1	45,6	30,2	62,8
	сільська місцевість	39,1	67,2	31,3	59,2

Таким чином, основним завданням спільної взаємодії батьків і вчителів в процесі навчання і виховання підлітків є забезпечення їх інформаційної безпеки.

Характерними ознаками подачі інформації на інтернет-сторінках є наступне: 1) її кількість переважає кількість інформації, яка подається в друкованих виданнях, телебаченні, радіоопередачах; 2) так як поряд з текстовою інформацією містяться відео-, аудіо-, фотоматеріали, відзначається додаткове емоційне навантаження на користувача; 3) більший рівень її доступності (минає кордони та цензуру) тощо. При цьому дітям та підліткам досить легко ухилитися від виконання певних правил, що встановлені адміністраторами інтернет-ресурсів (наприклад: реєстрація на окремих поштових сервісах дозволена з певного віку, як і перегляд певного контенту). З чим виникає потреба у цілеспрямованих діях щодо формування у школярів знань щодо сутності інтернет-загроз та уміння запобігати ним: визначати загрози та приймати правильні рішення; бачити шляхи їх уникнення; встановлювати додаткові програмні засоби, які здатні відслідковувати несанкціоноване втручання в роботу комп'ютера; визначати корисність додаткових модулів, які нав'язуються при завантаженні інтернет-сторінок тощо.

В нашій статті ми звернемо увагу на формування уміння запобігання таким інтернет-загрозам як можливість зіткнення школяра з неетичною, деструктивною, суперечливою та хибною інформацією. Основним способом запобігання таких інтернет-загроз ми вбачаємо у розвитку критичного мислення учнів засобами медіаосвіти, що продемонструємо прикладами з досвіду роботи над зазначеною педагогічною проблемою вчителя історії та правознавства Запорізької гімназії № 25 гуманітарного профілю Запорізької міської ради.

За думкою О. Пометун, критичне мислення можна визначити як окремий тип мислення, який характеризується активністю, цілеспрямованістю, самостійністю, дисциплінованістю і рефлексивністю та передбачає розвиток у процесі навчання здатності людини: визначати проблеми чи формувати власну позицію щодо неї й обґрунтовувати свої погляди, робити свідомий вибір і діяти, аналізувати, синтезувати, оцінювати інформацію з будь-яких джерел, висувати альтернативи й оцінювати їх, обирати спосіб розв'язання проблеми [6, с. 94].

У сфері медіа критичне мислення розглядається не лише як операціональні дії, а й як когнітивна аналітично-синтетична здатність особистості до поетапного аналізу, відстеження, логічного аргументованого судження щодо змісту й форми медіатекстів, а також самостійність, свідоме унезалежнення мислення від стереотипів, результатом чого є формування власної позиції щодо будь-яких медіатекстів [5, с. 98].

Дослідник С. Терно зазначає, що в процесі пізнання мислення має кілька рівнів: 1) загальне мислення; 2) предметне мислення (історичне, математичне тощо); 3) критичне мислення. Кожний наступний рівень включає в себе попередній: загальне мислення – це загальний процес обробки інформації; предметне мислення – це процес обробки інформації з певного предмета за допомогою методів наукового дослідження, збагачений предметними та методологічними знаннями; критичне мислення – це процес контролю за перебігом загального та предметного мислення, їх вдосконалення [7, с. 30].

В той же час дослідник О. Федоров [8, с. 55] визначає побутове та критичне мислення, а також порівнює їх між собою [Таблиця 3]

Таблиця 3

### Порівняння ознак побутового та критичного мислення

Характерні ознаки побутового мислення	Характерні ознаки критичного мислення
Довіра до інформації.	Допущення різних травок інформації.
Об'єднання понять по асоціації.	Розуміння принципів, механізмів.
Припущення без достатніх підстав.	Побудова гіпотези.

Випадкове групування фактів, явищ.	Обґрунтована класифікація фактів, явищ.
Висловлювання неаргументованої думки, і / або судження на основі інтуїтивної здогадки.	Висловлювання аргументованої думки.
Стихійна перевага.	Зважене, оцінювальне судження.
Формулювання суджень без опори на критерії.	Формулювання суджень на основі критеріїв.
Спонтанне формулювання висновків.	Логічне формулювання висновків як наслідок попереднього критичного аналізу фактів і / або явищ.

Враховуючи вище сказане, важливо щоб учні в процесі навчання перейшли від рівня побутового до рівня критичного мислення (за О. Федоровим) або від загального та предметного до критичного мислення (за С. Терно). Тому головне завдання сучасного вчителя – навчити учнів самостійно здобувати знання та сприяти формуванню їх мислення. Акцент потрібно робити не на знаннєвому компоненті, а на обізнаності та відповідальності за власне пізнання та мислення.

Для вирішення цього завдання на уроках необхідно створити певні психолого-педагогічні умови: безпечне освітнє середовище, ясність пояснення матеріалу та завдань, структурованість навчального матеріалу, комфортність психологічного клімату, підтримка з боку вчителя розвитку навчальних навичок учнів, заохочення та підтримка свободи вибору та свободи думки учнів, наявність ефективного зворотнього зв'язку тощо. Особлива уваги має приділятися вчителем формуванню в учнів навичок цілепокладання та рефлексії, які є запорукою розвитку критичного мислення. Урок, на якому відбувається формування умінь запобігання інтернет-загрозам, має бути змодельованим на засадах глибинного навчання, синергетичного та діяльнісного підходів, з використанням активних та інтерактивних методів навчання. Це в свою чергу сприятиме формуванню в учнів таких умінь XXI століття, як критичне мислення, креативність та уяву, вміння спілкуватися та співпрацювати, цифрову грамотність тощо.

Щоб учні навчалися, потрібно сформувати у них умінь цілепокладання, що має мотивувати їх до цього. Тому бажано застосовувати проблемний підхід викладу освітнього матеріалу, інтеграцію матеріалу курсу із іншими курсами, показати учням, яким чином вони зможуть використати в своєму житті набуті знання, вміння та навички. Отримані інформацію та вміння, діти мають пов'язувати зі своїм досвідом та досвідом інших.

Працюючи з інформаційними потоками (здебільшого з текстами), під час викладання вчитель має сформувати в учнів навичку усвідомленого читання. Саме на цьому тримається подальша робота з формування критичного мислення учнів. При цьому необхідною умовою вирішення зазначеної педагогічної проблеми є поєднання в освітньому процесі педагогічної дидактики з медіадидактикою та медіаосвітою.

Сьогодні в медіаосвіті активно використовуються такі способи навчальної діяльності: дескриптивний (переказ медіатексту, перелік персоналій та подій); особистісний (опис відносин, емоцій, спогадів, що викликає медіатекст); аналітичний (аналіз структури медіа тексту, мовних особливостей, точок зору); класифікаційний (визначення місця твору в історичному контексті); пояснювальний (формування суджень про медіавитвір у цілому чи про його частину); оціночний (висновок про його переваги на основі особистісних, моральних чи формальних критеріїв) [5, с. 299]. Зазначені способи навчання поєднуються з когнітивними методами навчання.



Застосовуючи науковий метод навчального пізнання, можна навчити учнів аналізувати статті. Вчитель добирає статті, формулює завдання, виконання яких дозволить учням навчитися бачити структуру тексту, взаємозв'язок між блоками інформації в середині статті, вирізняти наведені аргументи та аналізувати їх якість, а як наслідок – формулювати власну думку щодо наведеної інформації, проблеми, позиції. Наведемо приклад системи запитань, на які учні мають дати відповідь під час роботи зі статтею: Хто автор статті? Коли її опубліковано? Де це опубліковано? Які ключові слова статті? Про що дана стаття? Чи відповідає заголовок змісту статті? На які проблеми звертає увагу автор? Для кого написана стаття? З якою метою? Чи посилається автор на джерела інформації? Чи подають ці джерела інформації різні позиції? Чи можна довіряти даній інформації? Наступним етапом учні мають визначити ступінь переконливості матеріалів статті та збалансованості в ній представлених різних точок зору. Висловити власне аргументоване судження щодо публікації. Слід зауважити, що запитання мають формулюватися як система (тобто виходити один з одного, бути взаємопов'язаними) та від простого до складного (наприклад, відповідно до рівнів Б. Блума). Також наведений метод роботи із текстом дозволяє сформувати в учнів навичку усвідомленого читання.

Ще одним методом навчання, який сприяє формуванню критичного мислення учнів, є підготовка інтерв'ю з історичною особистістю. Цей метод вимагає від учнів дослідження біографічних даних, здійснення перевірки на достовірність інформації за допомогою різних джерел. Робота організовується в парі. Один учень виступає в ролі респондента, а інший – інтерв'юера. Для того щоб інтерв'ю було цікавим, потрібно мати гарні знання з історії даного періоду, правильно сформулювати питання та відповіді, разом готуватися до презентації власної роботи.

Майже всі школярі є користувачами соціальних мереж. Багато людей на своїх сторінках посилаються на авторитетів чи історичних діячів, використовуючи цитати, які їм не належать. Як правило, ніхто не перевіряє авторство. Тому важливо спрямовувати учнів на те, що все написане варто піддавати сумнівам та перевіряти. Сьогодні перевірка цитат може бути складною навіть для фахових істориків. Тому, використовуючи на уроках різні форми роботи, маємо формувати поведінкову звичку в учнів – постійно перевіряти майже всю інформацію.

Оцінюючи діяльність історичних осіб, учитель має враховувати, що школярам досить важко уникнути спрощення картини подій, оскільки часто діячів лише поділяють на хороших чи поганих. Унаочнити проблеми вибору, відповідальності та поведінки в обставинах, що склалися, можливо за допомогою постановки дилем.

Працюючи над написанням історичних портретів відомих особистостей доречно застосовувати метод помилок. Учні визначають помилки, допущені діячами при проведенні внутрішньої чи зовнішньої політики та їх наслідки. Для цього вони мають знайти інформацію про дані діячів, проаналізувати історичні документи, мемуари свідків подій тощо.

Аналізуючи медійні продукти, які учні використовують під час підготовки освітніх проєктів, історичних портретів тощо, потрібно навчити їх відрізняти факти від суджень та розрізняти їх. Тому на етапах актуалізації знань, узагальнення та систематизації знань, рефлексії вчитель може запропонувати учням визначити із викладених в завданні тверджень, що є фактом, фейком, судженням. Виконуючи це завдання, учні мають наводити аргументи, які підтверджують їх думку.

За допомогою методу змістового бачення є можливим активізувати пізнавальну діяльність учнів. На етапі цілепокладання діти самостійно визначають питання, на які мають отримати відповіді в рамках теми, що вивчається.

У процесі отримання нових знань учні самостійно можуть визначити з тексту передумови, причини, наслідки, інше. Надважливо навчити учнів ставити запитання до будь-якого медійного продукту. Наприклад, перегляд документального чи науково-популярного відео має одразу викликати запитання: Де розміщено дане відео? Хто автор? Чи можна перевірити інформацію про автора? З якою метою створено? Які використано історичні джерела, чи є

посилання на першоджерела? Хто виступає експертом? Чи можна перевірити інформацію про експерта? Чи можемо повністю довіряти інформації, яка міститься в даному відео?

Не менш важливо навчити учнів аналізувати фотографії. Діти мають розуміти різницю між постановочним та репортажним фото, вирізняти фотографії з пропагандистським змістом. Перевіряти, чи справжні фото чи оброблені за допомогою програми Photoshop. З цією метою вчитель може знайомити учнів з платформами, наприклад, FotoForensics, де вони мають можливість здійснити перевірку фотографій.

Сьогодні, як ніколи, актуальним є метод компаративістики. Важливо, щоб учні самостійно навчилися розробляти критерії для порівняння, визначати спільне та відмінне. Порівнювати можна, використовуючи діаграму Венна і таблиці. При виконанні окремих завдань можна запропонувати учням заповнити таблицю Дони Огл (Знаю / Хочу дізнатись / Дізнався). Це один із прийомів критичного мислення.

Розглядаючи відносини між державами, доречним буде застосування контекстного аналізу, який допоможе виявити та порівняти зовнішні позиції держав, справжні інтереси та дії. Міждержавні угоди зручно аналізувати за допомогою методу SWOT-аналізу. Учні визначатимуть сильні та слабкі сторони, можливості при реалізації та загрози, пов'язані з укладенням конкретного договору.

Розвиваючи критичне мислення школярів, важливо розвивати вміння будувати зв'язки між об'єктами та їх символами. Тобто застосовувати такий когнітивний метод, як символічне бачення. Прикладом може слугувати скетчноутінг, коли учні перетворюють інформацію у візуальні карти, виділяючи та структуруючи основну інформацію. Також діти можуть створювати шпартгалки, зашифровані в символах і малюнках.

Засобами медіаосвіти виступають різноманітні онлайн-сервіси. Їх застосування дозволяє візуалізувати результати мисленнєвої діяльності учнів щодо визначення ключових слів, головних позицій, рис тощо. Наприклад, створення «хмаринки» слів (за допомогою таких сервісів як Tagul), є можливим навчити учнів бачити ключові слова та ранжувати їх за значимістю, тобто аналізувати. І навпаки, розшифровуючи таку «хмаринку» слів, учні навчаються синтезувати інформацію.

Виходячи з тенденції гейміфікації освіти, вчитель може створити систему завдань для учнів за допомогою платформ Quizizz, Kahoot, PlayBuzz. Цікавим для учнів є проходження інтернет-квестів, яке спонукає їх до пошуку інформації, її аналізу та синтезу.

Через Інтернет/соціальні мережі учні часто отримують інформацію зі шкідливим змістом. Тому потрібно навчити школярів застосовувати спеціальні методи та прийоми, спрямовані як на її уникнення, дистанціювання від неї, так і запобігання її маніпулятивному впливу. Тобто потрібно формувати здатність учнів регулювати свою поведінку в процесі використання таких медіапродуктів, як реклама, меми зі шкідливим змістом та інше.

Ми звернули увагу на дослідження Н. Череповської, в якому вона виділяє три групи методів психологічного захисту: 1) «відсторонення», що реалізується за допомогою методики «Анти-реклама», вправ «Біла фарба», «Стоп, образ!»; 2) «критичний аналіз», який здійснюється за допомогою вправ ретельного аналізу форми та змісту рекламного медіатексту; 3) «креативне переосмислення» непотрібної візуальної інформації, коли відбувається реструктурування маніпулятивної візуальної медіаінформації [9, с. 22-23]. Хоча такі вправи найкраще проводити на виховних годинах/ годинах спілкування.

Слід зауважити і на проблеми, з якими стикається вчитель в процесі формування уміння учнів запобігати інтернет-загрозам в розрізі розвитку їх критичного мислення, із застосуванням методів медіаосвіти.

1. Брак часу для застосування вправ з медіаграмотності на уроках через значний обсяг навчального матеріалу.

2. Відсутність технічних засобів навчання (мультимедійна дошка, проектор, принтер, екран тощо).

3. Відсутність необхідних ресурсів – підготовка до уроків вимагає значних часових і матеріальних затрат, наприклад, підготовка роздаткових матеріалів (особливо, якщо вони кольорові). Не кожен учитель може бути меценатом.

Крім того, залишається значна проблема формування в учнів внутрішньої позитивної мотивації для навчання та самоосвіти. Це пов'язано із природною схильністю людини до лінощів. Навіщо витрачати час та докладати зусилля на роботу з великими обсягами інформації (збирати її, узагальнювати, систематизувати, аналізувати, синтезувати та формулювати власну аргументовану думку), коли є можливість звернутися до «товариша Google», який дасть готову відповідь. При цьому більшість не зважає на той факт, що така відповідь може містити помилки, фейки, маніпуляції, не розуміючи, які загрози це в собі несе. Ця проблема стосується і дорослих, які є батьками наших учнів. Не всі вони займаються самоосвітою, підвищують культурний рівень, розвивають критичне мислення. Серед батьків є багато медіазалежних, які не переймаються питаннями перевірки інформації чи якості медійного контенту. Демонструючи таку модель поведінки, вони створюють умови для її копіювання власними дітьми.

Виходячи з вище наведеного, ми приходимо до висновку, що в умовах стрімкого зростання інформаційних потоків і безмежного та неконтрольованого доступу до них дітей та підлітків через всесвітню мережу Інтернет, постає проблема формування у них уміння запобігати інтернет-загрозам. В умовах, коли вся медіа продукція є репрезентацією реальності, а не її точним відображення, важливо навчити учнів розуміти зміст її меседжів і критично ставитись до неї. Тому таке уміння сьогодні є складовою критичного мислення.

Запорукою розвитку критичного мислення учнів та формування у них навичок аналізу та синтезу інформації як засобу запобігання інтерн-загрозам є інтеграція педагогічної дидактики з медіаосвітою. Освітній процес має ґрунтуватись на діяльнісному підході на засадах глибинного навчання. А медіаосвіта має стати обов'язковим елементом навчання дітей та окремим предметом, що вивчається в школі.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Доступ домогосподарств України до Інтернету у 2017 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України). Статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2018. URL: [https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat\\_u/2018/zb/06/zb\\_ddudi\\_2017.pdf](https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2018/zb/06/zb_ddudi_2017.pdf)
2. Доступ домогосподарств України до Інтернету у 2018 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України). Статистичний збірник. Київ : Державна служба статистики України, 2019. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/2019/zb/07/zb\\_Internet\\_2018.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2019/zb/07/zb_Internet_2018.pdf)
3. Концепція Нової української школи. Документ пройшов громадське обговорення і ухвалений рішенням колегії Містерства освіти і науки України 27.10.2016 р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/reforms/ukrainska-shkola-compressed.pdf>
4. Кухарська Н. П., Кухарський В. М. Загрози безпеці дітей у соціальних мережах // Безпека інформації. 2014. Т. 20. № 2. С. 169–175.
5. 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, 2009. 440 с.
6. Пометун Олена Іванівна Критичне мислення як педагогічний феномен // Український педагогічний журнал. 2018. № 2 С. 89-98.
7. Терно С. Світ критичного мислення: образ та мімікрія // Історія в сучасній школі. 2012. № 7-8. С 27-39.
8. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. 616 с.
9. Череповська Н. Візуальна медіакультура: розвиток критичного мислення і творчого сприймання. Методичні рекомендації до медіаосвітнього курсу «Медіакультура» для старшокласників загальноосвітніх навчальних закладів. К. : «Міленіум», 2014. 116 с.

*The article is devoted to the problem of forming students' ability to prevent online threats. The statistics on the number of students who are Internet users are analyzed. There is a contradiction between the uncontrolled content of Internet content that contains material that is harmful to the psychological and physical health of children and the need to ensure their information security. Attention is drawn to the formation of the ability to prevent such informer-threats as the possibility of collision of the student with unethical, destructive, contradictory and false information.*

*Psychological and pedagogical conditions and effective teaching methods are described to help formulate students' ability to prevent online threats. It is proved that the main way of preventing such Internet threats is to develop the critical thinking of students by means of media education. It is demonstrated by examples from the experience of working on the mentioned pedagogical problem of the teacher of history and law of Zaporizhzhya gymnasium № 25 of the humanitarian profile of the Zaporizhzhia city council.*

**Максим Кокадей**

учитель української мови та літератури

Краснопільська ЗОШ I – III ступенів

Краснопільської селищної ради Сумської області

## **УСВІДОМЛЕННЯ ГЕНДЕРНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ МИТЦЯ КРИЗЬ ПРИЗМУ МОВЛЕННЯ ДІЙОВИХ ОСІБ: НА ОСНОВІ ДРАМИ-ФЕЄРІЇ ЛЕСІ УКРАЇНКИ «ЛІСОВА ПІСНЯ»**

*У статті автор намагається здійснити аналіз гендерних особливостей критичного мислення митця кризь призму мовлення дійових осіб драматичного твору, його усвідомлення й значущість для української культури, суспільних цінностей, родинних відносин, ментальності.*

**Ключові слова:** *гендерна ідентичність, свідомість, соціальна роль, медіакультура, критичне мислення, родина, національний код.*

**Постановка проблеми.** У сучасному освітньому просторі дедалі посилюється інтерес щодо впровадження в систему навчально-виховного процесу інноваційних педагогічних технологій. Так, особливої уваги заслуговує процес розвитку критичного мислення суспільства, яке вбачає за необхідність мати випускника навчального закладу, який здатний до самоосвіти й саморозвитку, уміє використовувати набуті знання для творчого розв'язання проблем, опрацьовує різноманітну інформацію, прагне критично мислити й покращувати у такий спосіб як власне життя, так і формувати благо для оточуючих. Важливими при цьому є гендерні стереотипи критичного мислення, що формують національний код українського народу. Яскравим прикладом означених стереотипів критичного мислення є усвідомлення гендерних особливостей митця кризь призму мовлення дійових осіб його творів. Уважаємо, що кризь призму діалогічних реплік персонажів художніх творів можна спостерігати за критичним переосмисленням митця суспільних проблем певного народу, основними принципами якого є шанобливе ставлення до природи, культури, родини, побуту та ін.

**Аналіз актуальних досліджень.** Запропонована тема в українському мовознавстві належним чином ще не досліджена, хоча привертала увагу багатьох науковців, які студіювали творчий доробок Лесі Українки – відомої письменниці кінця XIX – початку XX століття. Учені неодноразово наголошували на філософському ставленні поетеси до глибинних проблем гендерних стереотипів мислення.

Інтерес до вивчення гендерних аспектів мови й мовлення зумовлений дуалістичним підходом щодо його вивчення й обґрунтування. З одного боку зростає значне посиленням феміністського руху, а з іншого – загальна тенденція лінгвістичних наук щодо вивчення соціально-культурних умов, за яких відбувається комунікація, зокрема людського чинника в мові.

Гендерна проблематика в мовознавстві розглядається в кількох аспектах: як чоловік та жінка зображені в мові та чи є відмінності у їхньому мовленні. У першому випадку ми маємо справу переважно з мовою як системою мислення, тоді як у другому – з мовленням, мовленнєвою діяльністю, яка є реалізацією мови, а, отже, й думки на практиці. З цього приводу науковець О. Фоменко зазначає: «Питання співвідношення мови та гендеру привернули увагу дослідників у 70-х роках XX століття. Саме тоді виник новий напрям – гендерна лінгвістика, представниці якого вперше заявили про те, що внаслідок патріархального устрою суспільства мова відтворює світ та уявлення про нього з чоловічої позиції, представляючи чоловіка та все з ним пов'язане як норму, а жінку та «жіноче» – як відхилення від неї» [10, с. 123].

**Мета статті** – виявити гендерні особливості критичного мислення митця у мовленні дійових осіб. **Завдання статті:** 1) з'ясувати особливості моделювання гендерних особливос-



тей мислення при спілкування дійових осіб у драмі-феєрії Лесі Українки «Лісова пісня»; 2) розкрити змістову багатогранність гендерного мислення і мови.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасна теорія гендерної лінгвістики має систему наукових поглядів на відносини й статус жінки та чоловіка, їхнє життя і життєвий досвід, набуття й реалізацію соціальних ролей, їх характеристик та особливостей, що виражаються в мові. Значну увагу цієї теорії зосереджено на аналізі становища жінки й чоловіка та їхніх можливостей і шансів у самовідтворенні, самоутвердженні й саморозвитку. Слушно наголосити на тому, що найважливішим аспектом вираження гендерного становища є спілкування, а отже, й сам наторатор, який впливає на реципієнта через критичне мислення.

Окремої уваги заслуговує твердження Т. Леня, яка зауважує, що «найбільш вираженим аспектом теорії гендерної соціалізації та критичного мислення є мова, яка вивчає ідентичні ролі чоловіків і жінок як суб'єктів соціального світотворення» [6, с. 63]. Очевидно, рольову ідентичність, яку можна розглядати як окрему форму мислення й соціальної ідентичності – це ідентичність, зумовлена соціальними ролями, тобто культурно прийнятими соціальними очікуваннями до відповідних видів поведінки, характерних для певних соціальних позицій. У драмі-феєрії Лесі Українки «Лісова пісня» спробуємо виокремити чотири її різновиди: 1) статеву ідентичність, ґрунтовану на гендерній ідентифікації людини як чоловіка або жінки;

2) етнічну ідентичність. Тобто ідентифікацію людини як члена расової, релігійної, національної спільнот або мовної групи; 3) родинну ідентичність, організовану на зв'язку людини з організаціями життя; 4) політичну, яка походить від ставлення людини до влади, прийняття рішень. Доцільно розглянути кожен різновид соціальної ідентичності, яка виражається в мові.

Статєва ідентичність нерозривно пов'язана з поділом людей на групи чоловіків і жінок та усвідомлення належності до певної статі. Т. Леня характеризує статєву ідентичність як «маскулінність та фемінність – системи властивості особистості, що традиційно вважаються суто чоловічими чи жіночими» [6, с. 63]. На нашу думку, у драмі-феєрії Лесі Українки «Лісова пісня» мовлення Потерчат засвідчує фемінну ідентичність, яка в першу чергу пов'язана з материнською колисковою, наповненням епітетів, демінутивів: «нас матуся положила, і м'якенько постелила зелененького барвінку, баговиння і латаття // Тихесенько заспівала: «люлі-люлі-люлята, засніть мої малята» [5, с. 344]. На відміну від Потерчат, Злидні мають суто маскулінну ідентичність, яка виражається через просторічну лексику: «Дай нам їсти, а то й тебе з'їмо!» [5, с. 410]. Слушно зауважити на тому, що типові риси маскулінності чи фемінності – це, насамперед, суспільно усталені норми, стереотипного мислення, а не природні відмінності між статями. Вони виникають у процесі виховання, коли людині нав'язують психологічні відмінності, формуючи їх під тиском усталених стереотипів. У репліках Русалки та Той, що греблі рве простежуємо усвідомлення патріархальної зверхності чоловіка над жінкою, що характеризується вживанням просторічної та емоційно забарвленої лексики:

Той, що греблі рве: «Нехай русалка все покине! // Нехай вона до мене зрине...» [5, с. 346].

Русалка: «Я марила всю ніченьку про тебе, мій паниченьку! // Ронила слізки дрібнії, // Збирала в кінви срібнії // Без любої розмовоньки, // Сповнила вщерть коновоньки» [5, с. 346]. У такий спосіб Леся Українка, очевидно, стверджувала, що національна культура соціальних відносин чоловіка та жінки в українському суспільстві мала патріархальний устрій, а, отже, усвідомлювалася як філософська норма поведінки людини в соціумі.

Етнічна ідентичність забезпечує передачу досвіду опосередковано через критичне мислення. Воно полягає в соціалізації розширення кола осіб, з яких обирається взірець-об'єкт ідентифікації. Серед таких можуть бути не тільки реальні люди, а й літературні персонажі. Із діалогу драматичного уривка драми-феєрії Лісовика і Русалки простежується осмислення суто українського зв'язку людини і природи, їх постійний страх як завдання один одному нещевного удару:

Русалка: «Там хлопець на дудки ріже очерет!» [5, с. 353].

Лісовик: «Овва! Коби всі біди! Яка скупа. // Ось тут мають хижу будувати –

Я й т о тне бороню, аби лиш // Сирого дерева не брала» [5, с. 353].

Русалка: «Ой леле! Хижу! // То се ті люди будуть? Ой ті люди // З-під стріх солом'яних! Я їх не знощу...» [5, с. 353].

Лісовик: «Стій! – не квапся. // То ж дядько Лев сидітиме в тій хижі. // Люблю старого. // Тож якби не він, давно б не стало ось оцього дуба...» [5, с. 353]. Очевидно, у діалогічних репліках окреслених персонажів митець прагнула підкреслити важливість критичного мислення читача щодо бережливого ставлення до природи як глобальної проблеми цілого світу.

Родинна ідентичність пов'язана з наявними особливостями статевої поведінки індивідів як умову соціально-історичних наслідків, а саме розподілу праці, залежно від статі:

Мати: «А чи не годні вже того грання? // Все грай та грай, а ти, робото, стій!» [5, с. 382].

Лукаш: «Яка робота?» [5, с. 382]

Мати: «Як – яка робота? // А хто ж обору мав загородити?» [5, с. 382]

Лукаш: «Та добре вже, загороджу, нехай-но» [5, с. 382].

Одним з основних механізмів родинної ідентичності є формування гендерної культури, яка базується на трьох факторах: 1) відносинах батьків і дітей; 2) відносинах чоловіка і жінки; 3) відносинах братів і сестер.

Праці лінгвістів О. Тараненка [9], В. Агеєвої [1], С. Павличко [7]; філософів О. Внйненгера, [2] З. Фройда [11]; соціологів М. Дроздової [4], І. Грабовської [3], О. Фоменко [10] та ін. дозволяють наголосити на родинній культурі гендерного спілкування як найбільш довершеної формі гендерної відмінності критичного мислення, що регулює родинні й між статеві взаємини. У мовленні Лукаша і його матері простежується гендерна неврівноваженість. У позиції мати – син, суспільно значущу функцію родинного ядра виконує мати, яка на підсвідомому рівні сприймається головою роду. Це засвідчено в наведеному діалозі Лукаша і матері:

Мати: «Коли воно оте «нахай-но» скінчиться? // Тобі б усе ганяти по шурках з приблудою, з накидачем отим!» [5, с. 253].

Лукаш: «Та хто ганяє? Бидло я пасу!» [5, с. 253].

Мати: «Оце мені привів відьомське кодло!» [5, с. 253].

Лукаш: «Я відведу, ви тільки не гнівіться!» [5, с. 253].

Через певні механізми гендерної соціалізації формується гендерна якість мислення індивіда, яка розкриває певний напрям його видів діяльності. Гендерна культура родини містить численну кількість різноманітних норм. За допомогою яких культура відтворює, закріплює і формує гендерні відмінності, регулює родинні й між статеві взаємини. З цього приводу слухною є думка Т. Леня: «Оскільки культура тісно пов'язана з продовженням роду, яке регулюється спеціальними інститутами шлюбу та сім'ї, то елементами цієї культури є ціннісно-нормативна система спілкування» [6, с. 68]. Очевидно, дослідниця вказує на рівноправність гендерів маскулінного і фемінного кодів. Якщо культура покликана формувати свідомість чоловіка і жінки, то мова – зберігати її нормативні цінності.

Леся Українка не випадково вводить у драму сцену сімейного життя Лукаша і Килини. Вона позбавляє їх батьківської функції, надаючи Килині право вести гендерну ідеологію, яка виправдовує існування гендерних статусів і різну оцінку їх у суспільстві. З їхнього діалогічного мовлення простежуємо життя нещасливого подружжя, а саме відсутність спільних дітей:

Килина: «Втопила я свою головоньку навіки з цим п'яницею!» [5, с. 415].

Лукаш: «Мовчи не скигли! Не буде так, як ти колись казала!» [5, с. 415].

Лукаш: «Я йду від тебе вже на цілий вік!» [5, с. 416].

Політична ідентичність існує не просто як система поглядів на норми гендерно-рольової поведінки. Вона діє як соціальне виправдання поведінки людини в суспільстві. Якщо реальна поведінка не збігається з нормативною, то самосвідомість здійснює певний тиск на внутрішню поведінку людини із певними психофізіологічними статевими різницями. Підтвердженням цього є кінцевий діалог Мавки і Лукаша:

Лукаш: «Се ти? Ти упирицею прийшла? // Щоб з мене пити кров. Спивай! Спивай!» [5, с. 424].

Мавка: «Ні, милий мій, ти душу дав мені, // як гострий ніж дає вербовій гілці тихий голос» [5, с. 424].

Лукаш: «Я душу дав тобі? А тіло збавив! // Бо що ж тепера з тебе? Тінь! Мара!» [5, с. 424].

Мавка: «О, не журися за тіло! // Ясним вогнем засвітилось воно...» [5, с. 425].

Діалогічне мовлення мавки наповнене експресивною лексикою, групами метафор, епітетів, риторичних звертань, демінутиві, що вказують на гендерну зверхність жінки у лінгвістичному аспекті. Це свідчить про глибокий світ мислення мовця, який навмисне в контексті діалогічного мовлення заявляє про сакральне значення жіночого образу не лише в мовознавчій парадигмі, а й суспільно-культурологічній свідомості.

Гендерні особливості критичного мислення митця у драмі-феєрії Лесі Українки «Лісова пісня» є логічним продовженням соціолінгвістичної традиції, яка вирізняється глибокою значущістю суспільних ролей чоловіка і жінки. У повсякденному житті жінка-мати виступає супутницею чоловіка-батька, проте завжди виконує роль берегині роду, є одвічною хранителькою духовного світу українців. Тому, важливим завданням кожного вчителя-словесника є постійна концентрація уваги учнів щодо усвідомлення й переосмислення української національної культури, її життєва необхідність, збереження й передача з покоління в покоління. При цьому значної уваги заслуговує критичне мислення не тільки певного митця в галузі художньої літератури, а й самого учня, який через прочитання тексту формує в собі визначені державним освітнім стандартом життєві компетенції, їх практичну значущість.

На сьогодні проблема критичного мислення митця крізь призму гендерних стереотипів у мовотворчості Лесі Українки залишається мало дослідженою. Матеріалом для подальших студіювань можуть стати й інші драми письменниці «У пущі», «На полі крові», «Оргія», «Адвокат Мартіан» та інші.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Агеева В. Жіночий простір: Феміністичний дискурс українського модернізму: Монографія / В. Агеева. – К. Академвидав, 2003.
2. Вейненгер О. Пол и характер / О. Вейненгер. – Москва: Терра, 1992. – 480 с.
3. Грабовська І. Культура неподаної руки / Грабовська І. // Сучасність. – 2008. – №1-2. – С. – 88 – 100.
4. Дроздова М. Особливості уявлень студентів про жінок-політиків / М. Дроздова // Соціальна психологія. – 2007. – №3. – С. – 108 – 114.
5. Леся Українка Твори: у 3т. – Т. 2. / Леся Українка. – К.: Наукова думка, 1987. – 723с.
6. Лень Т. Система гендерної соціалізації в сучасних умовах / Лень Т. // Вища освіта України. – 2007. – №3. – С. – 63 – 69.
7. Павличко С. Чи потрібна українському літературознавству феміністична школа? / С. Павличко / Фемінізм в українському літературознавстві. – К. Академвидав, 2002. – 232с.
8. Пушкарева Н. Гендерные исследования: рождение, становление, методы, перспективы / Н. Пушкарева // Вопросы философии. – 1998. – №6. – С. 76 – 87.
9. Тараненко О. Формування нової системи соціальних цінностей і пріоритетів українського суспільства (на матеріалах української мови кінця ХХ – початку ХХІ ст.) / Тараненко О. // Мовознавство. – 2012. – №3. – С. – 3 – 31.
10. Фоменко О. Гендер і мова / О. Фоменко // Основи теорії тендеру. – К.: КІС, 2004. – 536.
11. Фройд З. Введение в психоанализ / З. Фройд. – М.: Наука, 1989. – 320 с.
12. Фролова Л. Засоби масової комунікації в системі аналізу художнього твору / Л. Фролова // Мовознавство. – 2016. – №4. – С. 23 – 29.

*In this article the author tries to analyze the gender characteristics of the artist's critical thinking through the prism of the characters' speech in the dramatic work, his awareness and significance for Ukrainian culture, social values, family relations and mentality.*

**Keywords:** *gender identity, consciousness, social role, media culture, critical thinking, family, national code.*

**Наталія Карук**

учитель української мови та літератури  
Комунальний заклад «Харківська спеціалізована  
школа І–ІІІ ступенів з поглибленим вивченням  
окремих предметів № 16 Харківської міської ради  
Харківської області імені В. Г. Сергєєва»

**Тетяна Локойда**

учитель української мови, літератури та зарубіжної  
літератури  
Комунальний заклад «Харківська загальноосвітня  
школа І–ІІІ ступенів №158» Харківської міської ради  
Харківської області

**Наталія Шелехова**

учитель української мови та літератури  
Харківський приватний навчально-виховний  
комплекс «Гімназія ОЧАГ» Харківської області

## **ІНТЕГРАЦІЯ ЕЛЕМЕНТІВ МЕДІАОСВІТИ В ПРЕДМЕТИ ФІЛОЛОГІЧНОГО ЦИКЛУ З МЕТОЮ РОЗВИТКУ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ ШКОЛЯРІВ**

*У статті наведено приклади інтеграції елементів медіаосвіти в уроки української мови та літератури, зарубіжної літератури, наведено вправи з формування в учнів медіакомпетентності під час вивчення програмного матеріалу з предметів філологічного циклу.*

**Ключові слова:** *медіаосвіта, медіаграмотність, інтеграція, критичне мислення.*

Бурхливий розвиток у сучасному світі інформаційно-комунікаційних технологій та масмедіа вимагає нагальної та цілеспрямованої підготовки особистості до вмілого й безпечного користування ними, тож не викликає сумнівів необхідність упровадження медіаграмотності в сучасний освітній процес [5.1]. Навчити молодь жити в бурхливому медіапросторі сьогодення – важлива складова модернізації освіти, яка повинна сприяти розбудові в Україні інформаційного суспільства, забезпеченню психологічного благополуччя при споживанні медіапродукції, розвитку критичного мислення.

«Медіаосвіта – частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою масмедіа, включаючи як традиційні, так і новітні медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій» [3.1]. Медіаграмотність сьогодні є необхідною складовою загальної культури особистості.

Інтеграція – «доцільне об'єднання та координація дій різних частин цілісної системи» [5.35.]. На результативності інтеграції в освіті наголошує І. М. Козловська: «Інтеграція представляє собою процес і результат створення нерозривно зв'язаного, єдиного» [3.17.]. Саме тому, на нашу думку, одним із пріоритетних напрямів розвитку в Україні дієвої системи медіаосвіти-епіширення практики інтеграції медіаосвітніх елементів у вивчення навчальних дисциплін.

Аналіз публікацій дозволяє зробити висновок, що в останні роки було докладено великих зусиль у дослідженні проблеми впровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес нашої країни. Теорія та практика медіаграмотності сьогодення є предметом дослідження



О. Волошенюк, В. Іванова, Г. Дегтярьової, В. Літостанського, Г. Онковичата інших науковців та вчителів-практиків.

Оскільки на уроках мови та літератури вчителі-філологи повинні виховувати сучасного читача, який усвідомлює, що почерпнуте в масмедіа не завжди буває правдивим, точним та вичерпним [4. 6], отже, піддає розумній критиці набуту інформацію, то **метою нашої статті** є дослідження інтеграції медіаосвіти в предмети філологічного циклу сучасного освітнього процесу.

Основними завданнями дослідження є:

- практичне застосування існуючої концепції впровадження медіаосвіти в Україні в сучасних умовах;
- наведення прикладів використання елементів медіаосвіти на уроках української мови та літератури, зарубіжної літератури,
- узагальнення висновків щодо реалізації можливостей використання медіавправ під час вивчення предметів філологічного циклу.

**Об'єктом дослідження** є медіаосвіта в сучасному навчальному середовищі, **предметом** – інтеграція елементів медіаосвіти в шкільні дисципліни філологічного циклу.

Предмети філологічного циклу за своїм змістовним наповненням є суттєвим підґрунтям для інтеграції медіаграмотності до окремих розділів навчальних програм з української мови та літератури, зарубіжної літератури.

Учителі-філологи можуть долучати елементи медіаосвіти до вивчення кожної нової теми, активізуючи учнів до пошуку джерел інформації, озброюючи їх інструментарієм з метою формування медіаосвітніх компетентностей, необхідних для життя в сучасному світі.

Медіавправи, представлені в даній статті, покликані навчити учнів працювати з медіатекстами, декодувати їх; критично мислити, створювати та презентувати власний медіапродукт, підтримувати атмосферу творчості, креативності, довіри та взаємної поваги на уроці. Учителі можуть використовувати наведені приклади медіавправ на будь-якому етапі уроку, поєднуючи індивідуальні, групові та фронтальні форми роботи.

**Медіавправа «Створення лепбуку»** передбачає роботу на уроці, інструктаж щодо її виконання проводиться на етапі узагальнення та систематизації вивченого матеріалу.

**Переваги використання лепбуків на уроках:**

- метод дозволяє опрацьовувати програмовий матеріал в ігровій формі;
- здобувачі освіти мають можливість самостійно організувати матеріал із теми, що вивчається;
- за потреби можна швидко повторити вивчений матеріал у зручний час;
- даний метод навчання дає можливість учням самостійно збирати та систематизувати інформацію;
- допомагає в організації матеріалу з вивченої теми;
- дає змогу оформити результати колективної проєктної роботи;
- спосіб умістити значний обсяг матеріалу в компактній формі.

**Тривалість інструктажу:** 7-10 хв.

**Мета вправи:** ознайомити учнів із визначенням «лепбук», сприяти розвитку уяви в учнів, творчої ініціативи, розвивати пізнавальну мотивацію, залучити до роботи всіх учнів класу, формувати критичне мислення, розвивати фантазію та творчі здібності.

**Опис вправи:**

Бесіда за запитаннями:

Що ви знаєте про лепбуки?(сучасний, багатофункціональний, дидактичний, художньо-естетичний, варіативний, дослідно-практичний метод групового та індивідуального навчання.)

Учитель:

У дослівному перекладі з англійської «лепбук» (lapbook) означає «наколінна книга» (lap – коліна, book – книга)



Лепбук або як його ще називають інтерактивна тематична тека – це саморобна паперова книжечка з кишеньками, дверцятами, віконцями, рухливими деталями, які дитина може діставати, перекладати, складати на свій розсуд. У ній збирається матеріал з якоїсь певної теми. При цьому лепбук – це не просто виріб. Це прикінцевий етап самостійної дослідницької роботи, яку дитина виконала під час вивчення певної теми. Щоб заповнити теку, вам потрібно буде виконати певні завдання, провести спостереження, презентувати матеріал. Створення лепбуку допоможе збагатити, закріпити систематизувати інформацію, а розглядання теки в подальшому дозволить швидко освіжити в пам'яті цікавий матеріал.

Учитель:

- Чи хотіли б ви спробувати свої сили у створенні лепбуку?

Ознайомлення з деякими зразками таких творчих робіт-лепбуків Інструктаж щодо виконання вправи «Створення лепбуку».

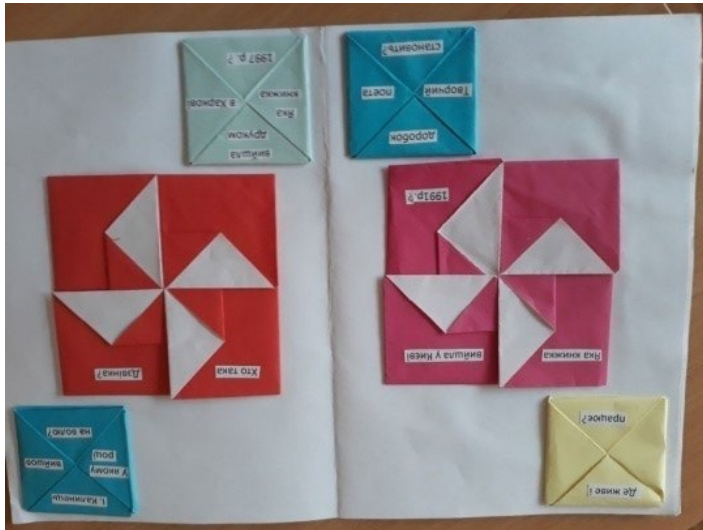
Отже, вам потрібно узагальнити матеріал, але не традиційно, а за допомогою ілюстрацій – створити мінілепбук на тему «Іменник». Зараз ви отримаєте ілюстративний матеріал, з якого маєте обрати тільки потрібні малюнки, за допомогою яких необхідно зробити опорний конспект на задану тему.



6 клас  
«Іменник»



8 клас  
Біографія І.К. Карпенка-Карого



6 клас

Біографія Ігоря Калиниця

**Медіавправа «Хмарина слів»** передбачає роботу на уроці вивчення нового матеріалу, узагальнення і систематизація знань, закріплення вивченого, для самостійного виконання, роботи в парах, групах.

**Переваги використання хмари слів на уроках філологічного циклу:**

- у «хмарі» можна закодувати тему уроку, яку учні мають самостійно сформулювати;
- «хмара» може містити опорні схеми та конспекти;
- у «хмарі» можна зашифрувати питання, на яке учні мають знайти відповідь, опрацювавши матеріал;
- використавши якомога більше слів із «хмарини», скласти речення, діалог, есе;
- за допомогою «хмари» зі словами з нових текстів здогадатися, про що йдеться у творі, про його зміст;
- перетворити традиційний (нудний) текст у цікавий ребус;
- підготувати цікавий зашифрований лист близькій людині;
- використовувати «хмарку» підказок до словникових диктантів, вправ, кросвордів тощо.

**Тривалість інструктажу:** 7 хв.

Мета вправи: ознайомити з одним із сучасних методів узагальнення та передачі інформації, розвивати навички декодування текстів, підвищити пізнавальну активність учнів у процесі навчання, поглибити знання з теми, розвивати в учнів навички самостійно здобувати знання, формувати критичне мислення.

**Опис вправи:**

Інструктаж щодо роботи з хмарою слів.

1. Бесіда за запитаннями:

Учитель:

– Хто може пояснити, що таке хмара слів? (Це візуальне відтворення списку слів, категорій, міток чи ярликів на єдиному спільному зображенні).

Учитель:

Дійсно, за допомогою хмар слів можна візуалізувати термінологію з певної теми в більш наочний спосіб. Це сприяє швидкому запам'ятовуванню інформації.

**Завдання 1. (8 клас. «Давньогрецький театр»)**

Погляньте на екран. З яким поняттям асоціюються у вас розміщені у хмарині слова? Спробуйте сформулювати тему уроку.



**Медіавправа «Створення фанфіку до твору»** передбачає роботу вдома, інструктаж щодо її виконання проводиться на етапі ознайомлення з домашнім завданням.

**Переваги використання фанфіку на уроках філологічного циклу:**

- вимагає від учня прочитання тексту художнього твору;
- творча інтерпретація сюжету твору;
- створення власного медіапродукту та його розповсюдження;
- розвиток творчих здібностей учнів.

**Тривалість інструктажу:** 7-10 хв.

**Мета вправи:** ознайомити з визначенням «фанфік», основними поняттями з цієї теми, заохочувати дітей до читання художніх творів, формувати критичне мислення; розвивати фантазію та творчі здібності; формувати самооцінку, надавати можливість побачити власні здібності.

**Опис вправи:**

Бесіда за запитаннями:

– Що ви знаєте про фанфіки? (Це такий жанр літератури. Як правило, фанфіки створюються фанами твору, автора для поширення в інтернеті.)

Учитель:

Дійсно, фанфік або як ще говорять – фанфікшен – «літературний твір, створений непрофесійним (як правило) літератором, такий, що не претендує на комерційну публікацію та породжений прихильністю автора до іншого твору і бажанням розвинути його сюжетну та фабульну лінії, побачивши героїв у наново генерованих ним, автором, ситуаціях» [1.9.]. Фанфік – це вид непрофесійної масової літературної творчості, при якому читачами створюється продовження популярного твору з метою поширення у віртуальному просторі. Англійське слово FanFic є скороченням фрази FanFiction, яку можна перекласти як «фанатська література». Автори фанфіку не отримують гонорари за власну творчість, часто відмовляються від авторських прав на свої твори, виявляючи індивідуальність, креативність та власне бачення літератури.

Жанр сучасного фанфіку є яскравим зразком медіатексту, оскільки має такі його основні ознаки:

- орієнтованість на масову аудиторію, динаміка сюжету,
- багатоплановість змісту,
- інтеграція з іншими медіапродуктами,
- включеність у загальний медіакультурний простір.

Учитель:

- Чи траплялися вам в інтернеті фанфіки?
- Хотіли би спробувати свої сили у написанні фанфіку?

Ознайомлення з деякими зразками таких творчих робіт-фанфіків, написаних за відомим твором української або світової літератури, акцентування уваги учнів на позначках, фанфіковому сленгу, особливостях роботи з фанфіком,

Інструктаж щодо виконання домашнього завдання.

Отже, вдома потрібно створити мініфанфік (обсягом – 1–1,5 сторінки) до художнього твору, який вивчається, у форматі одного з творчих завдань:

- написати власний варіант продовження подій, зображених творі;
- переписати фінал твору;
- поміняй місцями персонажів;
- створити іншу сюжетну лінію;
- виконати бажання героя;
- написати лист персонажу тощо.

**Фанфік за повістю Ніни Бічуя «Шпага Славка Беркути»**

...А в шкільному залі втомлена жінка сказала Славкові:

– Я думаю, ти зумієш вибачити. Я розумію : таке забути важко, але нам ти повинен вибачити.

Жінка подивилася в зал і несподівано зустрілася поглядом зі зляканими очима Юлька Ващука. Хлопець зразу схилився, щоб зав'язати шнурок. Але кількох секунд жінці вистачи-



ло, щоб згадати це обличчя й обставини, за яких вона зустріла хлопця... Професійна звичка пам'ятати найменші дрібниці... Усі почали розходитися, а Юлько сидів на місці, як прикутий, обличчя пашіло, дихати було важко, голову розривало від думок: «Можливо, не впізнала... якби впізнала, сказала б усім присутнім... невже вона все розкаже... що робити?»

Юлько трохи вгамував хвилювання, побачивши, що жінки немає в залі. Він підвівся і рушив до виходу, на вулиці на нього чекали однокласники. Славко з мамою рушили вперед, Лілі привітно помахала хлопцеві. Надворі падав лапятий сніг, встеляючи все навколо білим сувоєм полотна. Холодним і чистим.

– Юначе, можна Вас на хвилинку, – втомлена жінка стояла поруч із Лілі і зверталася до Юлька.

Коли вони залишилися удвох, відійшовши від гурту Юлькових однокласників, жінка запитала:

– Якась незрозуміла ситуація, ти не вважаєш? Це ж тебе затримали патрульні за розпиття спиртних напоїв, ти назвався Славком Беркутою, а сьогодні судять іншого Славка, якого я вперше бачу... Не хочеш нічого пояснити?

Юлько не підводив очей, йому хотілося зникнути, провалитися, шезнути, лише би не дивитись цій жінці в очі.

– Пробачте, я Вас дуже прошу: не кажіть у школі, що це я... Я сам все розкажу, чесно, обіцяю Вам...

– А хто тобі цей хлопець, цей Славко?

– Друг...

– ...

– Пробачте, – ковтаючи сльози, шепотів Юлько.

– Шкода мені тебе, даремно в народі кажуть, що з такими друзями й ворогів не треба...

– Юлько, а що від тебе хотіла та жінка з міліції? – весело запитала Лілі.

Лілі не помічає скам'янілого обличчя хлопця, вона регоче, білі рукавички миготять Юлькові перед очима, білі рукавички затуляють усміхнений рот дівчинки.

– Питала, можливо, я знаю, хто назвався Славком.

– Коли б я знала, хто це зробив! Ну як він міг, як у людини язик повернувся – зробити щось паскудне і прикритись чужим іменем?! Я б йому... я б йому... я сама не знаю, що б я йому зробила!

– Що? – питає Юлько і раптом спиняється. – А що б ти йому зробила? – він стоїть і дивиться на Лілі, смикаються губи і ніяк не укладаються у звичну зневажливу гримасу...

– Не знаю. Щось би таке зробила, аби він на все життя себе самого за падлюку мав, щоб він сам на себе не міг би ніколи подивитись.

Білі рукавички миготять Юлькові перед очима, одна, дві, десять. Дурниці, звідки десять рукавичок? Завтра, звичайно ж, завтра та жінка ввійде до класу й укаже на нього, на Юлька Ващука.

– А коли б то був я? – ворухить важким, кам'яним язиком у роті Юлько.

– Ні, ви тільки послухайте, послухайте, що він говорить! Чілдрен, він каже...

– Мовчи! – Юлько намагається впіймати білу рукавичку. – Лілі, мовчи! Чуєш?

Нехай завтра, нехай не сьогодні. Ще не сьогодні. Завтра я все розповім

**Медіавправа «Створення постера на літературну тему»** передбачає роботу вдома, інструктаж щодо її виконання проводиться на етапі ознайомлення з домашнім завданням.

**Переваги використання портера на уроках філологічного циклу:**

– спонування до вдумливого читання твору;

– учні в ігровій формі аналізують твір, характеризують персонажів, узагальнюють, роблять висновки;

– розвиток уміння працювати з цитатним матеріалом;

– систематизація отриманих раніше знань з теми;

– розвиток творчих здібностей учнів.





**Тривалість інструктажу:** 7-10 хв.

**Мета вправи:** ознайомити з одним із сучасних методів реклами книги; учити створювати постери, подавати розповідь про книгу в образній, інтригуючій формі, спонукаючи учнів до її прочитання.

**Опис вправи:**

Інструктаж щодо виконання домашнього завдання.

2. Бесіда за запитаннями:

Учитель:

– Хто може пояснити, що таке постер? (Мені здається, це те саме, що і плакат.)

Учитель:

Дійсно, постер – це те саме, що плакат, тобто папір, призначений для прикріплення на поверхню, як правило стіну. Єдина різниця в тому, що слово «плакат» є давнім запозиченням з німецької – *plakat*, а постер – недавнє з англійської *poster* (афіша, оголошення). І плакат, і постер використовуються для рекламних чи декоративних цілей, оскільки є художньо оформленими.

– Чи бачили ви постери на літературну тему? Якщо так, до яких творів?

– Якщо б ви побачили такий постер, чи захотіли би прочитати ці твори?

– У чому особливість постерів на літературну тему? (Постер на літературну тему – це художньо оформлений плакат, що рекламує певний твір чи письменника.)

– Чи хотіли би ви спробувати створити таку рекламу? (Так.)

– Щоб легше було працювати над створенням постера, спробуйте визначити характерні риси такого виду реклами. (Стислість, яскраві кольорові зображення, заклики, привернення уваги, інтрига).

3. Ознайомлення учнів зі структурою та вимогами до оформлення постера

**Структура постера:**

1. Назва (привернення уваги) – презентує твір. Прочитана учнем назва повинна стати мотиватором для подальшого читання, активизувати читацький інтерес учнів.

2. Інформативна складова – текст, не переказ, не скопійована анотація, а особистісний погляд на прочитане, запрошення до прочитання твору. Має вирізнятися оригінальністю та особистим ставленням.

3. Світлини (обкладинка книги, фото автора) – логічно розміщені.

4. Графічні елементи – різноманітні форми малюнків, таблиці, діаграми – повинні бути логічними, послідовними, зрозумілими без зайвих пояснень.

### Вимоги до оформлення постера:

- яскравість;
- гармонійне поєднання графічної та текстової інформації;
- змістовність;
- креативність;
- доступна форма.

4. Домашнє завдання: створити постер до художнього твору (індивідуальна робота, робота в парах, робота в групах – на вибір учнів)

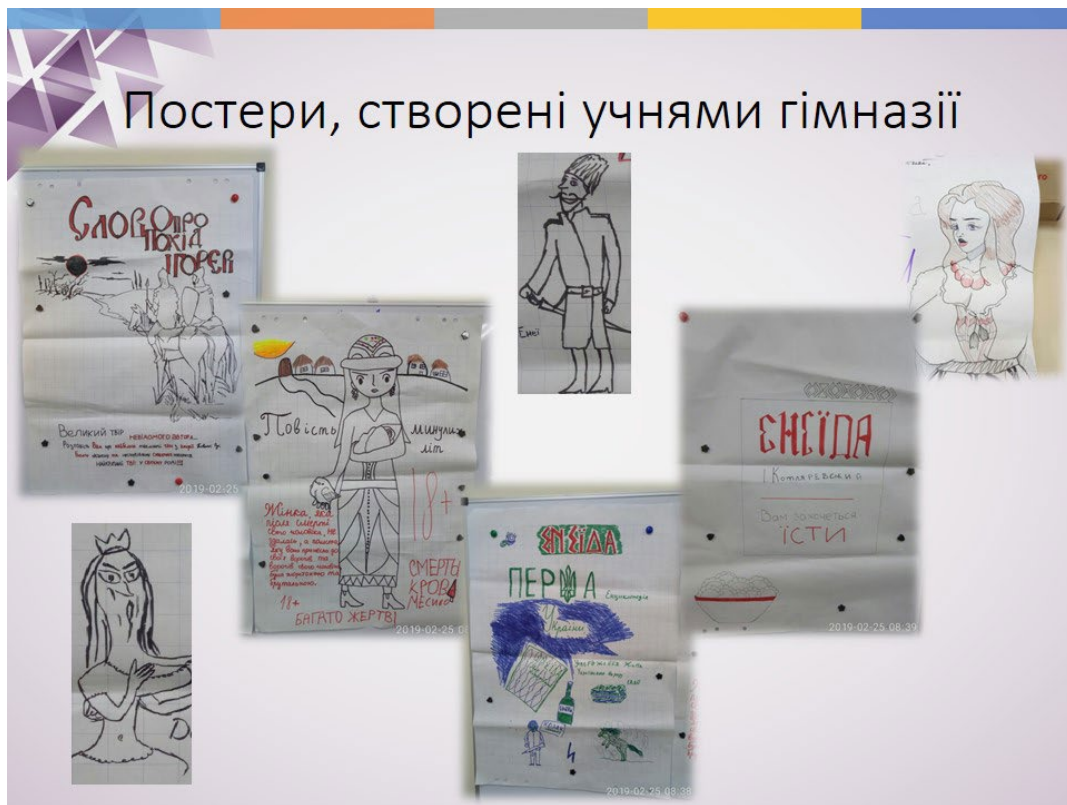
### Постери на літературну тему

Медіавправа «Дудл як осучаснена ілюстрація до твору» передбачає роботу вдома, інструктаж щодо її виконання проводиться на етапі ознайомлення з домашнім завданням.

### Переваги використання сучасних ілюстрацій до твору:

- розвиток візуального сприйняття художніх творів;
- заохочення до створення власного медіапродукту;
- формування креативного підходу.

Тривалість інструктажу: 7-10 хв.



**Мета вправи:** ознайомити з одним із методів реклами книги; створювати тематичні малюнки з метою візуалізації ключових моментів змісту прочитаних творів, спонукати учнів до читання, розвивати креативність, творче мислення, уяву.

### Опис вправи:

Інструктаж щодо виконання домашнього завдання.

Бесіда за запитаннями:

Учитель:

- Як перекладається слово «дудл»? (від doodle – кривульки, малюнки на берегах сторінок)
- Що ви знаєте про **GoogleDoodle**? (це своєрідні заставки, які з'являються на домашній сторінці Google з нагоди визначних подій (тематичні малюнки). Дудли можуть бути як статичними, так і включати в себе анімації, приколи і навіть мініігри на Flash. При натисканні



## Ірина Жиленко “Жар-птиця”



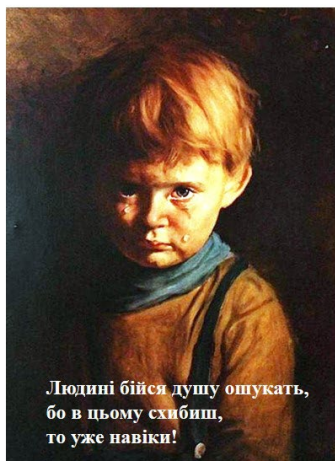
Таку чужу  
нескромну птицю  
тримать  
годиться тільки  
в клітці!



Дуже раджу прочитати!



## Володимир Винниченко «Федько-халамидник»



Людині бійся душу ошукать,  
бо в цьому схибиш,  
то уже навіки!

Жени його під три  
чорти од себе...

Яка він тобі  
кумпанія?..



Твір  Івана Карпенка-Карого – це посібник  
для майбутніх бізнесменів.  
Навчить Вас, як “швидко і без клопоту заробити  
**100 000”**



Сила, яка перетворює людину на ненажеру,  
яка викоринює з душі людської те добре і  
святе, що заложив туди сам Бог.

*І сила ця — гроші.*

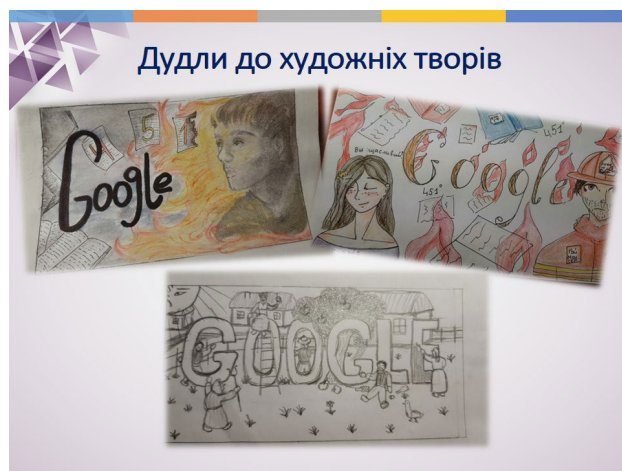


на дудл можна потрапити на сторінку пошуку із запитом про подію або свято, на честь якого намальований даний дудл).

За даними Вікіпедії, останнім часом на сторінці **Google** усе частіше з'являється українська тематика, вшановуються видатні українці або люди, які певним чином пов'язані з Україною: Микола Гоголь (1 квітня 2009), Іван Котляревський (9 вересня 2009), Наполеон Орда (11 лютого 2010), Юрій Кондратюк (21 червня 2012), Соломія Крушельницька (23 вересня 2012), Григорій Сковорода (3 грудня 2012), Енді Воргол (Андрій Варгола), Володимир Дахно (7 березня 2013), Володимир Вернадський (12 березня 2013), Владислав Городецький (4 червня 2013), Іван Нечуй-Левицький, Пантелеймон Куліш. 2013 року Google.com.ua оголосив про ведення першого Всеукраїнського конкурсу серед школярів «Дудл для Google», до якого залучили дітей до 17 років. За час конкурсу журі отримало понад 10 тисяч робіт. 6 лютого 2014 року логотип переможця з'явився на головній сторінці Google в Україні (<https://uk.wikipedia.org/wiki/>).

Домашнє завдання: створити дудли до творів художньої літератури (індивідуальна робота, робота в парах, робота в групах – на вибір учнів).

**Висновки.** Медіаграмотність – необхідна компетенція для здобувача освіти в сучасному інформаційному суспільстві, оскільки є одним із засобів пізнання учнем навколишнього світу. Інтеграція медіаосвіти в предмети філологічного циклу сприяє створенню творчої атмосфери на уроці, надає можливості для самореалізації учня, підвищує допитливість, бажання читати художні тексти та брати участь у їх обговоренні, є запорукою розвитку критичного мислення, мовлення та грамотності, сприяє соціалізації дитини та створює позитивний психологічний клімат у класному колективі.



*Дудли до творів «451 градус за Фаренгейтом» Р. Бредбері, «Сторожова застава» В. Рутківського, «Кайдашева сім'я» І. Нечуя-Левицького*

Таким чином, реалізація можливостей медіавправ на уроках філологічного циклу сприяє покращенню ефективності навчального процесу, а саме:

- дозволяє подавати значний обсяг теоретичного матеріалу в поєднанні з додатковими аудіо-, відеоматеріалами;
- поєднує різні інструменти, ресурси, позитивно впливає на активізацію та вдосконалення розумових процесів учнів;
- процес навчання перетворюється на самонавчання.

Інтеграція медіаосвіти в предмети філологічного циклу значно розширює межі уроку, дає змогу подати актуальний зміст, використовуючи можливості інформаційного простору, перетворити процес читання з інструменту отримання знань у спосіб створення власного медіа-продукту.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Березіна Ю. Д. Феномен fanfiction: правила гри без правил: [Електронний ресурс] / Березіна Ю. Д. // Наукові праці. Серія: Філологія. Літературознавство. – Режим доступу: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/philology/2009/124-111-2.pdf>
2. Козловська І.М. Теоретико-методологічні аспекти інтеграції знань учнів професійно-технічної школи: дидактичні основи. – Львів, 1999. – 302 с
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні у новій редакції, схвалена 21.04.2016 Президією Національної академії педагогічних наук України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/11048/2010-09-29-kontseptsiya-vprovadzheniya-mediaosviti-v-ukraini/>
4. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: Посібник для вчителя / За ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза – К.: Центр вільної преси. 53 Академія української преси, 2016. – 201 с. – С. 6.
5. Наказ Міністерства освіти і науки України від 18.07.2017 №1199 «Про проведення всеукраїнського експерименту за темою «Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику» на базі навчальних закладів України // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://mediaosvita.org.ua/book/nakaz-mon-pro-provedennya-vseukrayinskog...>
6. Словник української мови: в 11 томах. — Том 4, 1973. // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://sum.in.ua/s/integracija>

*The article presents examples of integration of medialiteracy in the lessons of Ukrainian language and literature, foreign literature, presents exercises on the formation of students' media competence in the study of program material in the subjects of the philological cycle.*

**Keywords:** *mediaeducation, medialiteracy, integration, criticalthinking.*



Олеся Слижук

доцент кафедри української літератури  
Запорізький національний університет

## СУЧАСНИЙ ПІДЛІТОК І ХУДОЖНІЙ ТВІР: КОМУНІКАЦІЯ КРІЗЬ ПРИЗМУ МЕДІА

*У статті розкривається проблема осучаснення змісту шкільної літературної освіти й пов'язана з нею розробка методики використання медіатехнологій і медіапродуктів в освітньому процесі. Визначено переваги використання медіатехнологій, які більшою мірою, ніж художні книги, входять до кола захоплень сучасних підлітків. Зазначається, що для осучаснення змісту шкільної літературної освіти, яке є одним із завдань її реформування, необхідна розробка методики використання медіатехнологій і медіапродуктів в освітньому процесі. Формування читацької компетентності й медіаграмотності виконують подібні завдання – вчать критично мислити й сприймати дійсність крізь призму власного бачення, яке часто не збігається зі сприйняттям інших людей. На цьому й ґрунтуються основні завдання індивідуальної інтерпретації підлітками художніх творів. Літературні твори нині втрачають переважання своєї інтенційної функції й переходять у площину комунікації з рецепієнтом-підлітком, який розшифровує ту інтенцію, яка, насамперед, для нього має прагматичне значення. Проаналізовано дослідження з філології, соціальних комунікацій, психології, педагогіки, методики викладання літератури. Обґрунтовано, що художню книжку відносять до візуальних медіа. Але чим більше рецепторів беруть участь у сприйнятті художнього твору, тим ефективнішою буде комунікація з ним. Доповнення процесу літературної комунікації підлітків з художніми творами різними засобами передачі змісту можливе на різних його етапах. Доведено, що використання різних медіазасобів для знайомства й спілкування сучасних підлітків з художніми творами дозволяє комплексно реалізувати завдання літературної й медіа-освіти.*

**Ключові слова:** література для підлітків, художній твір, медіазасоби, комунікація, рецепція.

**Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** Література для дітей та юнацтва, існуючи в соціумі, виконує специфічні функції. Вони зазнавали змістових перетворень у різні історичні епохи, що були пов'язані із розвитком самого суспільства тієї чи тієї країни й нації, до культурного спадку яких і належав цей пласт літературної творчості. Натепер ієрархія функцій літератури для юних читачів в українському суспільстві докорінно змінюється. Учені вважають основними з них естетичну, дидактичну, морально-етичну, пізнавальну, комунікативну. Остання розкривається відповідно до вікових особливостей читачів, доступності їхньому сприйняттю й розумінню. Через уявний «діалог» (термін М. Бахтіна) з автором художнього твору підлітки формують власне уявлення про твір, співвідносять зображене в ньому з власним життєвим досвідом, вчать критично оцінювати вчинки літературних персонажів, дискутувати, відстоювати свою думку щодо прочитаного. Читання художніх творів входить у коло інтересів сучасних підлітків, але, у зв'язку з інтенсивним розвитком цифрових технологій, воно часто відбувається через посередництво інших медіапродуктів. Для осучаснення змісту шкільної літературної освіти, яке є одним із завдань її реформування, необхідна розробка методики використання медіатехнологій і медіапродуктів в освітньому процесі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Спостерігається увага науковців до психолого-педагогічних аспектів підліткового віку, а також впливу цифрових технологій на розвиток читацької компетентності покоління, що перебуває в стані дорослішання. Цим питанням присвячені наукові праці з психології (О. Коханова [7], О. Немеш [8]), педагогіки (О. Дем'яненко [3], Г. Онкович [10]), соціальних комунікацій (О. Біличенко [1], О. Гоголенко [2], В. Іванов [12]),

Е. Огар [9]), філології (О. Дубініна [4], Б. Шалагінов [13]), методики викладання літератури (О. Ісаєва [5], Ж. Клименко [6], О. Орлова [11]) та ін. Більшість учених вважають, що спостерігається зміщення сфери інтересів підлітків та зміна їхніх психологічних характеристик. Характеризуючи «нове покоління Z», Ж. Клименко зазначає, що «нинішні школярі не люблять читати вже не лише великі за обсягом тексти, а й навіть ті, які відносять до середніх жанрів. Учні масово надають перевагу візуальному мисленню» [6, 2]. Це пов'язане із зміною їхніх інтересів, захоплень і мотиваційних складників.

На думку О. Гоголенко, «психологічні особливості сприйняття підлітками художніх творів обумовлені специфічними рисами цієї вікової категорії читачів. Сучасні підлітки менше сприймають читання як художньо-естетичну діяльність. Вони схильні сприймати художню літературу, зокрема у шкільному вивченні, як інформаційний ресурс, що деформує відношення до неї юного читача. Це призводить до широкого використання школярами різних посібників із коротким викладом сюжетних подій, використання текстів підручників замість художнього тексту, заміни читання переглядом екранізації» [2, 42]. Спостерігаємо, що процес сприйняття художніх творів підлітками відбувається здебільшого за посередництвом різноманітних медіапродуктів, як споріднених із літературними творами, так і тими, які лише віддалено з ними пов'язані.

У посібнику [12] представлені практичні рекомендації і вправи з розвитку медіаграмотності, які можуть використовувати бібліотекарі, зокрема «Ірина Срібна з Херсонської обласної бібліотеки ім. Дніпрові Чайки пропонує створити максимально реалістичну подію – «Вибори до парламенту Фентезі», яка занурить учасників у виборчу кампанію та без-посередньо у виборчий процес. Літературна основа гри-імітації – твори Дж. Р. Р. Толкіна «Гобіт» і «Володар перснів» – щоб розвивати в учасників заходу вміння працювати в групі, розвивати навички критичного мислення, уміння аналізувати інформацію, розпізнавати фейки, джінсу, пропаганду, дезінформацію та маніпуляції в медіа.

Тетяна Іванова, тренер із медіаграмотності із винятковим досвідом та Олег Власюк (Рівненський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти) впорядкували «Завдання, ігри та вправи в арсеналі тренера з медіаграмотності», позаяк сьогодні – одна з ключових основ сучасної освіти, зокрема дорослих, – її інтерактивність, тобто залучення в освітній процес кожного з учасників через різні види практичної діяльності. Така діяльнісна та, головне, практикоорієнтована залученість може бути досягнута через виконання вправ, розгляд та аналіз випадків із власного життя тренера або учасників, через ігрову діяльність у вигляді ігор-симуляторів, рольових ігор, ігор-розминок ...» [12, 3].

Г. Онкович визначає медіадидактику однією з найбільш актуальних нині педагогічних технологій: «Масова медіаосвіта в сучасному світі розглядається як процес розвитку і саморозвитку особистості за допомогою і на матеріалі засобів масової комунікації (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, розвитку творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу й оцінки медіатекстів, навчання різних форм самовираження за допомогою медіатехніки» [10, 101]. Відповідно, медіапродукти, за умови ефективного їх використання у процесі знайомства підлітків з художньою літературою, сприяють їхньому літературному розвитку. Тому постає необхідність узагальнити досвід передових учителів літератури та науковців й виробити методичну модель використання медіа в літературній освіті підлітків, які вважаються найбільш активними з точки зору набуття ключових компетентностей, що будуть використовуватись впродовж усього життя особистості. Спроби розробки таких моделей знаходимо в актуальних публікаціях О. Ісаєвої [5] та Ж. Клименко [6], які презентують найсучасніші досягнення в цій галузі.

**Мета нашого дослідження** полягає в систематизації та синтезі уявлень сучасних учених про можливість використання медіа для сприйняття й розуміння сучасними підлітками художніх творів. Для цього виділяємо **основні завдання**, які слід виконати:

– узагальнити уявлення психологів про роль читання у розвитку особистості в підлітковому віці;

- з'ясувати інтермедіальні особливості художніх творів для підлітків;
- виділити основні види медіа, за посередництвом яких підлітки можуть краще зрозуміти інтенції художньої літератури;
- розглянути способи їх використання у літературній освіті.

**Виклад основного матеріалу.** Читання художньої літератури останнім часом не входить до кола захоплень підлітків. Зовсім мала частина дітей середнього шкільного віку вважає його своїм хобі. Між тим, у більшості психолого-педагогічних досліджень саме читання літературних творів займає провідні позиції, які сприяють розвитку особистості впродовж усієї її життєдіяльності. Водночас О. Коханова зауважує: «Прагнення знайти власну індивідуальність змушує підлітка шукати способи самовираження, що дуже часто може відображатися в тому чи іншому типі захоплення. Проте підліткові вподобання розкриваються не лише через прагнення досягти престижного статусу у своєму середовищі, вони можуть стати способом відходу від дійсності, конфліктних взаємовідносин у родині та школі. І хоча інтереси хлопців та дівчат цього віку часто відзначаються швидкоплинністю і поверховістю, у виборі захоплення підліток все ж виявляє свою самостійність та здійснює пошуки способів і сфер самореалізації. Навіть більше, як зазначили самі підлітки, захоплення можуть бути пов'язані з майбутньою професією і є корисними для них у плані зміцнення здоров'я і розвитку фізичних якостей, отримання приємних емоцій і творчого розвитку» [7, 201]. Зацікавлення літературою, прагнення до читання й зумовлює приємні емоційно-естетичні переживання та сприяє розвитку власних творчих здібностей підлітків. Для цього спілкування з книгою повинне бути постійним і відповідати індивідуальним психологічним особливостям дитини, а також рецептивному принципіві художності.

О. Орлова, порівнюючи власне психологічне сприйняття довкілля з мистецькою рецепцією, вказує на їхню принципову різницю: «Мистецьке сприйняття (або сприйняття мистецтва), на відміну від психологічного, орієнтоване не стільки на впізнання, скільки на бачення. Завдання письменника, художника, музиканта полягає у зображенні звичних предметів і явищ у нових якостях і зв'язках. Авторське сприйняття світу, втілене у творі мистецтва, слугує руйнуванню автоматизму мислення і поведінки людини» [11, 83]. Разом з тим, формування читацької компетентності й медіаграмотності виконують подібні завдання – вчать критично мислити й сприймати дійсність крізь призму власного бачення, яке часто не збігається зі сприйняттям інших людей. На цьому й ґрунтуються основні завдання індивідуальної інтерпретації підлітками художніх творів.

Літературні твори нині втрачають переважання своєї інтенційної функції й переходять у площину комунікації з реципієнтом-підлітком, який розшифровує ту інтенцію, яка, насамперед, для нього має прагматичне значення. Відповідно, важливим для нього залишається зміст, а не канал передачі. Говорячи про компаративні зв'язки літературного твору з його екранізацією, О. Дубініна наголошує на цьому: «Умовно мову мистецтва можна виразити наступною формулою: первинна мова+структурна модель. Другий компонент тут, власне, і є відповідальним за зміст художнього твору і водночас збігається із традиційним розумінням форми як внутрішньої та зовнішньої структури, певного співвідношення елементів і процесів у часі та просторі. А отже, переклад художнього твору відбувається на двох рівнях: переклад на рівні первинної мови і переклад на рівні структурної моделі. Переклад на рівні первинної мови – це пошук відповідних матеріальних еквівалентів; переклад на рівні структурної моделі – це пошук способів передачі цієї структури незмінною» [4, 431]. Вона також вважає, що «під час інтермедіального перекодування відбувається пошук матеріальних відповідників – аспект дослідження, близький до перекладознавчих студій» [4, 431]. Дослідниця наголошує на тому, що у процесі екранізації художнього твору відбувається своєрідне «перекодування» як інтермедіальний тип взаємодії. Можемо зауважити, що подібне перекодування відбувається й у разі використання інших медіа, але, чим ближчий до літератури вид медіа використовується в процесі комунікації «художній твір – читач-підліток», тим ефективнішою буде взаємодія.

Художню книжку відносять до візуальних медіа. Якщо ця віднесеність є майже абсолютною для дитячої книги, яка, крім тексту, містить ще й ілюстрації, що відображають бачен-

ня художника, то поступово вона стає нечіткою, і тому можемо говорити про використання в літературній освіті підлітків різних каналів передачі інтенцій художнього твору. Вибір їх залежить від психологічних особливостей рецепієнтів-підлітків. Однак чим більше рецепторів беруть участь у сприйнятті художнього твору, тим ефективнішою буде комунікація з ним.

Б. Шалагінов доводить: «Досліджено, що письменник може вільно придумати будь-який невірогідний, далекий від буденної реальності сюжет; але він не може придумати моральних мотивувань вчинків, думок та переживань. Правдоподібність навіть казкових і фантастичних сюжетів читач оцінює не з погляду реалій власного оточення (бо він тут легко приймає всі умовності), а з точки зору того, чи знаходить він у цих творах універсальні і загальнозрозумілі норми поведінки, спрямовані на захист людини та її гідності, а зрештою й самого світу. Вони можуть бути глибоко закорінені в психіці й в історичній пам'яті читача, можуть дрімати у підсвідомому у вигляді архетипів протягом тисячоліть нашої цивілізації, нарешті – в ментальному коді нації» [13, 58]. Пробудження підсвідомих почувань індивіда-читача й виховання універсальних цінностей у підлітковому віці – чи не найважливіші завдання сучасної літературної освіти. У цьому випадку сучасні медіазасоби й можуть стати тим допоміжним каналом комунікації між автором і читачем-підлітком, який сприяє глибшому «розшифруванню» цих цінностей в процесі «перекодування» або доповнення. Подібні думки висловлюють і фахівці із соціальних комунікацій. Зокрема, О. Біличенко вважає, що «літературна комунікація містить сприймання не тільки смислу художнього твору, але і його цінності, яка розкриває себе як значення твору для людства» [1, 31].

Конкретні рекомендації з використання медіазасобів на уроках зарубіжної й української літератур знаходимо у працях учених-методистів Т. Бабійчук, О. Дем'яненко, О. Ісаєвої, Ж. Клименко та в практичних розробках передових учителів-словесників В. Кравець, Л. Сич, Т. Панченко, Н. Рудніцька та ін.

Найбільш популярним на уроках літератури, і української, і зарубіжної, є різні види візуальних засобів. Наприклад, Т. Бабійчук розробила методичну систему використання відеофрагментів. Ж. Клименко пропонує використовувати візуалізацію, яка «не зводиться до ілюстрування навчального процесу вчителем, а передбачає, щоб учні видобували зі свого внутрішнього плану мислеобрази, які й представлятимуть їхні уявлення в зоровому вигляді» [6, 3]. До її засобів вона відносить Метафоричні схеми, інфографіку, інтерактивні плакати, кроссенси, хмари тегів, GIF-анімацію, фотореконструкцію тощо. У своєму блозі «Методичні родзинки уроків зарубіжної літератури» Л. Сич пропонує шаблони сторінок літературних героїв у соціальних мережах, цікаві відеопрезентації, відеообговорення, ментальні карти, фотоквести, фанфіки тощо.

Цікавим видом медіа, який активно використовується вчителями літератури, особливо на уроках позакласного читання сучасної української літератури для підлітків, є буктрейлери. Під час виконання буктрейлера може бути використана анімація, комп'ютерна графіка, відеокліп, ігровий ролик, рекламний ролик та ін. Сюжети можуть супроводжуватись звуком або титрами. Тривалість буктрейлера 2-3 хвилини. Обов'язковим елементом роботи є ім'я автора і назва книги.

Доповнення процесу літературної комунікації підлітків з художніми творами різними засобами передачі змісту й ціннісних характеристик – візуальними, аудіальними та змішаними – можливе на різних його етапах, як на початковому – «занурення» в текст і його смисли, так і в процесі інтерпретації і під час узагальнення, обговорення змісту твору.

**Висновки.** Отже, використання різних медіазасобів для знайомства й спілкування сучасних підлітків з художніми творами дозволяє комплексно реалізувати завдання літературної й медіа-освіти – формування компетентного читача з розвиненим критичним мисленням, здатного до засвоєння універсальних норм поведінки в соціумі й поцінювання загальнолюдських цінностей.

**Перспективи подальших досліджень** полягають у практичній розробці, апробації й теоретичних узагальненнях способів використання медіазасобів та медіатехнологій у процесі організації комунікації сучасних підлітків з художніми текстами, особливо сучасної літератури, яка ближча їм і за змістовим наповненням, і за формою передачі думок.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Біличенко О. Л. Літературна комунікація як об'єкт загальної теорії соціальних комунікацій. Вісник ХДАК. 2015. Випуск 46. С. 26–33.
2. Гогуленко О. П. Вплив засобів масової інформації на формування читацької культури підростаючого покоління. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія. 2019. № 38, том 3. С. 41–44.
3. Дем'яненко О. О. Еволюція наукових розвідок у галузі медіаосвіти: критичне мислення особистості як основна компонента сучасної медіаосвіти. Електронне наукове фахове видання «Народна освіта» 2017, Випуск №1(31). URL : [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/NarOsv\\_2017\\_1\\_12.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/NarOsv_2017_1_12.pdf)
4. Дубініна О. Екранізація літературного твору: специфіка інтермедіального перекодування. Література на полі медій. Збірка наукових праць відділу теорії літератури та компаративістики Інституту літератури ім. Т. Г.Шевченка НАН України / Ред. Гундорова Т. І., Сиваченко Г. М. Київ, 2018. С. 415–444.
5. Ісаєва О. О. Вивчення літератури в цифрову епоху: про реалії сьогодення і перспективи в майбутньому. Всесвітня література в школах України. 2016. № 1 (415). С. 3–8.
6. Клименко Ж. Дива візуалізації, або як зробити знання видимими, а уроки літератури – незабутніми. Всесвітня література в школах України. 2019. № 3 (453). С. 2–11.
7. Коханова О. П., Бузніковата О. М. Психологія захоплення сучасних підлітків. Теорія і практика сучасної психології. 2018. № 3. С. 198–201.
8. Немеш О. М. Вплив спілкування в соціальних мережах на розвиток особистості підлітка. Проблеми сучасної психології. 2014. Випуск 26. С. 442–456.
9. Огар Е. Мова дитячого літературного дискурсу: функціонально-комунікативні аспекти дослідження. Вісник Сумського державного університету. Серія Філологічні науки. 2006. № 3 (87). С. 10–17.
10. Онкович Г. В. Медіадидактика як інтенсифікатор освітнього процесу. Медіасфера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве : сборник статей / редкол.: С. В. Венедиктов (отв. ред.) [и др.]. Могилев : Могилев. институт МВД, 2019. С. 99–106.
11. Орлова О. Художнє сприйняття як основа медіакомпетентності студентів-філологів. Вища освіта України. 2014. № 3. С. 82–88.
12. Практична медіаграмотність для бібліотек / Власюк О. В., Іванова Т. В., Потапова В. І., Срібна І. С. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. Київ : АУП, ЦВП, 2019. 61 с.
13. Шалагінов Б. Література – школа – читач : нові виклики. Українська мова й література в середніх школах, гімназіях, ліцеях та колегіумах. 2008. № 9. С. 52–59.

*The article reveals the problem of the correspondence of the content of school literary education to the modern demands of society. It has to do with the need to develop a methodology for the use of media technologies and media products in the educational process. The author points out the advantages of using media technologies. They are, largely, than fiction books, in the fascination of contemporary teenagers. The necessity to develop the methodology of using media technologies and media products in the educational process stated. This is one of the tasks of reforming literary education. Forming readership and media literacy performs similar tasks. They taught to think critically and perceive reality through the prism of their own vision, though the latter often does not coincide with the perception of others. The main tasks of individual teenager's interpretation of art works based on this. Literary works now lose the dominance of their intentional function. They move into the plane of communication with the teenage recipient. Teenagers first perceive the intent in content and values close to them. Studies in philology, social communications, psychology, pedagogy, methods of teaching literature analyzed. It substantiated that the fiction book referred to as visual*



*media. The more receptors are involved in the perception of artwork, the more effective it will be to communicate with it. Adaptation of the process of literary teenager's communication with art works through various means of content transmission is possible at different stages of it. It is proved that the use of different media for acquaintance and communication of modern teenagers with art works allows to realize complex tasks of literary and media education.*

**Keywords:** *literature for teenagers, artworks, media, communication, reception.*

**Марія Астахова**

доцент кафедри соціально-гуманітарної освіти,  
кандидат педагогічних наук

Комунальний вищий навчальний заклад «Харківська  
академія неперервної освіти»

## **РОЗВИТОК НАВИЧОК КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ, ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ТА ПРОТИДІЇ МАНІПУЛЯЦІЇ В РАМКАХ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ВЧИТЕЛІВ, ЩО ВИКЛАДАЮТЬ КУРС «ГРОМАДЯНСЬКА ОСВІТА»**

*У статті представлено теоретичний та практичний підходи до викладання розділу «Світ інформації та мас-медіа» інтегрованого курсу «Громадянська освіта» в умовах підвищення кваліфікації педагогічних працівників. Розкрито специфіку понять «інфо-медійна грамотність» та «інформаційна безпека особистості», проаналізовано загрози інформаційного простору.*

**Ключові слова:** критичне мислення, інфо-медійна грамотність, інформаційна безпека особистості, загрози інформаційного простору медіапродукція, медіаконтент, свідомість, медіаосвіта, протидія маніпуляціям мас-медіа.

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства саме якість отриманої інформації учнем найчастіше визначає їх вибір і наступні дії, що включають здатність користуватися фундаментальними свободою і правом на самовизначення і розвиток, знаходження власного місця відповідно до існуючих умов цього суспільства.

В умовах запровадження в 2018/2019 навчальному році інтегрованого навчального курсу «Громадянська освіта» для учнів 10-х класів перед фахівцями системи післядипломної педагогічної освіти постала проблема в теоретичному та практичному наповненні додаткового короткотривалого курсу для вчителів, що викладають предмет «Громадянська освіта». Саме важливість громадянської освіти школярів та якісне викладання даного курсу зумовлені новими соціально-політичними реаліями українського суспільства, необхідність розвитку інфо-медійної компетентності молодшого покоління з розвиненим медіаімунітетом та критичним мисленням через якісне формування громадянської позиції, вміння шукати та аналізувати інформацію, розпізнавати пропаганду, маніпуляцію та сучасні загрози інформаційного світу.

**Аналіз сучасних вітчизняних та зарубіжних наукових джерел** засвідчує, що проблеми медіаграмотності висвітлюються у працях Л. Баженової, О. Баранова, О. Волошенюк, Н. Габора, В. Іванова та ін. Також накопичено певний досвід щодо впровадження медіаосвіти в післядипломну педагогічну освіту, що висвітлюється у працях Г. Дегтярьової, О. Дем'яненко, О. Городецької, О. Мокрогуза та ін.

Актуальність інформаційної безпеки особистості визначається роботами багатьох науковців, а саме В. Абакумова, І. Бачило, В. Гурковського, О. Золотар, Б. Кормича, Т. Костецької, Г. Красноступ, В. Ліпкана, Ю. Максименко, А. Марущака, О. Мельник, О. Микитенко, І. Сопілко, О. Ткаля, П. Фролова, О. Цимбалюка, О. Шевчука та ін.

**Мета статті** – розкрити теоретичний та практичний підходи до викладання розділу «Світ інформації та мас-медіа» інтегрованого курсу «Громадянська освіта» в умовах підвищення кваліфікації педагогічних працівників у системі післядипломної педагогічної освіти.

В умовах формування інформаційного простору й переходу до інформаційного суспільства підвищуються вимоги до рівня інфо-медійної грамотності сучасного громадянина. Це є однією з ключових позицій викладання розділу «Світ інформації та мас-медіа» інтегрованого курсу «Громадянська освіта». В умовах стрімкого збільшення потоку інформації, її швидкого

морального старіння педагога мусять щодня приймати рішення щодо відбору фактологічної складової змісту освіти в межах кожної навчальної теми курсу «Громадянська освіта», мають навчити учнів критично ставитися до інформації, що є доступною та безмежною. Крім того, за рекомендаціями ЮНЕСКО, сучасні педагоги повинні знати й розуміти, як розвивалися медіа та інші інформаційні служби; розвивати навички застосування доступних технологій: від друківаних видань до видань на цифрових носіях; використовувати різні медіа та джерела інформації для розвитку критичного мислення та здатності до самостійного вирішення завдань і передавати ці знання своїм учням; володіти навичками, необхідними для використання медіа та технологій доступу до інформації та захисту від її негативного впливу, тобто мати відповідний рівень сформованості інфо-медійної грамотності [5].

Під інфо-медійною грамотністю розуміють 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» [11, 29]. Одним із результатів викладання інтегрованого курсу «Громадянська освіта» є медіаграмотність. Медіаграмотність – це здатність використовувати, аналізувати й оцінювати медійну продукцію [8, 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.

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 рамках підвищення кваліфікації вчителів, що викладають курс «Громадянська освіта», ми спираємося на зміст громадянської освіти, що передбачає інтеграцію соціально-гуманітарних знань із різних навчальних предметів та орієнтацію на розв'язання практичних проблем. Формування цілісного світогляду учнівської молоді та набуття нею інтегративних громадянських знань включає такі напрями: інформаційно-медійний: розвиток поінформованості здобувачів освіти, розвиток здатності шукати, обробляти, використовувати та перевіряти інформацію, вміння критичного аналізу різнобічної інформації та створення власних медіаповідомлень.

Навчання громадянській освіті спрямоване на формування й розвиток уміння критично мислити, визначати проблему та бачити шляхи її розв'язання, аналізувати різні джерела інформації та аргументувати власну думку.

Реалізація завдань медіаосвіти розкривається через наступну тематику: «Комунікація, інформація, медіа», «Медіа і демократія. Свобода, етика і відповідальність», «Маніпулятивний вплив медіа», «Критичне сприйняття та протидія маніпуляціям мас-медіа», «Інтернет». У навчальній програмі з громадянської освіти визначено очікувані результати освітньої діяльності учнів з медіаосвіти. Так, мають бути сформовані такі знання і розуміння: свобода слова, інформація, мас-медіа, медіатекст, суспільне мовлення, пропаганда, реклама, соціальні мережі, фейк, реклама, маніпуляція, джерела інформації, факт, судження, «мова ворожнечі». Учень має вміти характеризувати функції медіа та наводити приклади їхнього впливу на прийняття рішень; аналізувати різницю між реальною подією та її відображенням у медіатексті, пояснювати як медіа впливають на формування громадської думки; описувати ознаки замовних матеріалів в медіа; пояснити базові стандарти подання інформації в медіа; знатиме можливості Інтернету та усвідомлюватиме небезпеку, пов'язані з його використанням. Окрім того, мають бути сформовані наступні вміння та навички: аналіз впливу інформації на суспільне і громадське життя, усвідомлення різниці між реальною подією та її відображенням у медіатексті, використання базових технологій запобігання впливу маніпулятивних та пропагандистських

медіаповідомлень, розуміння ознак «мови ворожнечі» і здатність її розпізнати, вміння перевіряти достовірність джерел інформації, володіння базовими технологіями критичного аналізу медіатекстів, обізнаність про Інтернет-небезпеки та вміння їм протидіяти [2].

В рамках підвищення кваліфікації ми спираємося на практичний компонент таких онлайн ігор, як «Медіа драйвер. Твій навігатор у світі медіа», «Новинна грамотність» (ГО «Детектор медіа»), «Медіазнайко» (Академія української преси), та змістовне наповнення відповідних сайтів.

Для опрацювання сучасних загроз інформаційного середовища спираємося на діяльність Кіберполіції та організуємо роботу з сайтом цієї установи ([cybercrime.gov.ua](http://cybercrime.gov.ua)).

Оскільки маніпуляція в медіа – це техніка цілеспрямованого викривлення інформації заради формування певного погляду, ставлення до тієї або іншої проблеми/особи/явища, тому доцільно зупинитися на аналізі маніпулятивних маркерів: надання неповної та/або навмисне приховування певного аспекту інформації, зміщення акцентів у повідомленні, не відповідність контексту тощо.

Важливим аспектом змістовного наповнення підвищення кваліфікації є опора на ключові положення інформаційної безпеки особистості, на стан і перспективи розвитку якої мають безпосередній вплив зовнішні і внутрішні чинники: політична ситуація в світі, наявність потенційних зовнішніх і внутрішніх загроз, стан і рівень інформаційно-комунікаційного розвитку країни, внутрішньополітична ситуація в державі [7].

На рівні особистості, інформаційна безпека – це захист комплексу інформаційних прав особистості (право на інформацію; на освіту, на безпечне інформаційне середовище і т. ін.); забезпечення комплексу прав людини, що пов'язаний із підтриманням або поновленням статусу особистості в комунікаційних процесах (захист персональних даних, честі й гідності особи, забезпечення конфіденційності, приватності та недоторканності, включаючи онлайн-недоторканість); здійснення обмежень у реалізації права на інформацію (захист від потенційних інформаційних ризиків, що можуть негативно вплинути на життя, здоров'я, фізичний, психологічний, духовний розвиток особистості; дія таємниці, в тому числі державної, банківської, медичної, таємниці усиновлення тощо); профілактика або припинення правопорушень, вчинених неповнолітніми і пов'язаних з інформацією або об'єктами інформаційної інфраструктури (завідомо неправдивий виклик неповнолітнім спеціальних служб; неправдиві повідомлення правоохоронних органів про можливі теракти, захоплення заручників; порушення авторських прав; заклики до непокори представникам органів державної влади; цькування одноліток (булінг, у тому числі кібербулінг), самовільне втручання до телекомунікаційних мереж; руйнація апаратного чи програмного забезпечення, розповсюдження комп'ютерних вірусів тощо). На рівні суспільства – це створення належних умов для розбудови в Україні інформаційного суспільства з перспективою його переростання у суспільство знань; стимулювання безпечної та відповідальної інформаційної правової поведінки членів суспільства, що впливає на формування особистісної картини світу неповнолітньої особи, її моральні устої; підвищення авторитету та ролі батьків та педагогів у здійсненні належного контролю за поведінкою неповнолітніх в інформаційному просторі, відповідальності у разі вчинення їхніми дітьми інформаційних правопорушень [10].

Яскравим прикладом маніпулятивних технологій є фейки. На цьому етапі підвищення кваліфікації вчителям пропонується аналізувати приклади фотофейків або медіаповідомлень, що постійно з'являються в мережі. Здобувачі освіти здійснюють їх аналіз через критичне сприйняття інформації та з використанням відповідного програмного забезпечення (браузер Google Chrome для перевірки фото, вбудоване вікно ютюбу та перевірка оригіналу, аналіз метаданих Jeffrey'sExifViewer (<http://regex.info/exif.cgi>) та фотошопу (сервіс Fotoforensics (<http://fotoforensics.com/>), визначення геолокації (географічного розташування об'єкта) на фото або відео – ресурс GoogleEarth (<https://www.google.com/earth/>), який надає доступ до супутникових знімків з усього світу).

Критично аналізуючи безпеки соціальних мереж, ми спираємося на такі негативні явища: кібербулінг – залякування, переслідування, знущання, глузування й інші дії, що можуть

налякати, принизити та інакше негативно впливати на людину в мережі; фішинг – вид шахрайства, метою якого є виманювання у довірливих або неухважних користувачів мережі персональних даних клієнтів Інтернет-магазинів; кардінг – вид шахрайства, при якому проводиться операція з використанням банківської картки або її реквізитів, не ініційована або не підтверджена її власником; грумінг – входження в довіру до дитини з метою її схилення до будь-якого брутального поведіння тощо [3, 28-29].

Розкриття змісту інформаційної безпеки та інфо-медійної грамотності через короткотривалий курс «Громадянська освіта» (в рамках підвищення кваліфікації) спрямовано на: грамотний і ефективний пошук інформації, вибір і критичну оцінку інформаційних джерел та інформації, вміння запобігти небезпекам в Інтернеті; здійснення контролю над інформацією, усвідомлення різниці між Інтернет-комунікацією й спілкуванням поза Інтернетом, активна участь у мережних соціальних спільнотах та забезпечення заходів безпеки [1, 367].

**Висновки.** Інформаційно-медійний простір, який постійно ускладнюється, породжує необхідність у появі нового розуміння грамотності, та передбачає об'єднання навичок комунікації та роботи з інформацією. Обидва види грамотності – інформаційна і медійна – є життєво важливими, оскільки ми живемо вже в поліінформаційному світі, де головна проблема полягає не в отриманні інформації, а в її правильному відборі. У таких умовах усе актуальнішою стає здатність особистості орієнтуватися в інформаційних потоках, критично оцінювати медійний зміст, бути не тільки споживачем, а й творцем інформаційних повідомлень [5]. У контексті вищезазначеного та нормативного впровадження інтегрованого курсу «Громадянська освіта» набуває особливої актуальності розвиток навичок критичного мислення, інформаційної безпеки та протидії маніпуляції в рамках підвищення кваліфікації вчителів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Варивода К. С. Інформаційна безпека підлітків в Інтернет мережі [Електронний ресурс] / К. С. Варивода // Молодий вчений. – 2016. – №3 // Режим доступу : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/3/85.pdf>.
2. Громадянська освіта. Навчальна програма інтегрованого курсу для 10 класів загальноосвітніх навчальних закладів / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://osvita.ua/school/program/program-10-11/58875/>.
3. Ільченко Н. В. Безпека при спілкуванні через Інтернет / Н.В. Ільченко // Безпека життєдіяльності. – 2016. – №11. – С. 28–29.
4. Інформаційна безпека людини: теорія і практика : монографія. – Київ : ТОВ «Видавничий дім «АртЕк», 2018 – С. 154.
5. Кутик О. Информационно-медийная грамотность как составляющая профессиональной компетентности учителя Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах [file:///C:/Users/User/Downloads/Pfto\\_2014\\_36\\_37%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Pfto_2014_36_37%20(1).pdf)
6. Міхеєва О. Ю. Кібербулінг як соціально-педагогічна проблема / О. Ю. Міхеєва, М. М. Корнієнко // Молодий вчений. – №11(63). – 2018. [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/11/60.pdf>
7. Морозов О. Л. Інформаційна безпека в умовах сучасного стану і перспектив розвитку державності. Віче. 2007. №12. С. 23-25.
8. Онкович Г. В. Медіаосвіта як інтелектуально-комунікативна мережа. Режим доступу : [http://www.medigram.ru/netcat\\_files/108/110/h\\_2966bfbf84c07057c4c9f2dda1787b32](http://www.medigram.ru/netcat_files/108/110/h_2966bfbf84c07057c4c9f2dda1787b32)
9. Підгорна Т. Деякі аспекти організації інформаційної безпеки учнів / Т. Підгорна, І. Берест // Педагогіка і психологія професійної освіти. – 2014. – №6. – С. 70-78.
10. Топчій О. Складові інформаційної безпеки неповнолітніх як об'єкти правового регулювання та правового впливу // Інформаційне право. – № 1 / 2019. – С. 143-144.
11. Шепенюк І. Медіаграмотність як необхідна складова професійної компетентності сучасного педагога // Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Прак-



тична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ. : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018. – С. 178-180.

12. 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>.

*The article presents theoretical and practical approaches to teaching the section «World of Information and Media» of the integrated course «Civic Education» in terms of professional development of pedagogical workers. The specifics of the concepts of «information-media literacy» and «information security of the individual» are revealed, threats to the information space are analyzed.*

**Keywords:** *critical thinking, information and media literacy, information security of the individual, threats to the media space, media production, media content, consciousness, media education, counteraction to manipulation of mass media.*

**Світлана Пилипчук**

учитель української мови та літератури  
Харківська гімназія № 163 Харківської міської ради  
Харківської області

**Аліна Скапа**

заступник директора з навчально-виховної роботи,  
учитель української мови та літератури  
Харківська гімназія № 163 Харківської міської ради  
Харківської області

## **ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

*У статті висвітлюються основні питання щодо впровадження медіаосвіти на уроках української мови та літератури. Аналізуються педагогічні прийоми, які активно застосовуються на різних етапах уроку, демонструються зразки виконання певних завдань. Особливу увагу приділено питанню використання в процесі навчання медіатекстів: добору, аналізу та створенню їх, презентації та колективному обговоренню комунікативних успіхів і невдач.*

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

Харківська гімназія №163 є активним учасником регіональних проєктів з медіаосвіти та Всеукраїнського проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», тому пропонуємо розглянути впровадження медіаосвіти на уроках української мови та літератури вчителями гімназії.

**Мета статті** – презентація досвіду роботи з впровадження медіаосвіти на уроках української мови та літератури вчителя Харківської гімназії № 163.

Для реалізації поставленої мети були сформовані такі **завдання**: з'ясувати особливості впровадження медіаосвіти на уроках української мови та літератури, представити та проаналізувати основні вправи, які використовують учителі, продемонструвати учнівські роботи.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сьогодні ми живемо в перенасиченому інформаційному світі. Нам, дорослим досвідченим людям, важко впоратися з великим об'ємом інформації, що найчастіше надходить з медіа (преса, радіо, телебачення, інтернет). Що ж тоді говорити про учнів.

Інформація оточує нас усюди, надходить з різних джерел, впливає на свідомість. І якби ми не хотіли не звертати на неї увагу, не потрапляти під вплив маніпуляцій, не «зависати» в соціальних мережах, але сучасний світ, сучасний інформаційний простір потребує не тільки вміння ознайомлюватися з інформацією, а й вміння критично сприймати, аналізувати, адаптувати, вміти протистояти маніпуляціям.

Проблемою впровадження медіаосвіти займалися такі вчені, як Маршалл Маклюен (Канада), Роберт К'юбі (США), Катлін Тайнер (США), Сесілія фон Файлітзен (Швеція). В Україні це питання висвітлено в роботах таких учених, як В. Іванов, О. Волошенюк, Л. Найдьонова, О. Барішполець, Г. Онкович, А. Литвин, Г. Почепцов.

Відповідно до вимог Державного стандарту базової і повної загальної середньої освіти основне завдання навчання української мови та літератури полягає в формуванні в школярів компетентностей комунікативно доцільно й виправдано користуватися засобами мови в різних життєвих ситуаціях і сферах спілкування.

За Концепцією нової української школи однією з 10 компетентностей є інформаційно-цифрова, яка передбачає впевнене, а водночас критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією на роботі, у публічному просторі та приватному спілкуванні. Інформаційна й медіаграмотність, основи програмування, алгоритмічне мислення, робота з базами даних, навички безпеки в інтернеті та кібербезпеці. Розуміння етики роботи з інформацією (авторське право, інтелектуальна власність тощо) [2].

Впровадження засад медіаграмотності, медіаосвіти базується на засадах критичному мисленні.

Критичне мислення – складне й багаторівневе явище. Мислити критично означає вільно використовувати розумові стратегії та операції високого рівня для формулювання обґрунтованих висновків і оцінок, прийняття рішень. З педагогічної точки зору критичне мислення – це комплекс мисленневих операцій, що характеризується здатністю людини:

- аналізувати, порівнювати, синтезувати, оцінювати інформацію з будь-яких джерел;
- бачити проблеми, ставити запитання;
- висувати гіпотези та оцінювати альтернативи;
- робити свідомий вибір, приймати рішення та обґрунтовувати його [3].

У наш час постали такі проблеми, як нетривка зосередженість учнів, кліпове мислення, телефонозалежність. Дитяча свідомість перенасичена інформацією, яку вони дуже часто не вміють сприймати, аналізувати, оброблювати. Учні ніби опиняються в інформаційному лабіринті, з якого вчитель має змогу допомогти вийти, при цьому втративши невелику кількість часу, емоційної рівноваги, допомогти залишитись особистістю. Учителю потрібно виконувати роль «поводиря» в цьому засміченому інформацією світі. Особливу увагу потрібно звернути на те, що вчитель не єдине джерело інформації для учнів, а інколи, на жаль, ще й не авторитетне. Перше, що повинен зробити вчитель, – створити атмосферу співробітництва, партнерства, взаємодопомоги, яка сприятиме розвитку всіх 10 компетентностей сучасного учня. Тому актуальним є впровадження медіаосвіти під час уроків, особливо української літератури, де важливим є вміння працювати з інформацією. Беззаперечно, кожен урок, кожна тема, кожний етап вимагають різних педагогічних прийомів, адаптованих до конкретних ситуацій. Розглянемо деякі.

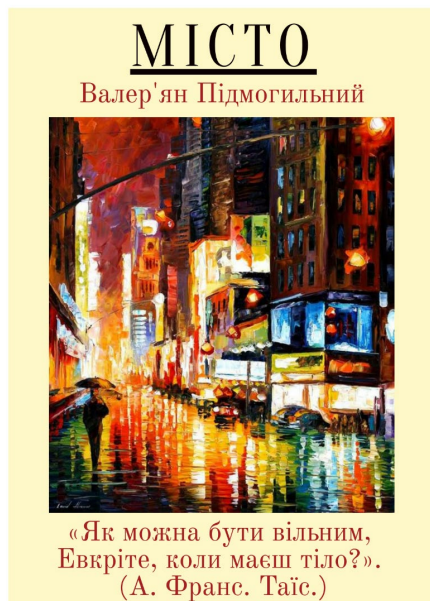
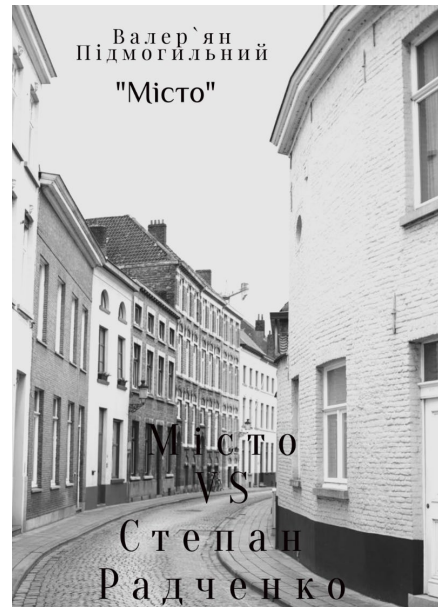
Усі прийоми повинні бути спрямовані на зацікавленість учнів, тобто потрібно залучати те, що сьогодні є невід’ємною частиною життя підлітків. Тому активно використовуємо гаджети учнів (телефони, планшети). Одним із видів залучення новітніх засобів є робота з QR-кодами. Використовування QR-кодів спонукає учнів до роботи з різними джерелами інформації. Можна закодувати інтернет-джерела, текстові повідомлення, посилання, тестові завдання, ігри та багато іншого.

Віртуальна екскурсія відрізняється від реальної тим, що відображає віртуально реально існуючі об’єкти. Це має великі переваги: доступність, можливість відвідати музей у будь-який момент. Значну роль відіграє пошуковий метод. Учні займаються дослідженням, аналізом, вивченням інформації, зіставленням.

Цікавою для учнів є вправа «Створення сторінки в соціальних мережах». Спочатку учням здається, що це просто захоплююча гра, але насправді для того, щоб створити сторінку, потрібно опрацювати та проаналізувати великий обсяг інформації, бажано з різних джерел, виокремити необхідний матеріал. Ця вправа може бути використана як під час проведення уроків з української літератури, так і мови. Залежно від теми змінюється й змістове наповнення цієї сторінки, зосереджуючи увагу на головних аспектах. Учні можуть або підготувати деякий матеріал заздалегідь, або створювати сторінку відразу на уроці.



Захоплює учнів і така вправа, як розробка обкладинки, афіші. Створюючи її, діти використовують не тільки знання, отримані з різних джерел, а й творчі здібності для адаптації цієї інформації. По закінченню обов'язкове обговорення символів, цитат, обраних учнями, їхня доречність. Це може бути створено як за допомогою звичайного паперу, олівців, так і за допомогою інтернет-ресурсів.





Учителі-філологи активно використовують екранізації програмних творів, але ніколи не діють за принципом «подивитися замість прочитати». Перегляд кінофільмів допомагає порівняти авторський текст з режисерською інтерпретацією та власним баченням якось події. Обов'язковим є проведення порівняльної характеристики героїв, сюжетних ліній, засобів зображення.

Подобається учням і уявне інтерв'ю з письменником, літературним героєм. Ця вправа потребує змістовної обізнаності з певного питання, тобто опрацювання декількох джерел, що можуть подавати суперечливі відомості, критичне сприймання їхнього змісту, підготовка запитань, презентація власної точки зору, якщо потрібно, то й її обґрунтування, аргументація.

Схожим з цією вправою є завдання створити підводку до телепрограми, враховуючи специфіку каналу, телепередачі.

Приклад такого завдання. Урок української літератури в 9 класі за темою «І. Котляревський «Наталка Полтавка». Наталка як уособлення найкращих рис української жінки. Проблема вибору». Учні об'єднуються в групи, наприклад, чотири. 1 група – телеканал «Інтер» телепередача «Стосується кожного», 2 група – телеканал «Україна» телепередача «Говорить Україна», 3 група – телеканал «СТБ» передача «Битва екстрасенсів», 4 група – телеканал «1+1» програма «Право на владу». Потрібно, орієнтуючись на специфіку передач, придумати назву випуску, головних героїв, можливих експертів, підводку, анонс. Тема «Ставлення до примусового браку крізь призму твору «Наталка Полтавка».

Цікаво учням самостійно побути в ролі маніпуляторів. Спочатку діти ознайомлюються з маніпулятивними технологіями, які використовуються під час створення, наприклад, реклами. Кожна технологія підкріплюється прикладами. Потім учні отримують завдання створити рекламу якогось твору, героя, предмета для певної цільової аудиторії, використовуючи маніпуляції.

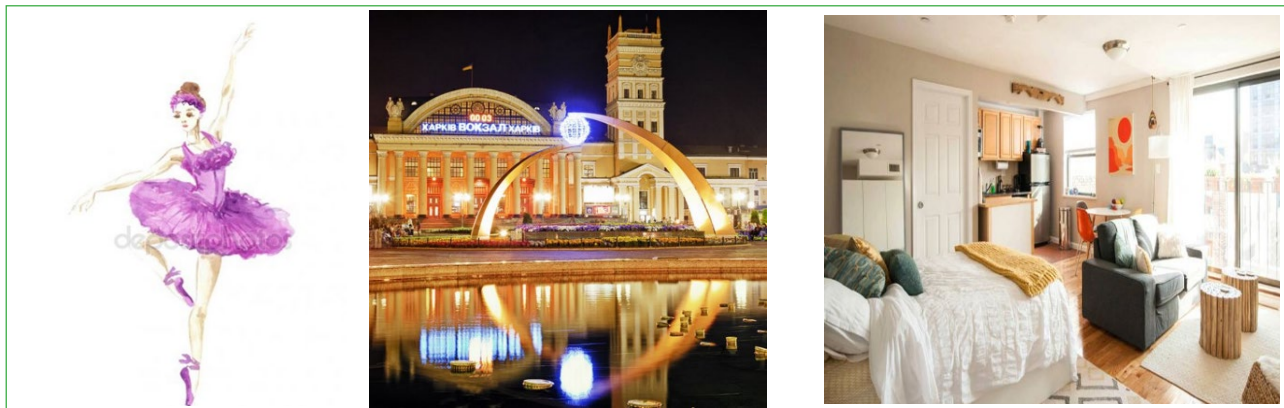
Полюбляють діти й погратися в Шерлока Холмса. Завдання полягає в тому, щоб за допомогою, наприклад, картинок, які характеризують персонаж, ситуації, пов'язані з ним, встановити ім'я героя.

Приклад такого завдання. Урок української літератури в 11 класі за темою «Зображення «цілісної» людини в єдності біологічного, духовного, соціального в романі «Місто» В. Підмогильного».

За допомогою картинок закодовані жінки головного героя роману «Місто» Степана Радченка.

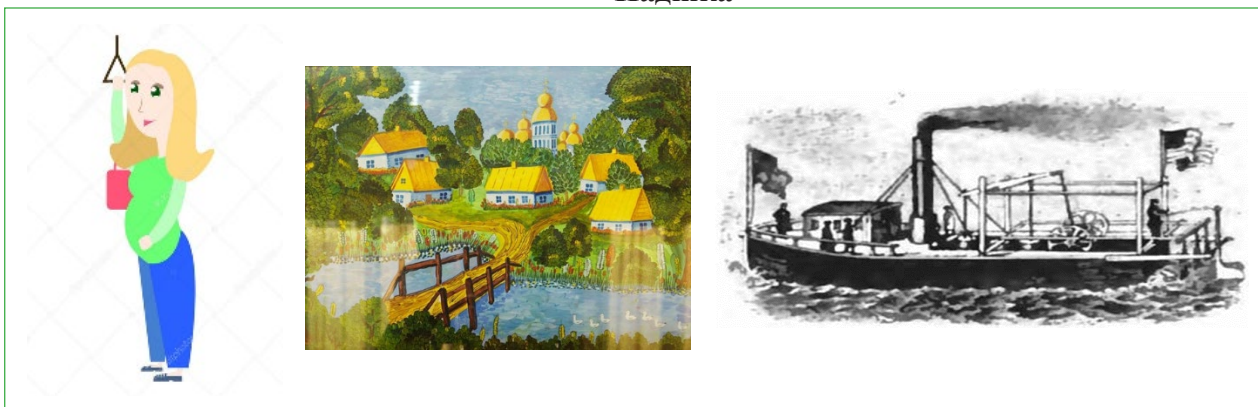
Під час роботи критично сприймаємо інформацію, аналізуємо, пригадуємо основні відомості, епізоди, пов'язані із зображеннями.

## Рита





## Надійка



## Тамара Василівна



## Зоська



Ще один вид роботи з учнями – це скрайбінг.

Скрайбінг (з англійської *scribe* – робити екскіз, нарис) – це метод розповіді чи пояснення, який супроводжується графічною ілюстрацією головного змісту сказаного. Виходить свого роду ефект паралельного наслідування, тобто ми слухаємо розповідь про щось і одночасно бачимо графічну відповідність почутого.

Головна мета скрайбінгу – допомогти краще опанувати зміст та запам'ятати сенс нової інформації завдяки залученню візуалізації. Окрім презентацій, таблиць, діаграм, разом з учнями створюємо скрайбінг-історії.

Спочатку для створення скрайбінг-історії для кожного героя потрібно створити символ, позначку, у якій будуть закодовані основні відомості, характеристики, риси характеру. Так, наприклад, Лукаш, головний герой казки-феєрії «Лісова пісня» Лесі Українки, може

бути зображений як сопілка, поділена навпіл, половина з серцем, а друга – з грішми. Климко з однойменної повісті Григора Тютюнника як мішечок з сіллю, вчителька – святкова сукня. Усе залежить від уяви учнів, але обов'язково ці позначки повинні відповідати змістові тексту. Учні захоплено пропонують свої символи-коди, виокремлюючи, на їхню думку, найважливішу характеристику для героя. Другий етап – це замальовування сюжету, використовуючи основні позначки героїв, при цьому ще раз проговорюємо основні події, характеризуючи персонажа, його вчинки, висловлюючи власну точку зору, позицію щодо певної ситуації, пропонуючи свої шляхи розв'язання проблеми. Для цього потрібно не тільки мати творчу уяву, а й обов'язково прочитати текст, тому цей метод ще сприяє й розвитку зацікавленості учнів у читанні текстів.



**Висновки.** Потрібно звернути увагу на те, що уроки української мови та літератури з використанням елементів медіаосвіти формують не тільки медіаграмотність учнів, а й сприяють розвитку предметних і ключових компетентностей, які передбачені в Державному стандарті. Основні методи та вправи роботи з учнями, описані у статті, сприяють формуванню особистості, здатної критично сприймати інформацію, аналізувати її, адаптувати, а також допомагають відчувати себе активним творцем медіатекстів. Перспективами подальших досліджень можуть бути пошуки способів підвищення професійної компетентності вчителя української мови й літератури в питанні добору, аналізу, створення медіатекстів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Про затвердження Державного стандарту базової і повної загальної середньої освіти [Електронний ресурс]. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1392-2011-%D0%BF>.
2. Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої освіти. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf>
3. Як розвивати критичне мислення в учнів (з прикладом уроку). [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://nus.org.ua/articles/krytychne-myslennya-2/>
4. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [Електронний ресурс]: //Режим доступу: [www.mediaosvita.com.ua/material/koncersiya-vprovadzhennya-mediaos...](http://www.mediaosvita.com.ua/material/koncersiya-vprovadzhennya-mediaos...)
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
6. Іванов В. Ф. Медіаосвіта та медіаграмотність: визначення термінів / В.Ф. Іванов, О.Я. Шкоба // Інформаційне суспільство. – 2012. – № 16. – С. 41-52.
7. Іванов В. Ф., Волошенюк О. В. Медіаграмотність: Підручник для вчителів. – К.: Центр вільної преси, Академія Української преси. –2017. –С. 319.

*In this article opened the main cases about implementation of media education on lessons of Ukrainian language and literature. Pedagogical techniques are analysed, which are used actively on the different steps of the lesson, examples of solving some exercises. A great attention is played to case of using media texts in process of studying: to find, to analyse and to create them, to present and to discuss collectively communicative advantages and disadvantages.*

**Keywords:** *critical thinking, technologies of media education, pedagogical techniques of development of critical thinking.*



Олена Семенов  
Сумський державний педагогічний  
університет імені А. С. Макаренка

## МЕДІАКУЛЬТУРА ВЧИТЕЛЯ-СЛОВЕСНИКА: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ФОРМУВАННЯ У ВИЩІЙ ШКОЛІ

*У статті здійснено огляд наукових напрацювань щодо понять медіаосвіта, медіаграмотність, медіакультура. На прикладі діяльності ресурсного центру професійного розвитку учителя української мови і літератури, науково-дослідної лабораторії «Медіакультура вчителя-словесника» в Сумському державному педагогічному університеті імені А.С.Макаренка окреслено окремі аспекти формування медіакультури майбутніх учителів української мови і літератури у процесі навчання мовно-мовленнєвих, мовно-методичних дисциплін. Формування медіакультури майбутніх учителів-словесників в умовах вищої школи розглядається як спеціально організований, компетентнісно орієнтований освітній процес, що здійснюється з урахуванням, зокрема, особистісного, культурологічного, текстоцентричного підходів, поетапно, на освітніх рівнях «бакалавр», «магістр».*

**Ключові слова:** *медіа культура, майбутній вчитель української мови і літератури, мовно-мовленнєва, мовно-методична підготовка, культура роботи з медіатекстом.*

**Постановка проблеми.** Стрімкий розвиток масмедіа як потужної складової гуманітарної безпеки держави актуалізує потребу формування медіакультури в українському суспільстві, стимулює і нові вимоги до професійної діяльності вчителя і вчителя-словесника зокрема. В освітньому процесі закладу загальної середньої освіти важливо навчити учнів критично споживати медіаінформацію, комунікувати в мережевому просторі, враховуючи соціальну толерантність, захищати себе від кібератак (булінг, тролінг, мова ворожнечі), створювати якісний медіапродукт. Отже, посилюється потреба формування медіакультури майбутніх учителів української мови і літератури у процесі фахової підготовки у вищій школі.

**Аналіз актуальних досліджень.** Питання щодо інтегрування медіаосвіти в навчальні програми закладів освіти різних рівнів та форм, медіаосвіти та медіаграмотності як важливих елементів формування світогляду сучасника представлені у Грюнвальдській декларації ЮНЕСКО (2007). На формуванні у громадян медіаінформаційної грамотності і медіакультури відповідно до вікових, індивідуальних та інших особливостей, підготовці особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою масмедіа акцентована увага в Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (2016). Специфіку формування і розвитку медіакультури вчителів досліджують І. Колеснікова, М. Ячменик та ін. В освітньому середовищі використовують програми і посібники Академії української преси (кер. – проф. В.Іванов), зокрема «Основи медіаграмотності для учнів 10-11 класів» (В. Іванов, Т. Іванова, О. Волошенюк, В. Літостанський, О. Даниленко, В. Мележик), «Основи медіа грамотності для учнів 8-9 класів» (О. Волошенюк, О. Мокрогуз, П. Коваленко та ін.

**Мета статті** – здійснити огляд наукових, науково-методичних напрацювань, на прикладі діяльності ресурсного центру професійного розвитку учителя української мови і літератури Центру (<http://rctpd.sspu.edu.ua/>; <https://www.facebook.com/groups/738691996506908/>), лабораторії «Медіакультура вчителя-словесника» в соціальній мережі (<https://www.facebook.com/groups/1544313565646322/>) в Сумському державному педагогічному університеті імені А. С. Макаренка окреслити окремі аспекти формування медіакультури майбутніх учителів української мови і літератури.

**Виклад основного матеріалу.** Окреслимо ключові поняття статті «медіаосвіта», «медіа грамотність», «медіа культура».

Аналіз наукових джерел ((І. Дичківська) [1]; Г. Онкович [4]) засвідчує, що поняття «медіаосвіта» розглядається фахівцями, зокрема, як форма безперервної освіти, процес навчання, самонавчання за посередництва медіа, науково-освітня сфера діяльності, яка має на меті допомогти сформувати психологічний захист від маніпуляцій й розвинути інформаційну культуру. Метою медіаосвіти, за Концепцією розвитку медіаосвіти в Україні (2016) [3], є формування медіакультури особистості в середовищі значущих для неї спільнот (малих груп, родин, навчальних і виробничих колективів, місцевих громад тощо).

Узагальнення наукових джерел (Л. Шевченко [7]) дає підстави розглядати поняття «медіаграмотність вчителя-словесника» як сукупність теоретичних знань з медіаосвіти і практичних умінь сприймати і критично аналізувати медіаінформацію різних видів і жанрів, створювати і використовувати у навчанні мовно-літературних предметів педагогічно доцільні медіаосвітні продукти (медіатексти).

Поняття «медіакультура особистості», як засвідчує аналіз, означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, здійснювати ціннісно-вольову рефлексивну регуляцію інформаційної поведінки (Концепція упровадження медіаосвіти в Україні) [3]; яка сприяє розвитку знань, умінь і навичок повноцінного сприймання та інтерпретації інформації за допомогою медіаресурсів (І. Колеснікова) [2].

На основі дослідно-експериментальної роботи, яка триває на базі Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка, визначили складники медіакультури вчителя-словесника: знаневий, практично-діяльнісний і мотиваційно-ціннісний. У межах статті більш детально зупиняємось на практично-діяльнісному компоненті, до якого відносимо текстові, жанрові, мовнокомунікативні; інформаційно-технологічні, проєктувальні уміння.

Формування медіакультури майбутніх учителів-словесників в умовах педагогічного університету розглядаємо як спеціально організований, компетентнісно орієнтований освітній процес, що здійснюється з урахуванням, зокрема, особистісного, культурологічного, текстоцентричного, компетентнісного підходів, а результатом є сформована медіа культура вчителя.

Окреслимо потребу наукових підходів. Відповідно до особистісного підходу важливою є цілісна особистість студента, його мотиви, потреби, інтереси, прагнення до безпечної та ефективної взаємодії: учитель-інформація-медіа-учень, здібності, схильності, особливості емоційної сфери, бажання глибше усвідомити, критично осмислити цінності медіаосвіти як фундаментальної складової гуманітарної безпеки Української держави.

Дотримання положень компетентнісного підходу дає можливість спрямовувати освітній процес на більш якісне формування текстових, жанрових, мовнокомунікативних, інформаційно-технологічних, проєктувальних умінь студентів у процесі навчально-пізнавальної, гурткової роботи і педагогічної практики. Культурологічний та текстоцентричний підходи застосовуємо для формування культури роботи з медіатекстом, що полягає у спостереженні й осмисленні текстових ознак, визначенні теми й головної думки тексту, з'ясуванні жанру, структури, заголовку, мовних засобів, ключових слів, їх доцільність чи недоцільність, побудові власного тексту.

Важливо також дотримуватись і низки принципів. Для забезпечення міждисциплінарного зв'язку курсів фахової української мови, лінгвістичного аналізу тексту, медіакультури важливий принцип міждисциплінарної інтеграції. Принципу текстоцентризму дотримуємось при написанні медіа текстів; дотримання принципу розвитку критичного мислення дозволяє здійснювати аналіз медіа тексту за критеріями: надійність, вірогідність, якість, цільове призначення, розуміння меседжу повідомлення. Принцип естетичної вартісності медіатекстів актуалізуємо через потребу використовувати взірцеві медіатексти, які виховують естетичний смак (дет. див. [6; 8]).

Формування медіакультури майбутніх учителів-словесників в умовах педагогічного університету відбувається поетапно (у межах статті розглядаємо таку модель на освітніх рівнях «бакалавр», «магістр»). У змісті професійної підготовки майбутніх учителів української мови і літератури акцентуємо увагу на такі блоки: мовно-мовленнєвий, мовно-методичний:



«Фахова українська мова» – 1 курс, «Культура української мови» – 3 курс, «Методика навчання української мови» – 3-4 курси, «Лінгвістичний аналіз тексту» – 4 курс; «Методика викладання української мови у вищій школі» – 5(6) курс; медіаосвітній: «Медіаосвіта» – 1 курс; «Медіакультура вчителя-словесника» – 3 курс. Ураховуємо міждисциплінарні зв'язки із дисциплінами «Інформаційні технології» – 1 та 5(6) курси; «Педагогіка» – 1 курс; «Психологія» – 2 курс.

Поетапна робота у процесі навчальних занять з мовно-мовленнєвих курсів заактуалізовує необхідність пояснити терміни «медіатекст», «медіалінгвістична грамотність», «культура дослідницької роботи з медіа текстом». Медіатекст вчені характеризують в об'єктиві механізмів взаємодії тексту та реципієнта, в результаті чого в його мовній свідомості формується інформаційна картина світу як результат систематичної взаємодії реальності одного типу (концептуальної картини світу індивіда) з гетерогенною реальністю іншого типу (медіареальністю). За способом виробництва медіатекст називають або авторським (стаття оглядача, репортаж кореспондента), або колективним (матеріали новинного характеру від інформаційних агентств – Інтерфакс, ІТАР-ТАРС, CNN, Reuter, BBC та ін.) [7, с. 123].

Медіалінгвістична грамотність передбачає оволодіння культурою роботи з медіа текстом, зокрема, уміннями сприймати медіатекст, критично його перевіряти, розпізнавати факти і судження медіа інформації, типові вербальні та невербальні засоби, які вказують на наявність маніпуляції, пропаганди, прихованого змісту повідомлення; застосовувати різні види критичного читання медіатекстів на відому та нову тематику; розрізняти важливі і другорядні деталі медіаповідомлення; визначати зв'язок між компонентами змісту, структури та мовним оформленням медіатекстів різних жанрів; складати телевізійні, радіотексти (новина, замітка, повідомлення, інтерв'ю, есе, репортаж) з урахуванням структурно-сміслових, мовностилістичних особливостей; оцінювати медіатекст із огляду нормативності, здійснювати роботу над помилками в тексті, редагувати (дет. див. [6]).

Уведення медіа освітнього компоненту у мовно-методичні дисципліни дає підстави пояснити введення терміна «Медіадидактична грамотність». Медіадидактична грамотність передбачає наявність у майбутніх учителів знань навчального та виховного потенціалу медіатекстів, їхніх видів, функцій; особливостей медіасприйняття школярами, дидактико-методичних умов упровадження у професійній діяльності готових медіапродуктів і створення власних.

Розглянемо деякі аспекти змістового наповнення занять з навчальних дисциплін. Зміст курсу «Фахова українська мова» збагачуємо розглядом термінів мова медіа, медіатекст, медійна комунікація, медіатекстова діяльність, медіаінтерпретація. Зокрема, під час опрацювання теми «Вербальна і невербальна комунікація: прихований контекст» працюємо з усними і писемними медіатекстами: створюємо промови до захисників України, враховуючи комунікативну, конструктивну, апелятивну, емотивну, метамовну функції мови. Створені відеозаписи промов розміщуємо на професійно зорієнтованій сторінці «Медіакультура вчителя-словесника» в соціальній мережі Фейсбук.

До програми навчальної дисципліни «Лінгвістичний аналіз тексту» вводимо теми з культури роботи з текстом газетного, журнального жанрів. Під час занять ознайомлюємо із поняттями «медіатекст», «медіалінгвістика», «медіалінгвістичний дискурс», «масмедіа», «медіакомунікація», окреслюємо етапи аналізу композиції медіатексту. Пропонуємо студентам завдання на здійснення лінгвістичного аналізу фрагментів медіатекстів, виділення в тексті головної думки. Спрямовуємо роботу студентів на формування медіалінгвістичної грамотності, що передбачає системне засвоєння логічних, композиційних, стилістичних, мовних особливостей медіатекстів: журналістського, PR, рекламного, знаходження найбільш доцільних мовленнєвих засобів під час редагування медіа текстів, роботу з довідковою літературою, інформаційною системою Інтернет для самостійного пошуку необхідної інформації під час редагування медіатекстів.

Культура роботи з медіатекстом на заняттях охоплює такі компоненти, як психологічні передумови сприйняття медіатексту, здатність проаналізувати текст, осмислити. Доцільним є формування умінь структурувати, виокремлювати інформацію з одного чи кількох медіадже-

рел, тему й мікротеми, розрізняти важливі і другорядні деталі медіаповідомлення; застосовувати різні види критичного читання медіатекстів на відому та нову тематику; визначати зв'язок між компонентами змісту, структури та мовним оформленням медіатекстів, що належать до різних стилів і жанрів.

Відзначимо необхідність умінь складати текст різних типів (електронні, телевізійні, радіо), стилів і жанрів (новина, замітка, повідомлення, інтерв'ю, нарис, есе, фейлетон, репортаж, ток-шоу, реаліті-шоу); аргументувати власну позицію щодо визначеної проблеми в тексті; оцінювати медіатекст з огляду нормативності (впізнавати, аналізувати, зіставляти мовні явища, фактів; здійснювати роботу над помилками в тексті, редагувати).

Важливі завдання на формування умінь розпізнавати типові невербальні засоби, які вказують на наявність прихованого змісту повідомлення, розуміти підтекст у повідомленні, зокрема виражений невербально; володіти прийомами комунікативної взаємодії відповідно до мети і ситуації спілкування; обґрунтовувати свою позицію щодо почутого повідомлення з увагою до окремих деталей; визначати естетичну цінність медіатексту.

Результатом розуміння медіатексту є здатність відтворити почутий, прочитаний, побачений матеріал. Для ефективного аналізу медіатексту важливо дотримуватися культури читання, текстової культури, моделювати зв'язний текст із урахуванням структурно-сміслових, композиційних особливостей, умінь працювати з різними словниками, у т.ч. інтернет-порталом «Словники України онлайн».

Формування культури роботи з медіатекстом продовжуємо під час курсу методики навчання української мови, який доповнюємо питаннями медіадидактики, формування медіатеки до уроків та гурткової роботи і моделювання планів-конспектів уроків, гуртків, виховних заходів із використанням засобів медіаосвіти; підготовки медіапроектів у процесі педагогічної практики; розробки медіащоденника. Важливо, як майбутній учитель самостійно добиратиме медіатекст, які способи роботи з медіатекстом використовує, враховуючи педагогічну мету застосування на уроці (радіогазета, блог), те, кому призначений медіатекст, за потреби використовуючи окремі прийоми скорочення; створює різні за обсягом медіатексти різних типів, стилів і жанрів, пов'язуючи актуальні ідеї та аргументуючи власну позицію щодо самостійно визначеної проблеми; імпровізує з медіа текстом, взаємодіє з іншими через власний медіа освітній продукт / медіатекст (наприклад, допис до шкільного веб-сайту, відеоролик). Завдання з методики навчання української мови включають також розробку плану і проведення уроку за допомогою презентації Microsoft Power Point; формування медіатеки і розробку поурочних планів із застосуванням відібраних медіапродуктів, власних дидактичних матеріалів до уроків.

Ураховуємо міждисциплінарні зв'язки із дисциплінами «Інформаційні технології» – 1 та 5(6) курси; «Педагогіка» – 1 курс; «Психологія» – 2 курс. Зокрема, до курсу «Інформаційні технології» уведено тему «Технологія створення і редагування засобів медіаосвіти», під час занять пропонуємо опанувати програми пакету Microsoft Office для створення, редагування власного медіатексту (друкованого (Word), мультимедійного (Power Point), графічного (Paint), моделювання газет (Publisher); програми обробки, нарізки, відтворення звуку й відео: програвачі (Adobe Flash Player, KMPlayer, AIMP, Winamp, Windows Media Player та ін.); редактори відео (Windows Movie Maker, XMedia Recode, Windows Live Movie Maker та ін.) (дет. див. [8]).

У курсі «Психологія» привертаємо увагу до питань «Вплив медіа на вікові особливості школярів», «Як розпізнати маніпуляційні впливи у віртуальному просторі», «Негативні тенденції гаджетозалежності школярів», «Медіагігієна психофізіологічного стану учнів», «Мозаїчне (кліпове) мислення – глобальна інтелектуальна катастрофа людства», «Уніфікація людства – «смайл», «лайк», «гіф» – чужі емоції, чуже життя», «Хто господар «фабрики» фейків?», розглядаємо аспекти психології комунікативної взаємодії суб'єктів освітнього процесу в онлайн-діалозі: дезінформація, булінг, маніпуляції, особливості комунікації, активного слухання, емпатії, толерантності.

У Сумському державному педагогічному університеті імені А. С. Макаренка читаються спеціальні курси «Медіаосвіта» і «Медіакультуар вчителя-словесника» (викл. – Ячменик М.

М.). Програму дисциплін спрямовано на формування у студентів таких умінь: розрізняти типологію сучасних засобів масової інформації; визначати структуру медіатексту/ медіапродукту; орієнтуватися в тенденціях розвитку медіаосвіти в Україні та зарубіжжі; аналізувати мову (доречність, чистоту, правильність, точність) та достовірність медіаджерел; створювати нові якісні медіатексти/медіа продукти на основі поєднання різноманітних технічних та програмних засобів медіаосвіти; виявляти маніпулятивний контент медіа; використовувати міжнародні, законодавчі, нормативно – правові документи під час планування проведення медіаосвітніх заходів (тренінгів, уроків, виховних годин); аналізувати явища і процеси в соціально-економічному житті суспільства в минулому та сучасному вимірах; давати оцінку культурно-історичному розвитку суспільства, його культурному і духовному надбанню використовувати в навчально-виховному процесі приклади нега-тивних соціальних тенденцій, що створюють засоби масової інформації (пониження рівня моральних і духовних потреб молоді, створення негативних ідеалів і кумирів, героїв тощо); запроваджувати в навчально-виховному процесі інноваційні технології навчання, створювати єдиний інформаційний простір (інтерактивність, комунікативність, мультимедійність, індивідуалізація тощо); уміти сприймати, усвідомлювати, критично мислити, осмислювати; виділяти головне, суттєве, моделювати зв'язний медіатекст із урахуванням структурно-сміслових, жанрово-композиційних особливостей та принципів побудови тексту, новизни; готувати рецензії; оцінювати зміст, форму і стиль аудіовізуальної та друкованої інформації; здійснювати перевірку медіаінформації на норми академічної доброчесності, норми запозичень, достовірність цитат та ін.; розпізнавати гіперболізацію медіа змісту повідомлень та пояснювати мету їх використання; використовувати засоби медіаосвіти у професійній діяльності, розвитку культури медіаігієни для здійснення безпечної та усвідомленої комунікації в мережевому просторі, співдії із засобами мас-медіа; стимулювати професійний розвиток, саморозвиток та рефлексію.

Пропонуємо для студентів виконання завдань дослідницького характеру з медійним текстом різних видів та жанрів (газетного, журнального, інтернет (сайти, блоги, форуми, інтернет-видання та ін.), підготувати критичне есе, проєкти з медійної комунікації та нетикету, медіаосвітні квести. Для аналізу важливі документальні медіатексти (репортаж, нарис, портрет, інтерв'ю, есе), науково-популярні медіатексти, навчальні, ігрові (фільми, кіно, телепередачі, відеокліпи, аналізуємо їхню специфіку, тематичне розмаїття і т. ін.); досліджуємо їхні функції, основні ознаки – оперативність, інформаційність, наочність. Аналізуємо мову радіо тексту, поєднання словесного і звукового ряду, використання широкого спектру можливостей аудіоряду музики, шумових ефектів, фонетичних і паратембральних властивостей мовлення (інтонація, темп, індивідуальні голосові якості) робить мову радіо потужним засобом впливу на масову аудиторію, специфіку телевізійного спілкування (поєднання вербального, звукового, візуального), вивчаємо можливості громадського радіо і телебачення в освітній діяльності закладів.

На заняттях навчаємо визначати, зокрема, маніпуляції в телесюжетах, аналізувати, як постановка кадру впливає на глядача, способи саморозвитку до критичного мислення, методи декодування медіатекстів, схематично будувати структуру українського медіаринку, знаходити шляхи до ефективного конструювання власних медіамеседжів. Укладаємо критичну пам'ятку розуміння і створення медіамеседжу «Медіаігієна споживача»: кожний меседж конструється з конкретною метою («карта власності» українських ЗМІ); різні люди по-різному інтерпретують отримані медіамеседжі, залежно від середовища, знань, умінь і навичок; медіамеседжі можуть бути використані з метою маніпуляції, дезінформації зловмисниками задля власних цілей; прихований медіамеседж може бути у будь-якому жанрі медіатексту: друкованому, аудіовізуальному – реклама, пісня, телепрограма, кінофільм, Інтернет-текст; важливо читати не тільки зміст медіатексту (заголовки, абзаци, підписи під фото (фотомистецтво Інстаграму), а довести до автоматизму вміння аналізувати медіамеседжі перевірки його джерела, авторства; основні прийоми маніпуляцій (коли ЗМІ лобіюють інтереси однієї із сторін конфлікту; некомпетентний підбір як очевидців та експертів, використання мовних штампів, заміна фактів судженнями, оцінкою журналіста, власною думкою, гра емоціями, для підсилення новини та досягнення поставленої мети та ін.).

Проектуючи завдання, враховуємо специфіку критичного аналізу тексту, звертаємо увагу на виявлення в медіатексті ознак маніпулятивного впливу; співвідносимо зміст і мовне оформлення власного медіатексту з текстами інших із метою його вдосконалення, пропонуємо студентам конвертувати медіа текст з одного жанру в інший, створити, інтегрувати власний медіатекст на основі почутого, побаченого (аудіовізуальний текст).

Заняття спецкурсів і методики навчання української мови доповнюємо питаннями медіадидактики, формування медіатеки до уроків та гурткової роботи. Ураховуємо, що вчитель як предметник і класний керівник, наставник, має формувати теоретичну базу знань учнів із основ медіаграмотності і практичних навичок ефективної та безпечної взаємодії з інформацією, отриманою з медіаджерел, у тому числі з урахуванням використання засобів сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у повсякденній практичній, зокрема в навчально-пізнавальній діяльності учнів та в їхньому міжособовому спілкуванні; навчає сприймати і переробляти інформацію, що передаються каналами масмедіа. Є необхідність формувати в учнів уміння розуміти прихований зміст того чи іншого повідомлення, протистояти маніпулюванню свідомістю та пропаганді під кутом мас-медіа.

Аналіз звітної документації засвідчив недостатню роль педагогічної практики у формуванні низки професійних умінь студентів, тому уводимо до курсу методики навчання української мови теми «Медіатекст на уроках і в позаурочній діяльності», розглядаємо методичні прийоми занять, проведення шкільного факультативу з основ медіакультури, пропонуємо такі форми і методи: рецензія, твір; творчі роботи (написання репортажу, статті, інтерв'ю, есе тощо). На заняттях із курсу методики навчання української мови пропонуємо завдання на створення допису до шкільної газети, шкільного веб-сайту, блога, ознайомлення з українським лінгвістичним інтернет-порталом «Словники України», на аналіз посібників із медіаграмотності, медіаосвітніх сайтів, проектів Академії Української Преси, розвиток умінь створювати власний медіатекст, планувати роботу гуртка з медіаосвіти в школі.

Залучаємо студентів до участі в імітаційно-моделюючих, дидактичних іграх, онлайн-тренінгах, майстер-класах, дискусіях із запрошенням фахівців, конкурсах соціальних проектів, у роботі Кіноклубу. Зокрема, аналіз мови помилок ведучих телевізійних програм, компонування відеофрагментів, побудови телетексту здійснюємо під час перегляду навчально-освітніх телепрограм, безпосереднього спілкування із журналістами, екскурсії на телестудію СумДУ, обласне телебачення.

У межах курсу спільно зі студентами проектуємо семінар для викладачів, студентів Сумської духовної семінарії, для співробітників спархіяльних медіа. Дискутуємо про підготовку кваліфікованого тексту інформаційних повідомлень, роботу з фактажем, вимоги до правильного написання і оформлення статей для друкованих видань, написання новин, редагуємо тексти.

Отже, узагальнення теоретичного пошуку й експериментальної роботи в Сумському державному педагогічному університеті імені А. С. Макаренка на прикладі ресурсного центру професійного розвитку учителя української мови і літератури Центру (<http://rctpd.sspu.edu.ua/>; <https://www.facebook.com/groups/738691996506908/>), лабораторії «Медіакультура вчителя-словесника» в соціальній мережі (<https://www.facebook.com/groups/1544313565646322/>) дозволило здійснити огляд наукових, науково-методичних напрацювань, на прикладі діяльності в Сумському державному педагогічному університеті імені А. С. Макаренка окреслити окремі аспекти формування медіакультури майбутніх учителів української мови і літератури.

Поняття «медіа культура особистості» визначаємо як здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, до структури медіакультури вчителя-словесника відносимо знаневий, практично-діяльнісний і мотиваційно-ціннісний складові.

Формування медіакультури майбутніх учителів-словесників в умовах педагогічного університету розглядаємо як спеціально організований, компетентісно орієнтований освітній процес, що здійснюється з урахуванням, зокрема, особистісного, культурологічного, текстостороннього підходів, поетапно, на освітніх рівнях «бакалавр», «магістр». У змісті профе-



сійної підготовки майбутніх учителів української мови і літератури акцентуємо увагу на такі блоки: мовно-мовленнєвий, мовно-методичний: «Фахова українська мова» – 1 курс, «Культура української мови» – 3 курс, «Методика навчання української мови» – 3-4 курси, «Лінгвістичний аналіз тексту» – 4 курс; «Методика викладання української мови у вищій школі» – 5(6) курс; медіаосвітній: «Медіаосвіта» – 1 курс; «Медіакультура вчителя-словесника» – 3 курс. Ураховуємо міждисциплінарні зв'язки із дисциплінами «Інформаційні технології» – 1 та 5(6) курси; «Педагогіка» – 1 курс; «Психологія» – 2 курс.

Поетапна робота у процесі навчальних занять з мовно-мовленнєвих курсів заактуалізує необхідність культури дослідницької роботи з медіатекстом, зокрема уміннями сприймати медіатекст, критично його перевіряти, розпізнавати факти і судження медіа інформації, типові вербальні та невербальні засоби, які вказують на наявність маніпуляції, пропаганди, прихованого змісту повідомлення; застосовувати різні види критичного читання медіатекстів на відому та нову тематику; розрізняти важливі і другорядні деталі медіаповідомлення; визначати зв'язок між компонентами змісту, структури та мовним оформленням медіатекстів різних жанрів; складати телевізійні, радіотексти (новина, замітка, повідомлення, інтерв'ю, есе, репортаж) з урахуванням структурно-сміслових, мовностилістичних особливостей; оцінювати медіатекст із огляду нормативності, здійснювати роботу над помилками в тексті, редагувати.

Педагогічна практика дозволяє перевірити сформованість медіа культури вчителя, чому будуть присвячені наступні статті.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Дичківська, І. М. (2004). Інноваційні педагогічні технології: навчальний посібник. Київ: Академвидав.
2. Колеснікова, І. В. (2014). Розвиток медіакультури вчителів у закладах післядипломної педагогічної освіти. (Дис. канд. пед. наук: 13.00.04). Житомир.
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) від 21 квітня 2016 р. № 1-2/7-110 Відновлено з: [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/)
4. Онкович, Г. В. (2008). Медіаосвіта як інтелектуально-комунікативна мережа. Вища освіта України, 3, 130-137
5. Семенов О., Ячменик М. М. (2019) Мовно-методична підготовка майбутнього вчителя-словесника до використання засобів медіаосвіти: теорія і практика: монографія. Суми : Видавництво СумДПУ імені А. С. Макаренка.
6. Семенов, О. М., Ячменик, М. М. (2015). Медіакультура вчителя-словесника: навчальний посібник. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка.
7. Шевченко, Л. І. (2014). Медіалінгвістика: словник термінів і понять. Київ: ВПЦ «Київський університет».
8. Ячменик М. М. (2019) Підготовка майбутніх учителів української мови і літератури до використання засобів медіаосвіти у професійній діяльності: дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук за спеціальністю 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти. – Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

**Лариса Овсяннікова**

Спеціаліст вищої категорії

Харківське музичне училище ім. Б. М. Лятошинського  
Харківська гімназія № 6 «Маріїнська гімназія»

**Олена Суховерхова**

Спеціаліст вищої категорії, аспірантка Кафедри «Педагогіка, методика та менеджмент освіти» Української інженерно-педагогічної академії

Харківська загальноосвітня школа №160

## **ВИКОРИСТАННЯ МЕДІАОСВІТНІХ ВПРАВ У ПРОЕКТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В ЗПТО ТА ЗЗСО**

*У статті автори роблять спробу показати доцільність використання медіаосвітніх вправ у проектній діяльності в закладах професійно-технічної освіти та закладах загальної середньої освіти. Наданий аналіз переліку навичок та компетенцій які набувають учні під час роботи з медіаосвітніми вправами. Формулюється висновок про необхідність побудови системи медіаосвітніх вправ, яка використовуватиметься в проектній діяльності на уроках англійської мови.*

**Ключові поняття:** *медіаосвіта, компетентність, медіаграмотність, критичне мислення, інтерактивні технології.*

На сучасному етапі в Україні гостро постало питання медіаосвіти та медіаграмотності, тому що від якості отримуваної інформації залежить наше майбутнє, у тому числі й майбутнє нашої держави. Процес отримання інформації є невід'ємною складовою нашого життя. Зрозуміло, що без отримання й опрацювання інформації людина існувати не може, оскільки вже з ранніх етапів свого життя постійно змушена сприймати та аналізувати її.

У зв'язку з прийняттям Концепції впровадження медіаосвіти та медіаграмотності в Україні [2] та проведенням експериментальної роботи у навчальних закладах, дослідження є актуальним і перспективним. Включення у навчально-виховний процес вправ з медіаграмотності дає змогу вчителю урізноманітнити види завдань на уроці іноземної мови, зробити урок життєвим та комунікативно спрямованим.

В умовах інформаційних технологій необхідно навчити дитину самостійно здобувати знання, орієнтуватися на використання здобутих знань у повсякденному житті. А інтерактивні та інноваційні методи навчання не лише підвищують ефективність оволодіння мовою, а й виховують особистість і готують її до реального життя.

Саме використовуючи принципи компетентісно-орієнтованого підходу до навчання у поєднанні з інтерактивними технологіями та вправами, спрямованими на формування медіаграмотності учнів, викладач досягне високих результатів у своїй педагогічній майстерності. Застосування запропонованого комплексу вправ дозволяє досягти високого рівня знань учнів з іноземної мови, розвинути критичне мислення, набути мовних та життєвих компетенцій. Під час виконання проектів активізується креативна та творча діяльність учнівства, спрямована на отримання результатів самостійних досліджень з допомогою викладача. Насправді дослідницька та проектна діяльність проходить етапи від зародження ідеї до створення результату і, відповідно, презентації продукту. Можемо виділити загальні методи дослідницької діяльності для розв'язання практично – орієнтованих завдань, які будуть використані під час роботи: спостереження, порівняння, абстрагування, моделювання, формалізація, синтез, аналіз, оціню-

вання тощо. Навчання з використанням медіаосвітніх вправ передбачає проходження учнями певних етапів у роботі: постановка проблеми, обговорення завдань, складання уявлення про шляхи вирішення, структурування результатів, тестування та допрацювання. Ці етапи є основою до проектного підходу у навчанні [1].

Використання медіаосвітніх вправ не тільки допомагає вчителям чітко визначитись з очікуваннями учнів, але також допомагає учнівству встановити чіткі очікування для себе. Мається на увазі, вони орієнтуються, що робитимуть надалі у майбутньому з отриманими навичками критичного мислення. Використання цих вправ має відношення до того майбутнього в якому житимуть та працюватимуть на учні. Школяри усвідомлюватимуть можливість застосувати навчальну програму та розумітимуть чинники власного розвитку.

Крім того, постає питання інтегрованого підходу запровадження медіаосвіти у навчальний план. І тут не можна не згадати Сінді Шейбе та Фейз Рогоу, які зазначали: «Освіта з медіаграмотності не найкращий засіб для навчання будь-чого, й ми не рекомендуватимемо замінити нею те, що вже добре працює. Але освіта з медіаграмотності може стати у пригоді досвідченим учителям, щоб вдихати нове життя у застарілі заняття. Це також може бути ефективним способом залучення учнів з різноманітними потребами в навчанні (диференційоване викладання) та таких учнів, які не виявляють цікавості у навчальному процесі. Й жодна інша річ так не розпалює пристрасть у вчителів як учні, що залучаються до того, що вони вчать» [3, 113].

Вибір типів медіа також є важливим питанням підготовки учителя до уроку. Від них залежить вид вправ, які можна застосувати та форма уроку. Сінді Шейбе та Фейз Рогоу пишуть: «Готуючись до занять, спробуйте використати документи:

- сучасні та історичні;
- високо – і низько – технологічні;
- масові й альтернативні;
- комерційні й незалежні;
- професійні і любительські; а також
- такі, що представлятимуть різні медіа жанри (наприклад, документальний фільм і драма, теленовини, аналітика, доку-драма, реалітіпрограми; гіп-гоп, кантрі, фолк та класична музика) та медіа форми (наприклад, аудіо, текст та відео)» [3, 120].

Слід пам'ятати про необхідність фіксувати медіаосвітні цілі у поурочному плані учителя. Так, прописуються цілі з англійської мови і паралельно цілі роботи з медіатекстом. Це дає можливість учителю точніше визначити результат уроку та розширити практичні можливості навчання. Якщо у плані детально описано, яким чином використовуються технічні засоби навчання на уроці, то можна уникнути небажаних технічних проблем та передбачити загрози, які пов'язані з роботою в Інтернеті.

Медіаграмотність інтегрується до програми з англійської мови та інших гуманітарних дисциплін, суспільних наук і дисциплін, пов'язаних з охороною здоров'я, упродовж кількох останніх десятиліть, тому не дивно, що, коли йдеться саме про ці галузі, прикладів можна знайти багато. Сінді Шейбе та Фейз Рогоу надали приклади інтеграції медіаосвіти в уроки англійської мови та літератури [3, 184-188] та суспільні науки, математику, основи здоров'я, мистецтво, фізичне виховання та спорт.

За Сінді Шейбе та Фейз Рогоу: «Вправи з медіаграмотності можуть бути особливо ефективні для учнів із обмеженими знаннями англійської мови, бо вони надають можливість для інтеграції зображення в навчання» [3, 202].

Інтернет дає широкі можливості для пошуку та підбору готових планів уроків з медіаграмотності, відео – та аудіо – текстів, сайтів новин, блогів та влогів. Так австралійський сайт «Медіа Освіта» (Media Education) [4] надає безкоштовні підбірки новин та матеріалів на глобальні теми та вправи, але необхідна реєстрація. Медіаосвіта вивчається у США як окремий предмет та інтегрується у інші навчальні предмети. Так, університет Роуд Айленда має школу зв'язку та засобів масової інформації, а також сайт «Лабораторія медіаосвіти» (Media Education Lab), на якому у відкритому доступі є багато цікавої інформації та ідей для вико-

ристання з історії та правил функціонування таких сучасних форм як влог та блог, розробка додатку для мобільних телефонів, серія відео про пропаганду у світі. [5] Національна освітня асоціація Вашингтону, округ Колумбія, пропонує корисні матеріали з країнознавства, охорони здоров'я та самої медіаграмотності [6]. Сайт «Діяльність щодо медіаосвіти» (Action 4 Media Education) подає корисні поради впровадження медіаосвіти та посилання на сторонні ресурси високої якості, різної якості та різноманітного спрямування. [7] Корисним може бути стаття «50 Activities to Promote Digital Media Literacy in Students» сайт TeachThought [8], який дає змогу учителям підібрати вправи для урізноманітнення та доповнення видів діяльності учнів на уроках гуманітарного циклу.

Також не можна не згадати сайт Академії української преси, на якому у розділі «Видання. Бібліотека масової комунікації та медіаграмотності» знаходяться електронні версії підручників та посібників, які можуть стати в нагоді вчителям різних предметів та класним керівникам. Так, В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк у виданні «Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник для студентів педагогічних коледжів» пропонують цікаву теоретичну базу та методику викладання медіаграмотності як окремого предмета; С. Чернявський розробив практичний посібник зі створення шкільної газети [10]; В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк, О. П. Мокрогуз у посібнику «Основи медіаграмотності: Навчально-методичний посібник для вчителя 8 (9) клас. Плани-конспекти уроків» розмістили готові плани-конспекти. [11] Проте всі вони мають бути адаптовані до використання на уроках іноземної мови.

### Засоби медіаосвіти і медіаграмотності

<b>РІВЕНЬ КОРИСТУВАЧА</b>
застосування технічних засобів для відтворення аудіо – відео – контенту
застосування технічних засобів для пошуку інформації в Інтернеті чи на цифровому носії інформації
застосування технічних засобів для створення власного медійного контенту
«агентства медіа / media agencies» (аналіз системи функціонування, цілей, тощо джерел інформації, які створюють і розповсюджують медіатексти)
«категорії медіа / media categories» (аналіз типів медіатекстів – за видами, жанрами тощо)
«технології медіа / media technologies» (аналіз технологічного процесу створення медіатекстів)
<b>РІВЕНЬ АНАЛІТИКА</b>
«мова медіа / media languages» (аудіовізуальні засоби вираження, коди та знаки, стиль і т.п. медіатекстів)
Аналіз персонажів медіатекстів (аналіз характерів, мотивів поведінки, ідейних орієнтацій, дій персонажів тексту)
Герменевтичний аналіз (дослідження процесу інтерпретації культурних, історичних, гендерних чинників, що впливають на точку зору автора тексту)
Автобіографічний (особистісний) аналіз (зіставлення свого життєвого досвіду, подій особистісного життя, проявів свого характеру в різних ситуаціях із життєвим досвідом персонажів медіатексту)
Іконографічний аналіз (асоціативний аналіз зображення в медіатексті предметів, понять, символів, наприклад вода – символ чистоти, а вогонь – символ руйнування)
визначення джерела медіатекстів, їх політичні, соціальні, комерційні, культурні інтереси, їх контекст
Порівняння медіатекстів
Відокремлення фактів від особистої думки автора
Перевірка правдивості/неправдивості інформації у медіатексті



<b>Обговорення фільмів / книжок</b>
Екранізація як відображення режисерського світосприйняття, особливостей часу створення фільму
Екранізація як переосмислення першоджерела, як відправна точка у створенні іншої іншої художньої структури, але адекватної в загальній та емоційній налаштованості
Екранізація як відтворення художньої образності літературного слова засобами кіномистецтва та неминучі при цьому втрати авторського начала
Екранізація як аналіз авторської думки в першоджерелі, але в іншій формі її розвитку
Створення кіноафіш за допомогою колажів
Рольові ігри «Теленовини», «Репортаж»
Творчі завдання на відновлення усіх етапів розвитку сюжету
Добір прозових, поетичних, живописних, музичних творів, що асоціюється з тим чи іншим медіатекстом
Складання монологів (листи до редакції газет і журналів, на ТБ) глядачів із різними соціальними професійними, освітніми, мистецькими й іншими даними
Обґрунтування причин успіху в аудиторії найпопулярніших медіатекстів (опора на міф, фольклор, видовищність, жанр, систему емоцій, кінцівка твору, авторська позиція)
Складання прогнозу успіху медіатекстів за рекламними анотаціями (рекламні видання, телереклама)
<b>Проблемні обговорення та рецензування медіатекстів (фільмів, телепередач, кліпів, ігор, сайтів Інтернет)</b>
Зіставлення та обговорення рецензій, статей, книг
Підготовка рефератів, присвячених даній темі
Колективні обговорення, дискусії за темою медіатекстів
Письмове рецензування медіа текстів, ведення медіащоденника
<b>Види творчих завдань на заняттях з використанням аудіо – та відеозаписів</b>
Прийом «Німе кіно» (озвучування слайдів, уривків з фільмів)
Прийом «Екскурсовод» (добір та озвучування відеоматеріалу, презентації)
Прийом «Інтерв'ю» (складання питань до головних, другорядних героїв чи авторів медіатекстів)
Прослуховування інформації з добором та ілюструванням малюнками, відеосюжетом чи презентацією
Ознайомлення з телепрограмою з наступним складанням анонсів передач
Вибір відео – чи аудіотексту, які ототожнюються чи розкривають певну тему
Ранжування запропонованої інформації за її соціальною значущістю
Складання тематичної добірки інформаційних матеріалів з друкованих та електронних носіїв
Ведення медіа щоденника
<b>РІВЕНЬ ТВОРЧОСТІ</b>
Створення власних медіатекстів
інсценізація епізодів медіатексту
написання міні-сценаріїв
Створення онлайн ігор, анімації
Створення радіо – та відео – новин
Створення текстових новин, газети

Медіаосвітні вправи дають змогу відволікти учнів від традиційних форм проведення уроків та проявити творчі здібності. Для цього було систематизовано вправи та розподілено їх за рівнями від найпростішого рівня сприйняття до найскладнішого рівня творчості. Як результат було отримано три рівні – рівень користувача, рівень аналітика та рівень творчості. Така класифікація вправ дає можливість викладачу підібрати комплекс вправ за складністю виконання та оцінювання.

Рівень користувача передбачає пасивне сприймання медіатекстів та формування навичок застосування технічних засобів створення та відтворення медіа контенту.

Рівень аналітика включає в себе різні форми аналізу медіа текстів, рецензування, обговорення, класифікування медіа матеріалу за темами, соціальною значущістю, створення афіш, анонсів, відео-, аудіо – чи текстового – супроводу до існуючих творів.

Рівень творчості охоплює весь творчий потенціал учнів – створення власного авторського медійного продукту за заданою темою. Цей рівень є найскладнішим, оскільки вимагає від учнів не тільки досконалого володіння технічними засобами, а і відмінного знання мови. Учні мають можливість створити різні види новин, фільмів, реклами.

Будь-яку з поданих вправ можна спрощувати чи ускладнювати і застосовувати як у початковій школі, так і у вищих навчальних закладах. Такі види вправ дозволяють розвивати різні види діяльності учнів – мовлення, читання, аудіювання, письмо, навички перекладу.

За часом виконання ці вправи можна розподілити на ті, які виконуються на одному занятті (пошук інформації, аналіз текстів) та на ті, які можуть потребувати системності та тривалості виконання (ведення медіа щоденника, підбір інформації за темою, створення газети).

Подані вправи дають можливість зробити уроки цікавішими, захопити дітей до навчання, розвивати критичне мислення, формувати важливі життєві та мовні компетенції та компетентності, проводити різні форми уроків – від вступних до підсумкових та проводити різні форми контролю. Подані вправи можуть застосовуватися на уроках іноземної мови, літератури та в позаурочній діяльності та виховній роботі.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Готовність вчителя до інноваційної діяльності [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://sichneva2016.jimdofree.com/>
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні
3. [https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/)
4. Медіаграмотність: підручник для вчителів / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу / Перекл. З англ.. С.Дьома; за загал. Ред. В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк. – К.:
5. Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2017. – 319 с.
6. Media Education <https://mediaeducation.com.au/>
7. Media Education Lab <https://mediaeducationlab.com/curriculum/materials>
8. National Educational Association <http://www.nea.org/tools/lessons/73933.htm>
9. Action 4 Media Education <https://action4mediaeducation.org/resources/for-educators/>
10. Terry Heick. 50 Activities to Promote Digital Media Literacy in Students . Teach Thought <https://www.teachthought.com/literacy/50-activities-to-promotedigital-media-literacy-in-students/>
11. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник для студентів педагогічних коледжів / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. — Київ: Центр Вільної Преси, 2014. — 431 с.
12. Чернявський Сергій. Як створити сучасну шкільну газету: Навчальний модуль. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. – 75 с.
13. Основи медіаграмотності: Навчально-методичний посібник для вчителя 8 (9) клас. Плани-конспекти уроків / За ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк, О. П. Мокрогуза. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. – 190 с.

*In the article, the authors attempt to demonstrate the feasibility of using media education exercises in project activities in vocational education and general secondary education institutions. The analysis of the list of skills and competencies that students acquire while working with media education exercises is provided. The conclusion is made about the necessity of creating a system of media education exercises, which will be used in the project activity in English lessons. Keywords: media education, competence, media literacy, critical thinking, interactive technologies.*

**Антоніна Воробйова**  
директор  
Криворізька гімназія № 127

## **МЕДІАГРАМОТНІСТЬ УЧНІВ ПІД ЧАС РОБОТИ З ХУДОЖНІМ ТЕКСТОМ НА ПРОФІЛЬНОМУ ЕТАПІ ГУМАНІТАРНОЇ ПІДГОТОВКИ**

*У публікації розкрито особливості роботи учнів з художнім текстом на профільному етапі гуманітарної підготовки. Пропоновані методичні рішення розроблювалися з урахуванням інтегративного освітнього середовища в умовах медіапростору.*

**Ключові слова:** *медіапростір, медіаграмотність, інтеграція, профільний етап, гуманітарна підготовка, заклад середньої освіти.*

Освітній дискурс нині становить інтегративне середовище, де оптимально поєднуються безпосередня навчальна комунікація й комунікація, яка забезпечується медіапростором [1; 2; 3; 4; 5; 7]. Особливістю навчальної інтеграції є те, що діяльнісна лінія ґрунтована насамперед на синтезі предметних знань, необхідних для виконання навчальної діяльності. У межах нашого дослідження розглядатимемо навчальну інтеграцію в умовах освітнього медіапростору під час роботи учнів з художнім текстом на етапі гуманітарної підготовки. Розглянемо більш детально винесені на розгляд базисні поняття.

Сучасна школа є відкритою до полікультурної спільноти, визначає перспективи особистісного поступу на основі інтегративного підходу до навчання. Інтеграція в контексті розбудови національної освітньої системи передбачає як власне інтеграцію *освіти й науки* як умову реформування освіти, так і новітнє бачення органічного взаємозв'язку *освіти й виховання*.

Інтегративність на профільному етапі гуманітарної підготовки детермінується *соціокультурними й духовними* (пов'язані зі змінами у свідомості сучасного полікультурного співтовариства, де відповідні цінності автохтонності й толерантності становлять фундамент особистісного утворення, детермінують соціокультурну реальність, окреслюють політико-ідеологічний простір особистості, ґрунтований на моральній основі, ціннісній орієнтації на багатоголосся світу, унікальності життєвого шляху людини) й *особистісними* (обумовлені реаліями сучасної вітчизняної освіти, що спрямовує особистість на поступ у плані розширення уявлення про ціннісні настанови й ідеологічний базис, формування менталітету особистості як представника певної націєкультури, роботу з розширення уявлення про виучувану галузь шляхом аналітичного оброблення тематичної інформації, урахування здобутків у певній галузі) чинниками.

Інтегративність розуміється також як єдність *навчання і виховання*, де застосовані методи і прийоми спрямовані не лише на засвоєння відповідних дидактично оброблених галузевих (у межах нашого дослідження – гуманітарних) знань, але насамперед досягнення мети – формування особистості, яка інтеріоризує знання й у подальшому їх рефлексує, знання стають дієвим інструментом у виробленні відповідних емоційно-чуттєвих, світоглядних орієнтирів.

Інтеграційне подання системи наукових знань учням у змісті навчальних предметів на основі смислової відповідності тематичних блоків сприяють цілісності сприйняття галузевих знань, з одного боку, загального світосприйняття, з іншого.

Ідея інтегративності ґрунтована на тому, що кожний навчальний предмет як цілісність дозволяє стягнути під один знаменник тематичного співвідносні факти і процеси, причому розширення світогляду учнів забезпечується тим, що розгляд й аналіз фактів, художніх творків не можуть бути розкриті окремішньо або в сукупності фактів інших галузей, водночас



якщо їх розглядати у взаємозв'язках, можна віднайти герменевтику семантичного ядра виучуваного явища [3, с.19; 4, с. 220-221].

Безумовно, інтеграція навчальних предметів співвідносна з педагогікою розвитку, спрямована на вироблення цілісного світосприйняття, уміння критично мислити, виходячи з відповідних фактів чи досліджуваних явищ.

Інтегрований підхід до навчання спрямований на формування в учнів мислення пояснювального (цілісне уявлення про розглядувані явища, події з позиції різногалузевого знання). Іншими словами, інтегративне подання навчального матеріалу орієнтоване насамперед на всебічний розгляд продуктів або процесів, потребують знань із суміжних галузей задля розуміння природи досліджуваного об'єкта, уявлення про нього людства на сучасному етапі розвитку.

Аналіз художнього тексту на інтегративній основі передбачає відтворення гносеологічної картини світу, розкриття філософських ідей про природу Всесвіту, закономірності розвитку суспільства, унікальність розвитку кожної нації і її культури, морально-етичний кодекс міжособистісних стосунків, сутність і сакральність людського життя; тісний взаємозв'язок людини і природи.

Медіасупровід передбачає створення креалізованого художнього тексту, який становить ілюстрований текст, у якому вербально виражена інформація сполучається із зображенням; вербальні й зображувальні компоненти відтворюють ідейний зміст і семантичне навантаження художнього твору [6, с. 159-160].

Медіаграмотність розуміється не лише як технологічне вміння, але й уміння учнів через візуалізований ряд відтворити ідейно-змістове навантаження художнього тексту.

З огляду на викладене вище пропонуємо медіарішення під час вивчення художнього твору на інтегративній основі на профільному етапі гуманітарної підготовки. Апелюємо до того, що профілізація передбачає більш глибоке осмислення вивченого на до профільному етапі, тому доречно в межах варіативної підготовки здійснювати літературознавчі спостереження в межах історії українського письменства.

#### 1. Інтеграція літературознавчих і філософських знань.

Під час аналізу проблематики художнього твору учитель має апелювати насамперед до філософського осмислення картини світу, розвитку ціннісного ставлення до оточуючих; сприйняття себе як невід'ємної частини природи. Герменевтика філософського осмислення художнього твору передбачає такі рівневі характеристики пізнання: а) закони побудови світу і суспільства; б) суспільство й закони розвитку; в) особистість, морально-етичний кодекс і громадянська спрямованість як показник сформованості особистості [9, с. 171; 12, с. 128].

Філософське осмислення художнього твору здійснюється відповідно до оцінно-ціннісного й морально-етичного критеріїв, що сприятиме обранню ціннісно вагомого життєвого шляху особистості.

Прикладом може слугувати філософське осмислення історичного шляху українського народу у творах Івана Франка «Мойсей», Івана Багряного «Сад Гетсиманський».

Медіасупровід становить апеляцію до біблійного тексту, учні порівнюють біблійну й українську історії; надають аналітичну довідку про режисуру екранізованих творів «Сад Гетсиманський» І. Багряного; «Жовтий князь» В. Барки; «Україна в огні» О. Довженка; подають діахронний відеколаж.

#### 2. Інтеграція літературознавчих і мистецьких знань.

Ідеться про *використання загальних методів науки і мистецтва* [14] як взаємодоповнюваних шляхів пізнання світу. Подібне інтегроване пізнання літературного твору надає змогу під час аналізу літературного твору застосовувати інваріантні методи пізнання, оскільки мистецтво відтворює конкретно-чуттєві образи через естетику *кольору, звуку, простору, руху, форми*, які дозволяють відчутти естетику зображуваного, виявляти зовнішні і внутрішні, образні взаємозв'язки на науковій і мистецькій основах.

Медіасупровід передбачає створення фотоколажів пір року; міфічних істот; власних фо-

тографій; замальовок. Окремо подаються словникові статті про сутність *вовкулаки*. Музичний медіасупровід передбачає мелодії сопілки.

Перед вивченням драми-феєрії Лесі Українки «Лісова пісня» учні добирають пейзажні панорами пір року, створюють відеоряд потойбічних істот. На уроці учні спостерігають й аналізують природу наявного у драмі психологічного паралелізму. Відтак, коли змінюється історія кохання Лукаша й Мавки – змінюються й кольори. Так, у першій дії спостерігаємо початок, зародження почуттів і разом із тим розквіт у природі. У цьому випадку авторка використовує ніжні та яскраві кольори. Паралельно розквітає весна в природі та в душі героїв. Символічно Леся Українка описує природу і все живе у зелених кольорах, що є символом життя: *Галява скраю переходить в куп'я та очерети, а в одному місці в яро-зелену драговину – то береги лісового озера, що утворилося з лісового струмка* (Українка, с. 2).

Прийом психологічного паралелізму застосовано під час панорамного відтворення пейзажу. Весняна природа подається у художньому мовленні Лесі Українки чуттєво-емоційно, розквіт природи з її спектральними деталями суголосний із розквітом душі героїв, забуття Мавки і втрата людської подобі Лукаша контрастно подано на фоні мертвої зимової природи, де білий колір асоціюється із втратою високих духовних ідеалів, пор.: *Та сама містина, тільки весна далі поступила; узлісся наче повите ніжним зеленим серпанком, де-не-де вже й верхів'яття дерев поволочене зеленою барвою. Озеро стоїть повне, в зелених берегах, як у рутвянім вінку* (Українка, с. 10).

На початку другої дії – опис в'янучої природи, настає пізніє літо. Змінюється палітра кольорів: бліднуть квіти, а в цей час умирає і кохання Лукаша до Мавки. Недаремно саме тут Леся Українка використовує білий послідовно колір. Автор проводить паралель між почуттями Мавки і змінами в природі, як наслідок динамікою кольорів, що стають похмурішими. Яскраві, сонячні кольори змінюються на темні, бурі, сірі, чорні, холодні: *«Мавка знов похилилась, довгі чорні коси упали до землі. Починається вітер і жене сиві хмари, а вкупі з ними чорні ключі пташині, що відлітають у вирій...»* (Українка, с. 57).

Прикладом може також слугувати характеристика синестезійних художніх образів, які становлять не лише естетику художності твору, але й один із ракурсів, який відтворює красу довкілля на інтегративній основі, пізнання світу через варіативні мистецькі засоби (твори імпресіоністичного українського письма; творчість раннього П. Тичини).

Медіаряд передбачає добір класичної музики, з якою асоціюються пори року. Літературознавчий аналіз творчості раннього Павла Тичини спрямований на герменевтику аудіальних художніх асоціатів: *Бог заспіває. Падають / Зерна / Кришталеві музики. / З глибин Вічності падають зерна / В душу. / І там, у храмі душі, / Над яким у недосяжній високості в'ються голуби-молитви;*

*Ах, небу голубому, / Ах, золотим вітрам – / Повірте, люди, – сонцю / І музиці його!;*

*І бог послав зозулю. – на віку пий музику / муку / випадковий цього віку потопельнику – Сумно. / Зелена неділя.*

*Люблю / астрономію / музику / і жінку. / Астрономія воздвигає, / музика оп'яняє, / жінка дивує – / у голосі, у погляді, навіть у посмішці – / жінка завжди рождає.*

*Прокинувся я – і я вже Ти: Над мною, піді мною / Горять світи, біжать світи Музичною рікою* (Павло Тичина).

Інший шлях літературознавчого тексту є розгляд у рамках мистецького напрямку, який не лише репрезентує специфіку дібраних художніх засобів, але й особливості пізнання людством світу на певному етапі його розвитку.

Подібна герменевтика художнього твору дозволяє розглядати такі зв'язки як творчу реалізацію, що різниться від традиційних міжпредметних зв'язків або власне фактологічного ілюстрування одного навчального предмета шляхом добору прикладів і зразків з іншого. Інтегративна основа літературознавчого аналізу художнього твору на мистецькій основі сприяє розвитку творчих здатностей особистості, яка продукує якісно новий культурологічний продукт пізнання.

### 3. Інтеграція літературознавчих й фонових історичних знань.

*Фонові знання* розглядалися й у семіотичному контексті як знакові системи для передачі певної культурологічної інформації, що стимулює свідоме сприйняття подієво-семантичних і ціннісних домінант традиційного для різних соціокультурних ситуацій матеріалу в його нових варіантах. Здатність сприймати конкретні художні твори, оцінювати ці твори з урахуванням інтерпретації фонових знань, на основі власних почуттів; особисті читацькі інтереси; естетичний смак у цілому складає ціннісно-орієнтаційний аспект читацької культури.

*Фонові знання*, як особливий різновид знань, відповідають усім зазначеним особливостям, визначаються як: *наукові систематичні знання, що мають інформаційно-культурологічний характер*, не завжди безпосередньо пов'язані з художнім текстом, водночас без них його розуміння неможливе.

*Фонові знання* (певні відомості та поняття, що є спільними для всього людства) становлять [9; 10; 11]: загальнолюдські знання, які охоплюють спільні для всього людства поняття (земна, астрологічна картини світу); регіональні відомості, з цілком природною специфікою знань про реалії, пов'язані з регіональними умовами життя; лінгвокультурологічні й історичні знання, які відомі носіям лінгвокультури і пов'язані з національними традиціями, культурою.

Фонові знання використовуються не тільки для створення образності художнього твору, також становлять основу літературних аналогій, підтексту, пародій, алегорій, локального колориту, а також історичного контексту тексту.

Залежно від змісту фонових знань, тобто від того, які пояснення вони включають, коментар може бути: *текстологічним*: подає аналіз джерел тексту та аргументує вибір основного джерела, обумовлює ті чи ті прочитання, подає історію тексту, іноді включає публікації варіантів; *історико-літературним*: аналізує історичні основи твору, дає уявлення про його місце в історії літератури; *біографічним*: розкриває зв'язки твору з життям письменника; *реальним, або історичним*: розповідає про події, обставини та осіб, які згадуються у тексті; *лінгвістичним*: розкриває особливості словника та фразеології письменника [12].

Медіасупровід під час роботи з художнім твором української літератури може представити *фонові знання біографічного характеру*: Івана Франка збірка «Зів'яле листя», Лесі Українки збірка «На крилах пісень», рання творчість Павла Тичини, творчість шістдесятників.

Під час вивчення зарубіжної літератури [11; 15] доцільним буде медіасупровід ранньої лірики М. Лермонтова «Замучений печаллю...», «Ні, не тебе так сильно я кохаю...»; «Пісень» Ф. Петрарки «В полях, де тиша й самота німа...», «Як не любов, то що це може бути...» (домінує тема кохання).

Вивчення українських історичних романів (П. Куліш «Чорна рада», Л. Костенко «Берестечко», М. Вінграновський «Северин Наливайко», П. Загребельний «Я, Богдан») потребують відповідного історичного коментаря. Методично раціонально буде попередньо надати завдання учням узагальнити історичні відомості про епоху, відтворену в художньому творі, актуалізуючи увагу на формуванні громадянськості українців, що дозволить зіставити історичний і художній дискурси. Оскільки історія синтезує проблеми суспільного й індивідуального, національного й загальнолюдського, відтворює діахронію становлення національної самоідентифікації, художній твір-хроніка відтворює історичну пам'ять нації, яка розглядається як суспільна категорія, інтегративне поняття, передбачає стягнення під один знаменник індивідуальну історію окремих громадян у контексті історії розвитку нації.

Під час літературознавчого аналізу історичного художнього твору на уроці літератури доцільним буде ономастичний медіаряд, який відтворює «живий» історичний рух: знак, що викликає асоціативні уявлення, називаючи комплекс відношень, для яких у мові немає окремої назви і які пов'язані асоціативно з власним ім'ям; ім'я, що називає сюжет.

Прикладом може слугувати топонімний медіаформат історичного роману Ліни Костенко «Берестечко», де топоніми постають узагальненням історичних подій, реалізують семантичне навантаження минулих поразок або перемог: О де мій *Корсунь*? Де моя *Пилява*? / Де перемог високе знамено?! (Костенко).

У наведеному контексті топоніми не є засобом номінації певної географічної місцевості, а відтворюють панораму героїчних повстань, які показують справжній український дух. Після *Пиляви*, після *Жовтих Вод* – / мене ж вітали малиновим дзвоном, / мене ж *Мойсеєм* називав народ! (Костенко, с. 79). Ці назви міст вказують на той повстанницький дух, який зародився в душах українців. Недаремно в цих рядках згадується Мойсей. Адже так само як й іудейський народ відчув блаженство на землі обітованій, так і українці відчули свою силу і могутність після битв під Пилявою та Жовтими Водами під час Визвольної війни під проводом Богдана Хмельницького (1648–1654 рр.).

Задля створення ефекту панорамності поетеса перераховує села та містечка України, які мають питому українські назви: ...*Ноги місили грязь. / Душа летіла над Україною. / Поля й поля. Півонія і півень. / Дрімайлівка, Нехаївка, Сватки. / А де ж мої Немиринці і Гнівань, / Велике Дрюкове, Драчі, Шабельники?! / Мій / Лютіж, мій Перечим і Суцани, / Копичинці, Зозулинці, Тальне, / Попасне, Очеретяне, Гречане, / Затишне, Бурякове і Хмільне! / Прилуки, Луки, Липи, Липовеньки. / Лелеківки, Березівки, Стави. / Дубовий Гай, Гильці, Берестовеньки, / Великі Бубни – що ж задубли ви?! / Пивці. Підварки. Вергуни. Баштанівка. / Висока Піч, Домашлин і Пий. / Житомир. Восгоща. Каєтанівка. / Межирич, Коломия, Турбаї. / Мала Дівиця і Піщані Броди. / Вишневий Хутір, Хортиця, Хотин. / Підгайчики. Опішня. Обиходи. / Батурин, Бережани, Рогатин!... / Велика Глуша. Жаботин і Гадяч. / Тишки. Почали. Вовковий. Стрий. / Куди не глянеш – Гайворон і Галич. / Чорнобиль, Чорнобай і Чорторий (Костенко).*

Масштаби зруйнованості країни художньо відтворені через топонімний ряд, який у своєму семантичному ядрі актуалізує як домінуючу семантичну ознаку смерті, руйнації: *А он і Київ. Подивись – та пильно. / Моя Вкраїно, ти це чи не ти? / Скрізь Лиховки, Недогарки, Топильно, / Погарщина і Рубані Мости. / Зарубинці. Попільня. Попелюхи. / Попонне. Погорільці. Гробове. / Нежиловичі. Несолонь. Свинюхи. / Кальне, Грузьке, Холодне і Криве! / Бориничі. Дуліби. Гориславичі. / Яриловичі. Княжичі. Пеньки. / Старі Червища і Нові Безрадиці / Нові Голгочі на Чотирбоки! / Спасибівка. Терпилівка. Адами. / Звенигород. Гостомель. Хотимир / Мала Глумча з Веселими Тернами / і П'ятихатки між Семимогил (Костенко).*

Авторка застосовує прийом – відтворити світогляд мешканців населеного пункту це через етимологію населених пунктів. Наприклад, *Дрімайлівка* – її мешканці дрімають; *Нехаївка* – панує байдужість; *Сватки* – жителі люблять святкування; *Млій*, *Велика Глуша*. *Тишки*, *Халеп'я* і *Холоп'є* – безсловесні і бездіяльні люди; *Холодне*, *Криве*. *Лиховки*, *Нежиловичі*, *Безрадиці*, *Великий Стидин*, *Злобин*, *Пекельне* – в них панують безкінечні сварки.

Оригінальним авторським прийомом є перерахування на рівні співвіднесеності теонімічного конотативного відтінку у структурі топонімів, що актуалізує історико-культурологічний детермінант й конотат святості аналізованих номінацій: *Моя Білобожниця, мій Богодухів, / моя Вознесенка, мій Богуслав! / Лавро моя! / Мій колючий Тернопіль! / Вічний Ридомиль і вічна Ташань. / Білою Церквою в зоряний попіл / вирости храми твоїх ридань (Костенко).*

Ономастика в романі «Берестечко» виступає провідним художнім засобом для зображення подій; власні назви виступають не лише вираженням подієвої інформації, але й вказують на емоційний настрій автора, надають емоційно-експресивного забарвлення сюжету. Відповідно, медіальне представлення історичного ракурсу через український ономастикон дозволяє учням зрозуміти символічне значення топонімів, оскільки своєю назвою уособлюють ту чи ту подію української історії, ті чи ті історичні постаті, народи.

Медіаряд може також становити фото заставки або відео сюжети сучасних населених пунктів як елементи кіноповіді.

Додатковим завданням пропонується подати коментар до екранізації українських художніх творів.

Сприймати проблематику ліричного твору зарубіжної літератури допоможуть *відомості про історичну епоху*, про час, коли його було створено (наприклад, «Бородіно» Лермонтова, «Полтава» Пушкіна).



Під час вивчення ліричних творів використовуються також *відомості про культуру* певного історичного періоду, того чи іншого народу. Так, до творів О. Мандельштама «Збирались елліни війною...»; Й. В. Гете «Ганімед» і «Прометей» необхідно подати відомості про еллінську епоху.

**Висновок.** Літературознавчий аналіз художнього твору, ґрунтований на основі інтегративного осмислення змісту в умовах медіасупроводу дозволяє здійснити герменевтику твору на основі стягнення різногалузевих знань, тоді інтелектуальне осмислення і філософське узагальнення під час літературознавчого аналізу стає чинником подальшого поступу особистості учня.

Використання креалізованого супроводу сприяє розвитку читацької діяльності учнів у процесі вивчення художньої літератури на інтелектуальному (засвоєння певної сукупності предметних знань); естетичному (чуттєво-естетичне переживання почуттів, вияв вражень від читання); особистісному (пізнання себе через читання, виховання власних читацьких потреб, інтересів, смаків) рівнях.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гончаренко С. Український педагогічний словник. Київ, 1997. 374 с.
2. Гончаренко С., Мальований Ю. Інтеграція елементів змісту освіти. Полтава, 1994. 234 с.
3. Гриценко Н. Н. Технології інтегрованого уроку. Вісник профосвіти. 2007. № 19–20. Грудень. С. 9–11.
4. Данилюк А. Я. Теория интеграции образования. Ростов н/д : Изд-во Рост. пед. Ун-та. 2000. 440 с.
5. Енциклопедія педагогічних технологій та інновацій / автор-укладач Н. П. Наволокова. Харків : Основа, 2009. 176 с.
6. Загнітко А. Лінгвістика тексту: теорія і практиcum : наук.-навч. посіб. Донецьк : ДонНУ, 2006. 289 с.
7. Ісаєва О. Креолізований текст на уроках світової літератури як фактор активізації читацької діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.isaieva.kiev.ua/download/prez-2-0-0-speckurs.pdf>(дата звернення 20.01.2019). – Назва з екрана.
8. Лесин В. М., Пулинець О. С. Словник літературознавчих термінів. 3-є вид., доп. Київ : Рад. шк. 1986. 486 с.
9. Ратушняк О. М. Використання ідей літературної герменевтики у процесі аналізу та інтерпретації художнього твору в школі. Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди» : науково-теоретичний збірник. Вип. 8. Тернопіль: Астон, 2006. С. 169–174.
10. Сафарян С. І. Фонові знання: зміст, визначення, види. Всесвітня література в серед. навч. закл. України. 2006. № 2. С. 2-6.
11. Султанов Ю. І. Методична концепція викладання зарубіжної літератури. Зарубіжна література в навч. закл. 2010. № 2. С. 2-6.
12. Токмань Г. Методика викладання української літератури в старшій школі : екзистенціально-діалогічна концепція. Київ : Міленіум, 2002. 318 с.
13. Українська мова : Енциклопедія / В. Русанівський, О. Тараненко, М. Зяблюк та ін. Київ : Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. 824 с.
14. Українське мистецтво : навч. посіб. : у 3 ч. Ч. 2. Львів : Світ, 2004. 268 с.
15. Штейнбук Ф. М. Методика викладання зарубіжної літератури в школі: [навчальний посібник]. Київ : Кондор, 2007. 313 с.



### **Наталія Міщук**

доцент кафедри загальної біології та методики навчання природничих дисциплін  
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

### **Галина Жирська**

доцент кафедри загальної біології та методики навчання природничих дисциплін  
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

### **Алла Степанюк**

професор кафедри загальної біології та методики навчання природничих дисциплін  
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

## **МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У СТРУКТУРІ ПРОФЕСІЙНО-МЕТОДИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ВЧИТЕЛЯ БІОЛОГІЇ**

*У статті розкрито зміст поняття «медіаграмотність учителя», розкрито її місце у структурі професійно-методичної компетентності учителя біології, обґрунтовано доцільність включення в процес методичної підготовки майбутніх учителів біології. Охарактеризовано особливості формування медіаграмотності учителів у процесі методичної підготовки, що ґрунтується на спеціальних знаннях і вміннях роботи з мас-медіа та їхнім продуктом. Головною умовою формування медіаграмотності майбутніх учителів у системі вищої педагогічної освіти визначено забезпечення відповідності структури й змісту їх підготовки до видів інформаційної діяльності вчителя певного фаху, що передбачає формування загальнокористувацької, загальнопрофесійної та предметної складових медіакомпетентності.*

**Ключові слова:** *медіа, медіаграмотність, медіакомпетентність, професійно-методична компетентність, учитель біології, методична підготовка.*

У зв'язку з входженням України до Європейського освітнього простору, основною метою вітчизняної професійної освіти стала підготовка кваліфікованого фахівця відповідного рівня й профілю, який є конкурентоспроможним на вітчизняному та світовому ринках праці, вільно володіє своєю професією, здатний до ефективної роботи зі спеціальності, готовий до постійного професійного саморозвитку і самовдосконалення, формування власної кар'єри, є відповідальним за результати своєї професійної діяльності, володіє соціальною й професійною мобільністю. У зв'язку із цим та становленням Нової української школи проблема формування професійно-методичних компетенцій педагога виходить на перший план серед завдань вищої педагогічної школи.

Однією з загальних тенденцій світового розвитку є перехід до інформаційного суспільства. У зв'язку з цим Рада Європи до числа найбільш значущих для людини (ключових) компетенцій віднесла компетенції, пов'язані з її життям в інформаційному суспільстві, і включила до їх переліку володіння новими технологіями пошуку і обробки інформації, розуміння доцільності їх застосування, здатність критичного ставлення до розповсюджуваної по каналах ЗМІ повідомлень, уміння захищатися від негативних впливів мас-медіа. Будь-який громадянин повинен володіти медіаграмотністю, необхідною для активної й усвідомленої участі в житті медійного суспільства.

В умовах стрімкого розвитку у сучасному світі інформаційно-комунікаційних технологій та системи мас-медіа суспільство потребує цілеспрямованої підготовки особистості до вмiлого і безпечного користування ними. Як зазначається у Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, майбутнє суспільство все більше спиратиметься на інформаційно-комунікаційні технології: web-технології, хмарні обчислення і big data, смартфони та Інтернет «розумних речей», штучні інтелекти та інші гаджети. «На взаємодію з різноманітними медіа (книги, преса, радіо, кіно, телебачення, Інтернет) припадає все вагомiша частка в бюджеті вільного часу громадян України, чим зумовлюється значний вплив медіа на всі верстви населення, передусім на дітей і молодь. Медіа потужно й суперечливо впливають на освіту молодого покоління, часто перетворюючись на провідний чинник його соціалізації, стихійного соціального навчання, стають засобом дистанційної і джерелом неформальної освіти» [3].

Однак, аналіз сучасного стану підготовки молоді до функціонування в інформатизованому суспільстві дає підстави вважати, що існує суперечність між необхідністю підвищення якості підготовки випускників шкіл до використання мас-медіа у подальшому навчанні і майбутній професійній діяльності та неготовністю вчителів до формування в учнів медіаграмотності [5]. Підвищення рівня медіаграмотності вчителя, як складової його професійно-методичної компетентності, може підвищити ефективність навчання учнів певного предмету у сучасній школі. Тому ця проблема є надзвичайно актуальною і потребує найшвидшого розв'язання.

Для вирішення проблеми формування медіаграмотності фахівців загалом та педагогів зокрема важливе значення мають теоретичні і практичні розробки вітчизняних медіапедагогів О. Т. Барішпольця [5], В. Ф. Іванова [6], К. М. Левківського [3], Л. А. Найдьонової [8], Г. В. Онкович [9, 10], Б. В. Потятинника [11] та інших.

Питання формування медіаграмотності педагогів досліджувала київська група медіапедагогів із Академії педагогічних наук України на чолі з проф. Г. В. Онкович, яка 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 [9]. Науковці переконані, що медіаграмотність потрібна не лише школярам, але й дорослим, які повинні підвищувати свою медіакомпетентність у процесі самостійної медіаосвіти протягом усього життя. Мета, завдання, основні принципи, напрямки та форми медіаосвіти для різних верств населення окреслені в Концепції впровадження медіаосвіти в Україні [3].

**Метою статті** є означення поняття «медіаграмотність учителя», розкриття її місця у структурі професійно-методичної компетентності, обґрунтування доцільності включення в процес методичної підготовки майбутніх учителів біології.

Досвід роботи в галузі підготовки майбутніх учителів природничих дисциплін, розробки освітньо-професійних програм здобувачів вищої освіти за спеціальністю «014.05 Середня освіта (Біологія та здоров'я людини)» дали підстави для нашого розуміння поняття «професійно-методична компетентність учителя біології» як інтегративної особистісної характеристики фахівця, що визначає його прагнення і здатність (готовність) до успішної творчої (продуктивної) професійної діяльності, пов'язаної з постановкою та вирішенням проблем і завдань у сфері проектування, організації та управління навчально-виховним процесом з біології у загальноосвітніх навчальних закладах; усвідомлення фахівцем соціальної значимості та особистісної відповідальності за результати цієї діяльності й необхідність її постійного вдосконалення.

Професійно-методична компетентність є складним багатоелементним утворенням, що робить малоефективним її формування без чіткого бачення складових компетентності і зв'язків між ними. В зв'язку з цим нами розроблена структура професійно-методичної компетентності вчителя біології, у якій виділено індивідуально-особистісний, інформаційно-операційний та комунікативно-діяльнісний компоненти [7, с. 543].

Індивідуально-особистісний компонент виявляється у прагненні вчителя до професій-

ної діяльності, який ми безпосередньо пов'язуємо з його професійною спрямованістю, потребами, мотивами й цінностями, які визначають для нього значимість і зміст діяльності. Готовність до діяльності детермінується сформованими у майбутнього вчителя в процесі навчання здібностями. При цьому рівень сформованості здібностей залежить від якості знань, умінь і ступеня їх інтегрованості, від рівня розвитку мислення та інших пізнавальних процесів.

Змістовною основою інформаційно-операційного компонента професійно-методичної компетентності є міждисциплінарні знання й уміння вчителя, а також алгоритми їхнього застосування у діяльності. Комплексно вони повинні відповідати пріоритетам модернізації шкільної біологічної освіти. Однак ефективність формування змістовної основи компетентності залежить від індивідуально-особистісних властивостей майбутнього вчителя: його здібностей, потреб і морально-вольових якостей. При цьому загальну спрямованість компетентності як інтегративної характеристики особистості визначають її професійно-орієнтовані цінності й мотиви.

Розуміння професійно-методичної компетентності як прагнення, готовності і здатності вчителя до професійної діяльності на рівні творчості визначає провідну роль в її структурі комунікативно-діяльнісного компонента. Саме він забезпечує взаємозв'язок і включення всіх інших елементів компетентності у діяльність щодо постановки і вирішення навчально-методичних проблем. Причому це вирішення немислиме поза інтеграцією знань, умінь та інших якостей особистості, їхнього синтезу й застосування в різних зв'язках і поєднаннях.

Як було зазначено вище, професійно-методична компетентність проявляється у професійній діяльності вчителя, яка є поліфункціональною й складається з безлічі окремих видів діяльності. Тому формування компетентності студентів буде ефективним тоді, коли в процесі методичної підготовки вони залучаються до освоєння різних видів діяльності вчителя, тобто до оволодіння різними компонентами професійно-методичної компетентності [1].

На нашу думку, найбільш значимими для оволодіння основними видами діяльності вчителя біології в сучасній загальноосвітній школі та доцільними для включення в процес методичної підготовки студентів є наступні компетентності. Особистісні — визначають можливість самовираження, саморозвитку й творчої самореалізації особистості у професії. Проектувальні — пов'язані з проектуванням процесу розвиваючого навчання біології як відкритої педагогічної системи, що динамічно розвивається, в єдності її цілей, завдань, змісту, діяльності суб'єктів навчання та умов його здійснення. Організаційно-управлінські — стосуються вирішення завдань організації та управління доцільною діяльністю учнів в навчанні згідно з принципами самостійності, проблемності, інтегративності, спілкування та співробітництва. До них належать теж компетентності, пов'язані із самоорганізацією, рефлексією і самоконтролем учителем своєї діяльності як засобами управління. Комунікативні — визначають ефективність вирішення комунікативних завдань, пов'язаних із встановленням педагогічно доцільних стосунків з учнями, їхніми батьками і колегами. Дослідницькі — дають можливість брати активну участь в експериментальній роботі з метою підвищення ефективності професійної діяльності, у тому числі шляхом її раціоналізації та інноваційно-творчого перетворення. Гностичні — забезпечують вирішення завдань навчання, розвитку і виховання учнів засобами біологічної освіти на високому професійному рівні.

Гностичні компетентності є основою професійно-методичної компетентності, яка формується у майбутнього вчителя та сприяє вдосконалюванню його професіоналізму. З метою їх більш ефективного формування ми виокремили серед них наступні групи компетенцій:

*ціннісно-орієнтувальні компетенції* — в соціально-педагогічному аспекті є основою включення особистості в колективну діяльність щодо засвоєння цінностей та їхньої трансформації в засоби регуляції поведінкою людини; у професійно-методичному аспекті дають змогу вирішувати завдання ціннісно-орієнтованого виховання учнів засобами предметного навчання;

*психолого-методичні компетенції* — дозволяють диференціювати й індивідуалізувати навчання біології на основі психологічних особливостей школярів, здійснювати психологічний супровід навчання через постановку цілей діяльності, формувати ціннісне ставлення до

неї та її мотивацію, створювати сприятливу емоційну атмосферу співробітництва і спілкування учнів, управляти психічними станами учнів та приймати ефективні рішення;

*дидактико-методичні компетенції* — пов'язані із застосуванням загальнодидактичних і предметно-методичних засобів, методів і форм навчання біології в їх доцільному та раціональному поєднанні. З огляду на специфіку вітчизняної системи підготовки студентів провідними у цій підгрупі вважаємо наступні підгрупи компетенцій:

*проблемно-методичні компетенції* — пов'язані з організацією та управлінням діяльністю учнів щодо виявлення, постановки і вирішення навчальних проблем на основі інтеграції, синтезу й різнобічного застосування знань і вмінь;

*символіко-графічні компетенції* — пов'язані із використанням у навчанні різної символіко-графічної наочності (як засобу кодування й декодування навчальної інформації та її укрупнення, компактної фіксації результатів пізнання, спостережень тощо);

*технологічно-методичні компетенції* — скеровують учителя на доцільне і раціональне комплексне застосування у навчанні біології різних освітніх технологій або їх окремих елементів для ефективного засвоєння не лише знань, умінь та навичок, а й системи цінностей і ставлень до живої природи, довкілля та місця людини в ньому;

*оціночно-рефлексивні компетенції* — пов'язані із здатністю вчителя до самоаналізу і самооцінки результатів своєї професійної діяльності, до аналізу й оцінювання діяльності його учнів і спонукання їх до її самоаналізу та само оцінювання;

*самоосвітні компетенції* — забезпечують можливість безперервного професійного самовдосконалення вчителя, підвищення ним рівня власного професіоналізму.

До гностичних компетентностей можна віднести й медіакомпетентність, яка є особливою характеристикою особистості, що забезпечує їй розуміння соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіакультурних цінностей, смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства, реалізувати активну громадянську позицію [2]. На нашу думку, ця компетентність необхідна педагогу для ефективного забезпечення освітнього процесу в умовах інформаційного суспільства та використання медіа як джерела пізнавальної інформації.

Згідно з Концепцією впровадження медіаосвіти в Україні медіаграмотність — складова медіакультури, яка стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, 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 [3].

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. 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 [4].

Важливо підкреслити, що сучасне суспільство потребує педагогів, які не лише є технічно медіаграмотними, а усвідомлюють особливості функціонування медіа та закономірності їх існування, адекватно сприймають та в подальшому інтерпретують медійну інформацію, фільтрують її та критично осмислюють. Саме такі здібності забезпечать самостійність особистості, її незалежність від наявних стереотипів, дозволять зберегти критичну автономію та критичну дистанцію, тобто автономізувати себе від впливу медіа, зберегти здатність індивідууму лишатися індивідуумом [11].



Досягнення означених результатів вимагає від учителів відповідної підготовки, пов'язаної з умінням здійснювати свою професійну діяльність в умовах широкого впровадження засобів інформаційних і комунікаційних технологій в освітній простір школи. Наявність цих умінь свідчатиме про рівень сформованості їх медіакомпетентності, яка відображає здатність педагога вирішувати професійні завдання з використанням мас-медіа і ІКТ, а саме:

- здійснювати інформаційну діяльність з підбору, обробки, передачі й зберігання інформаційного ресурсу, з продукування інформації з метою автоматизації процесів інформаційно-методичного забезпечення;
- оцінювати й реалізовувати можливості електронних видань освітнього призначення й наявних в мережі Інтернет інформаційних освітніх ресурсів;
- організовувати інформаційну взаємодію між учасниками навчального процесу й інтерактивним засобом, що функціонують у межах ІКТ;
- створювати й використовувати психолого-педагогічні тестувальні методики, що діагностують, контролюють і оцінюють рівень знань тих, кого навчають, їх просування в навчанні;
- здійснювати навчальну діяльність учнів із використанням засобів ІКТ з метою, що відбиває особливості конкретного навчального предмета, які для природничих дисциплін пов'язані з засвоєнням теоретичного матеріалу, розв'язуванням задач і виконанням експерименту [12].

Підготовку вчителів до застосування мас-медіа у педагогічній діяльності вважаємо одним із важливих напрямів їх фахової підготовки. Вона повинна ґрунтуватися на спеціальних знаннях і вміннях, зміст яких пов'язаний з основними базовими поняттями медіадидактики (мас-медіа, медіазасоби, медіаосвіта, медіасередовище, медіаграмотність, медіакомпетентність особистості, медіакомпетентність педагога, методи і форми медіаосвіти, методика медіаосвіти) і бути зорієнтованою на показники готовності вчителя і учня до роботи з мас-медіа [9].

Вивчення наукових публікацій [4, 6] дало підстави для висновку, що медіаосвіта педагогічних кадрів є проблемою державного рівня, а завдання підготовки висококваліфікованих педагогічних кадрів, що володіють необхідним рівнем медіа-компетентності, актуальне на всіх рівнях державної системи педагогічної освіти (довузівська підготовка, підготовка у ВНЗ, післядипломна підготовка).

Як зазначає В. Д. Шарко, формування медіакомпетентності майбутніх учителів у системі вищої педагогічної освіти може бути забезпечене за умови відповідності структури й змісту їх підготовки сучасним тенденціям розвитку інформатики й ІКТ в освіті, відбору змісту і форм навчання відповідно до видів інформаційної діяльності вчителя кожного фаху, а також орієнтації навчально-пізнавальної діяльності на розвиток професійної освітньої активності майбутнього педагога в даному аспекті методичної роботи [12].

На основі аналізу стану підготовки студентів у ЗВО, В. Д. Шарко констатує, що програми підготовки майбутніх учителів сьогодні орієнтовані на формування в них загальнокористувацької й загальнопрофесійної (базової) складових медіакомпетентності, а формування предметної складової медіакомпетентності є недостатнім для подальшого здійснення медіаосвіти учнів під час вивчення певного навчального предмету [12, с. 85]. З огляду на це вважаємо за доцільне впровадження елементів медіаосвіти у процес методичної підготовки майбутніх учителів біології.

На нашу думку, зміст медіаосвіти у процесі методичної підготовки майбутніх учителів біології повинен включати контент, який забезпечить формування у педагогів таких компонентів предметної складової медіакомпетентності вчителя біології:

- знання: про сучасні інформаційні системи, значимі для освоєння змістовних ліній курсу біології й формування міжпредметних зв'язків у шкільних курсах природничого профілю; про основи створення засобів ІКТ; про сучасну педагогічну практику використання засобів ІКТ у процесі вивчення біології; про основні мультимедійні і мережі освітні ресурси з біології, реалізовані на різних Web-Сайтах, та особливості методичних підходів до викладання біології в умовах інформатизації освіти;

- вміння і навички: відбору технічних і програмних засобів ІКТ на основі педагогіко-ергономічної оцінки, використання яких доцільне у процесі вивчення біології; створення власних мультимедійних матеріалів базовими засобами ІКТ і спеціальними інструментальними засобами на основі бібліотек, електронних наочних приладів з біології й інших інформаційних джерел; використання засобів ІКТ у якості інструментів пізнання біологічних об'єктів, явищ, процесів при здійсненні експериментальної діяльності за рахунок реалізації можливостей комп'ютерного моделювання; керування за допомогою засобів ІКТ реальними об'єктами, лабораторними установками або експериментальними стендами, моделями різних об'єктів, явищ, процесів;
- практичний досвід: комп'ютерного моделювання біологічних процесів, надмірно швидких або повільних, неможливих або дорогих для відтворення в шкільних умовах; проведення комп'ютерних експериментів; керування навчальним, демонстраційним устаткуванням, що може бути з'єднане з комп'ютером; використання програмних засобів і апаратного обладнання для здійснення інформаційної діяльності зі збору, обробки, зберігання й передачі інформації під час здійснення біологічних експериментів (реальних і «віртуальних»); автоматизації процесів обчислювальної й інформаційно-пошукової діяльності; комп'ютерної візуалізації інформації про досліджувані об'єкти, приховані в реальному світі, побудови на екрані графіків і діаграм, що описують динаміку досліджуваних закономірностей у біологічних системах.

Таким чином, запропонована нами структура професійно-методичної компетентності відображає найбільш значимі види діяльності вчителя біології. Це дає підстави вважати її найважливішим соціально-педагогічним орієнтиром формування компетентності студентів ЗВО у процесі їх методичної підготовки. Медіаграмотність як складова професійно-методичної компетентності учителя біології є умовою позитивного впливу мас-медіа на результативність навчання школярів. Вона передбачає володіння вчителем інформацією про існуючі медіапродукти навчального призначення й умінням ефективно їх використовувати у навчальному процесі, а також умінням створювати власні ресурси.

При цьому головними умовами, що забезпечують ефективність процесу формування професійно-методичної компетентності майбутнього вчителя біології, вважаємо:

- наявність позитивного ціннісного ставлення до процесу і результату діяльності, інтересу до неї як усвідомлюваного та привабливого мотиву й основи професійної спрямованості фахівця;
- сформованість системи міждисциплінарних знань і вмінь, що відповідають специфіці діяльності вчителя біології й досвіду їхнього застосування;
- високий рівень розвитку міждисциплінарних умінь і досвіду інтелектуально-творчої діяльності, пов'язаної з постановкою та вирішенням освітніх проблем;
- сформованість цінностей і морально-вольових якостей особистості.

Перспективу дослідження проблеми вбачаємо в експериментальній перевірці ефективності використання певних форм і методів медіаосвіти для формування медіаграмотності як складової професійно-методичної компетентності майбутнього вчителя біології.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бігич О. Б. Теоретичні основи формування методичної компетенції майбутнього вчителя іноземної мови початкової школи: дис. ... док. пед. наук: 13.00.02 / Бігич Оксана Борисівна. – Київ, 2005. – 423 с.
2. Бути медіаграмотним: 10 необхідних компетентностей. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
3. [http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/buti\\_mediagramotnim\\_desyat\\_neobkhidnikh\\_kompetentnostey/](http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/buti_mediagramotnim_desyat_neobkhidnikh_kompetentnostey/)
4. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/16501/2016-04-27-kontseptsiya-vprovadzhennya-mediaosviti-v-ukraini-nova-redaktsiya/>

5. Левківський К. М. Навчальна програма «Медіаосвіта (медіаграмотність)» (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників) /К. М. Левківський, В. Ф. Іванов та ін. – К., 2011. – 97 с.
6. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: Навчально-методичний посібник / За ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Барішпольця. – К.: Міленіум, 2010. – 440 с.
7. Медіаосвіта та медіаграмотність /Іванов В., ред.-упорядн., Волошенюк О. – К.: Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
8. Міщук Н. Й. Професійно-методична компетентність у контексті педагогічної діяльності вчителя біології Вища освіта України. – Дод. 2 до № 3, том II (27). – 2011. Темат. випуск «Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору». – С. 540–545.
9. Найдьонова Л. А. Перспективи розвитку медіаосвіти в контексті болонського процесу: процесуальна модель медіакультури. /Л. А. Найдьонова //Болонський процес і вища освіта в Україні та Європі: проблеми й перспективи. – Київ, 2007. – С. 162–168.
10. Онкович Г. В. Медіаосвіта. Експериментальна програма базового навчального курсу для студентів вищих навчальних закладів /Г. В. Онкович. – К.: Логос, 2010. – 41 с.
11. Онкович Г. В. Технології медіаосвіти /Г. В. Онкович //Вища освіта України. – 2007. – № 3. – Д. 3 (т.5). – С. 357–363.
12. Потятинник Б. В. Медіа: ключі до розуміння /Б. В. Потятинник. – Львів: Паіс, 2004. – 312 с.
13. Шарко В. Д. Медіакомпетентність як складова методичної підготовки вчителя та її діагностування / В. Д. Шарко // Інформаційні технології в освіті. – 2012. – № 13. – С. 84–90.

*The article explains the meaning of the notion “teacher’s media literacy”, its place in the structure of professional and methodological competence of the biology teacher has been revealed, the expediency of its involving into the process of future biology teachers’ methodological training has been substantiated. Peculiarities of teachers’ media literacy formation in the process of methodological training, based on special knowledge and skills of working with the media and their product have been characterized. The main aim of future teachers’ media literacy formation in the system of higher pedagogical education is to provide the conformity of the structure and content of their preparation with the types of information activity of the teacher of a certain specialty, which envisages formation of general user, general professional and subject components of media competence.*

**Keywords:** *media, media literacy, media competence, professional and methodological competence, biology teacher, methodological training.*

Світлана Карпик

вчитель історії

Тернопільської загальноосвітньої школи

I-III ступенів № 24

## ВПРОВАДЖЕННЯ ОСНОВНИХ МЕТОДІВ І ПРИЙОМІВ ТЕХНОЛОГІЇ КРИТИЧНОГО НАВЧАННЯ НА УРОКАХ ІСТОРІЇ ТА СУСПІЛЬСТВОЗНАВЧИХ ДИСЦИПЛІН

*Стаття присвячена теорії поняття «критичне мислення». Стаття демонструє практичне застосування основних методів та прийомів технології критичного мислення. Зазначено зв'язок використання вмій та навичок критичного мислення як основного фактору формування медіаграмотності.*

**Ключові слова:** критичне мислення, медіаграмотність, компетентність учнів, методи і прийоми, медіаосвіта.

Сучасна українська педагогіка має відповідати запитам українського громадянського суспільства. Сьогоднішній день ставить перед нами, вчителями історії та суспільствознавчих дисциплін завдання, сформувати громадянина своєї держави, який розв'язує проблемні завдання практично застосовуючи свої вміння і навички критичного мислення у плюралістичному, толерантному та демократичному суспільстві.

Нагальною потребою у професійній підготовці педагога, забезпечення його/її інструментами фахового зростання і особистісного розвитку, використання ним/нею методів інтерактивного, кооперативного, проблемного навчання, володіння ним/нею техніками та прийомами комунікативної взаємодії. Та зміни у взаємодії учителя і учня, зокрема з переходу з позиції «Я хочу – ти повен» на позицію «Я хочу – ти зможеш», що передбачає орієнтування на ресурси й інтереси дитини [8, с. 5]. Сучасний вчитель вирізняється також вміннями переплітати у своїй роботі різні методи та прийоми навчання, на першому місці сьогодення вимагає володіння навичками критичного сприйняття медіа матеріалу, високий рівень медіаграмотності.

Як зазначено в програмі НУШ, сучасна школа вимагає замість запам'ятовування фактів та визначень понять, набуття учнями компетентностей. Школа формує уміння, навички, навчає різних способів мислення, що у майбутньому визначатимуть здатність особи успішно соціалізуватися, провадити професійну або подальшу навчальну діяльність [4, с. 7]. Як бачимо в даному випадку чітко окреслюється теза що ,однією із ключових компетентностей виступає критичне мислення, яке є вагомим у формуванні медіаграмотності сучасних школярів.

Людина з розвиненим критичним мисленням не лише сприймає світ як різноманітність, а й цінує таку різноманітність, ставиться до неї як до ресурсу і можливості для власного розвитку і самореалізації. Прагнучи обґрунтування власної позиції і знаходження достовірної інформації, така людина вимагає обґрунтованих суджень і фактів від інших людей і джерел інформації. Вона не лише виробляє у себе імунітет до впливів і маніпуляцій, а й сама не маніпулює іншими, демонструючи свою медіаграмотність».

### **Теоретична частина. Критичне мислення, як синтез думки.**

Людина як свідома істота завжди діє під впливом думок, власних виборів і рішень. Розмірковуючи над тим чи іншим рішенням, ми намагаємось врахувати те, що нам відомо і вибрати найкращий спосіб діяльності. Сьогодні, критично важлива навичка XXI сторіччя, що піддається розвитку – це критичне мислення [8, с. 7].

Отож, останнім часом питання розвитку критичного мислення стають актуальними. На мою думку це відповідь на інформаційний тиск, а також численні спроби маніпулювання на-



шою свідомістю. Зрозумілим стає те, що критичне мислення не є негативні судження чи критика, як може здатися спочатку це розумний розгляд різних підходів для винесення обґрунтовані судження і рішення. На жаль, від народження люди не наділені навичкою бачити речі таким, як вони є, відповідно не можуть відчувати, що є розумним, а що – ні, що є істинним, а що помилковим. Серед обмежень: вплив попереднього досвіду, вплив групи, стереотипів, емоцій. Тобто, більшість людей бачать дійсність такою, якою вони хочуть бачити.

Поняття «критичне мислення» використовується в методичній літературі вже близько 50 років. З 1956 року, коли Бенджамін Блум розробив таксономію пізнавальних здібностей, «критичне мислення» означає мислення вищого порядку, Бенджамін Блум стверджував, що дане мислення це оволодіння шістьма ієрархічними навичками: пам'ятати (знання), розуміти (розуміння), застосовувати, аналізувати, оцінювати та створювати (синтез) [8, с. 63].

Інші використовують концепцію, яка особливо підкреслює значення дослідницького принципу. Браун і Кілі, наприклад описують критичне мислення як усвідомлення сукупності критичних запитань, що пов'язані між собою і спроможність ставити питання та відповідати на них у належній формі, а також бажання активно використовувати критичні запитання. Національна рада за вдосконалення критичного мислення стверджує, що критичне мислення дещо більше за процеси та навички; це – «звичка на основі інтелектуальної зацікавленості задля використання цих навичок, щоб скеровувати власну поведінку» [5, с. 83].

Як бачимо – критичне мислення – широке поняття, яке містить у собі способи розумової діяльності, певні ціннісні установки, високі моральні якості, відповідні моделі поведінки.

Отже, аналіз багатьох психолого-педагогічних досліджень дає підстави стверджувати, що під критичним мисленням розуміємо набуття навичок і вмінь, які дозволяють бачити проблему, зробити аналіз усіх доступних джерел інформації, мислити та обирати єдино правильні рішення та аргументовано обстоювати їх.

#### **Практична частина. Використання методів та прийомів критичного мислення.**

Ми знаємо, що учні зазвичай дуже допитливі і завдання вчителів полягає у тому, щоб викликати в них інтерес до нових знань, навчити думати і міркувати. Сьогоднішній світ дуже швидко змінюється а разом із змінами приходять нові учнівські проблеми. Тож як найпершим завданням педагога, зазначає Джон Бін полягає в тому, щоб допомогти учням розгледіти нескінченне різноманіття проблем, які нас оточують і застосовуючи вміння критичного мислення їх розв'язати [6, с. 43].

Навчальний предмет «історія» дає можливість сформуванню в учнів базові цінності, які складають основу життя суспільства. Адже формуючи вміння та навички критичного мислення ми поетапно, крок за кроком можемо навчити учнів аналізувати, порівнювати, синтезувати, оцінювати інформацію з будь-яких джерел, виявляти проблеми, ставити запитання, висувати гіпотези й оцінювати альтернативи, робити свідомий вибір, приймати рішення й обґрунтовувати його, які знайдуть практичне використання у процесі соціалізації.

Не можна зводити навчання критичного мислення до формування в учнів лише мисленнєвих операцій. У навчально – виховному процесі формування навичок мислення високого рівня згідно з певними інтелектуальними стандартами, організація простору для системного тренування таких навичок дає можливість учням отримати певний життєвий досвід [3, с. 31]. Це досвід самостійного та практичного дослідження і будування знань, а не «ковтання» готової інформації;

Урок що передбачає формування вмінь і навичок критичного мислення має особливості, зокрема як відзначає Девід Клустер, в даному випадку мислення має риси індивідуальності, тож під час навчання розумові здібності удосконалюються, нова інформація піддається критичному аналізу учнів, вони формулюють запитання, що є показником усвідомлення проблем, які потрібно розв'язати; обов'язковою є переконлива аргументація, критичне мислення – це мислення соціальне, важливо працювати в групі [8, с. 83].

Сьогодні в освітньому просторі успішно функціонує класно-урочна система навчання, основоположником якої вважають Яна Амоса Коменського. Її основною складовою вва-

жають урок. Урок як організаційна форма навчально-виховної роботи в школі постійно змінюється і вдосконалюється. Однак попри ці зміни, він продовжує бути дійством, у якому беруть участь основні суб'єкти – учителі та учні. Завдання перших – організувати навчальний процес, а других – взяти активну участь у цьому процесі. Результатом спільної роботи є сформовані учнівські компетентності, незабутні враження, набутий досвід, навички синтезу і аналізу школярів [1, с. 49].

Отже, урок з використанням методів критичного мислення має спеціальну структуру, що є обов'язковою, алгоритмічною, повторювальною. Треба зазначити що на всіх етапах уроку, важливо, щоб учитель говорив якомога менше, а надавав слово учням. Пометун О. І. визначає такі основні етапи уроку: вступна, основна та підсумкова частини. До вступної частини уроку, яку називають викликом, належать актуалізація і мотивація навчання, та оголошення нової теми уроку, його передбачувані результати. Ця частина уроку є своєрідним мостиком від засвоєних знань до ознайомлення з новими. Основна ж частина уроку включає дослідження та осмислення нового матеріалу. Рефлексія є підсумковою частиною уроку, яка дозволяє школярам усвідомити власні здобутки й недопрацювання. Саме у цій частині уроку школярі розвивають важливе вміння – резюмувати інформацію, викладати складні ідеї, почуття і уявлення в кількох словах, співвідносити нову інформацію зі своїми сталими уявленнями, тобто свідомо пов'язувати нове із уже відомим. Таким чином усвідомлюючи зв'язок передумов, причин та хід історичних подій [1, с. 80].

Проілюструю вищесказане прикладами з уроку історії.

Наприклад, у 8-му класі при вивченні теми «Початок Національно-визвольної війни. Події 1648 р.». Проводячи вступну частину уроку доцільно використати такі методи навчання критичного мислення, як мозковий штурм, кластери, робота в парах, 2-4 – усі разом, кошик ідей.

Якщо для вступної частини уроку маю до 7 хвилин, пам'ятаючи, що попереду значний обсяг матеріалу, гарним прийомом стане мозковий штурм. Прошу учнів назвати які передумови та причини національно-визвольної війни? Або ж можна скористатися прийомом «кластер», де центр буде ключове слово даної теми. Такі завдання сприяють не лише систематизації матеріалу, але і встановленню причинно-наслідкових зв'язків між гномами. Наприклад, як взаємопов'язані Люблінська і Берестейська унії з причинами війни. Також, продуктивним прийомом може стати обговорення проблемного запитання в парах або з використанням прийому «2-4 – усі разом». В основній частині уроку, на етапі осмислення нового матеріалу провідними прийомами можуть стати графічні маркування, робота учнів у малих групах, мозаїка «тонкі» і «товсті» запитання.

Поєднає вступну й основну частину уроку таблиця ЗХД

Знаємо	Хочемо дізнатися	Дізналися
--------	------------------	-----------

На стадії виклику, учні самостійно обирають форму роботи заповнюють першу колонку таблиці (що знаємо з цієї теми: це можуть бути якісь асоціації, конкретні історичні відомості, припущення). Після обговорення оптимальних результатів у класі учні самі формулюють мету уроку: чого хочемо дізнатися? – для усунення пропусків у своїх знаннях, і заповнюють другу колонку таблиці. Після вивчення теми співвідносять отриману інформацію з тією, що була у них на початку року, заповнюючи третю колонку таблиці й, таким чином, навчаються рефлексувати власну розумову діяльність. Щодо «товстих» і «тонких» запитань, не важко здогадатися, відповідно «товсті» це відкриті, такі, що вимагають розгорнутої відповіді, допускають різні версії та ідеї, передбачення тощо, «тонкі» які потребують коротких відповідей. Адже вміння формулювати запитання є надзвичайно важливою навичкою критично мислячої людини. Питання бувають різні, оскільки кожне з них сформульовано для вирішення того або іншого завдання: зрозуміти те, що сказала інша людина, вивчити предмет або явище, дослідити його,

прийняти рішення з проблеми. Відповідно різні види запитань залежно від завдання, яке вирішується. Зокрема, питання на пошук можливостей використання, застосування інформації, сформулюються так: У яких ще ситуаціях можна застосувати? Що може зашкодити? Питання на синтез будуть мати такі питальні слова: Про що говорить наявність таких елементів як ...? У чому зв'язок між ...? Який висновок можна зробити з фактів.

У цій частині уроку доцільно використати читання з зупинками, яке вимагає від вчителя попередньо продумати запитання для стимулювання мислення учнів в процесі читання. Ці запитання мають складати певну логічну послідовність, ланцюжок, спираючись на який учні зможуть всебічно дослідити події та явища, що вивчатимуть.

Розвитку критичного мислення учнів варто використати завдання на формулювання учнями аргументів «за» і «проти»(за текстом уроку). Це завдання для діалогу в парі або в малій групі, де одні висловлюють аргументи «за», інші «проти», наприклад: Чи доцільно було Б. Хмельницьку укласти договір з кримським ханом Ісланом – Гіреєм?

Перейдемо до наступної частини уроку – рефлексії, яка є також окремою заключною частиною уроку. На цьому етапі учні розмірковують про зв'язок між набутими і новими знаннями, активно перебудовують свої уявлення для того, щоб включити в них нові поняття. Власне остання частина уроку має на увазі саме творче застосування отриманих знань, навичок вмінь. Адже ми формуємо особистість, здатну до безперервного навчання, самоосвіти. Рефлексія може бути здійснена в усній або письмовій (графічній) формі. Усна рефлексія має на меті формування і висловлювання учнями власної позиції щодо засвоєного матеріалу, її співставлення з думками інших. Та за великої кількості учнів в класі досить складно створити умови для однакової активності усіх, а особливо тих, які частіше знаходяться в ролі спостерігачів. У таких випадках найбільш ефективним буде спочатку організувати обговорення питання в малих групах, а вже потім запропонувати учням оприлюднювати свої думки. Також можна використати метод рефлексивної бесіди у вигляді загальнокласного обговорення результатів уроку за такими запитаннями: що було важливим для вас на цьому уроці? Які думки він вас кликав? Які почуття? Чого особисто ви навчились? Про що хотіли би дізнатися? Яке значення мав для вас урок? Безперечно ефективним прийомом усної рефлексії є так зване «незакінчене речення».

Однак більшість вчених-психологів і педагогів відзначають, що найбільш важливою для розвитку особистості є письмова рефлексія. Це твір – есе, який покликаний привернути увагу учня до власних думок з певного питання, свого досвіду в усіх його суперечностях. Інколи варто запропонувати учням написати «сінквейн», вірш, що пишеться за певними правилами.

Наприкінці уроку за допомогою «уявного мікрофона» школярі завершують одне з речень: «На сьогоднішньому уроці мене порадувало ...», «Мене схвилювало...», «Мені було цікаво дізнатися».

Одним із різновидів уроків де використовують критичне мислення є – уроки практичні заняття. Де учні самостійно займаються творчо-пошуковою діяльністю, яка спрямована на формування предметних компетентностей та розвиток критичного мислення [1, с. 49]. Також можна використовувати цей урок і для вдосконалення вмінь і навичок роботи з картою – тобто практичне використання знань набутих при опрацювання історичних джерел. Наприклад, у 8 класі при вивченні теми «Національно-визвольна війна», «Рідний край у роки національно-визвольної війни». А також добра нагода учням показати свої навички роботи з медіатекстами. Під поняттям “критичне мислення” можна розуміти “логічне мислення”, “не стандартне мислення”, “аналіз – мислення”, “рефлекторне мислення”, що відображає етапи уроку з використанням технології критичного мислення.

Не можна не згадати в даній роботі взаємозв'язок критичного мислення і медіаграмотності. Критичне мислення і рефлексія як психологічні механізми медіаграмотності, що забезпечують свідоме споживання медіапродукції на основі ефективного орієнтування в медіапросторі та осмислення власних медіапотреб, відповідного та різнобічного оцінювання змісту й форми інформації, її повноцінного і критичного тлумачення з урахуванням особливостей

сприймання мови різних медіа [12, с. 348]. Адже лише людина яка володіє критичним мисленням не стане жертвою маніпуляцій медіапростору, бо кожна інформація буде проаналізована, опрацьована через призму медіаграмотності. Вона швидко прочитає справжню інформацію, відрізнити «фейк» від правдивої інформації, і захистить себе від «джинси». Беручи участь у проєкті «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» (L2D-S) направлений на здобуття учнями навичок критичного сприйняття інформації, а також інтеграцію медійної грамотності у програму загальної середньої освіти, було проведено емпіричні дослідження з порівняння результатів виконання завдання “Скласти правила критичного мислення” учні десятого класу де під час викладання історії застосовувались методи та прийоми критичного мислення, були на 70 % вищими як у класі де не проводилось таке навчання. А учні дев’ятих класів, які є учасниками даного проєкту справились на 80 % з даним завданням. Отже, вміння критично мислити формує медіа грамотність учнівського колективу. Учнівські навички критично ставитися до інформації будь-якого роду, формують медіа-гігієну [2, с. 121].

**Висновки.** Завданням сучасної української школи є формування критично мислячої учнівської громади – це та частина учнівської спільноти, яка чує заклик до роздумів і не зупиняється в інтелектуальному розвитку ані після закінчення школи, ані закінчення університету, перетворюючись на критичних мислителів. Критичні мислителі – це однозначно люди з високою терпимістю, які вважають, що кожна проблема має не один шлях розв’язання. Вони думають, реагують і висловлюють свої ідеї з повагою до прав інших учасників обговорення. Вони інтуїтивно і свідомо розуміють, що у кожного своя правда й істина. Вони здатні визнати обґрунтованість інших поглядів, навіть якщо це суперечить їхній позиції. Вони поважають аргументованість, докази, чесність, і справедливі правила гри та намагаються уникати спокуси використовувати свій інтелект, щоб впливати на інших людей у нечесний спосіб. Як бачимо, критично мисляча людина поступово формує у собі іншу внутрішню позицію, інші ціннісні установки й орієнтації.

Шлях отримання навичок критичного мислення – це досвід народження нових ідей, рішень у спільному обговоренні, а не засвоєння чужих «істин»; досвід формування власних оцінок, поглядів, ставлення та висловлення їх у голос, а не мовчазне прийняття нав’язаних догм; вміння використовувати такі мисленнєві операції, як: аналіз, синтез, оцінювання в роботі з різними джерелами інформації.

Ми структурувати, систематизувати та критично оцінювати її, відрізняючи факти від думок, виявляючи спрямованість і необ’єктивність інформації. Людина, яка мислить критично виявляє інтелектуальну активність у різних життєвих ситуаціях, здатність зайняти активну позицію у конфронтаційних ситуаціях. Вона володіє новими методами і способами мислення і пізнання, їй легко знайти правильне рішення тієї чи іншої проблеми. Цією людиною не будуть маніпулювати жодні медіа. Працюючи з використанням методів та прийомів критичного мислення на уроках, ми створюємо медіаосвітнє середовище, яке формує високий рівень медіаграмотності. Адже, мета медіаосвіти – досягнення медіаграмотності. Без перебільшення можна зазначити, що у сьогоднішній день медіаграмотність дорівнює нашій безпеці. Підсумовуючи слід зазначити що критичне мислення – це здатність аналізувати інформацію, вбачати в ній приховані смисли, аргументовано формувати об’єктивну картину світу, спроможність оцінювати користь або шкоду від взаємодії з медіатекстом.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Власов В., Пометун О. Практичний довідник вчителя історії ТОВ Видавництво «Шкільний світ», 2016 – 96 с. – (Бібліотека «Шкільного світу»).
2. Клименко В. Довіряй, але перевіряй. Медіаграмотність в українському суспільстві. Pictorik, 2018 – 140 с.
3. Мисан В. Сучасний урок історії. ТОВ Видавництво «Шкільний світ», 2011 – 136 с. – (Бібліотека «Шкільного світу»).



4. Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої школи. Упорядник Л. Гриневич. МОН 2016 – 40 с.
5. Пометун О. Критичне мислення для всіх. Самовчитель. Вид. дім «Освіта», 2012 – 181 с.
6. Пометун О. Сущенко І. Навчаємо мислити критично: посібник для вчителів – Д. Ліра, 2016 – 114 с.
7. Пометун О., Сущенко І. Путівник з розвитку критичного мислення в учнів початкової школи: методичний посібник – Київ, 2017. – 96 с.
8. Рогоу Ф. Шейне С. Медіаграмотність. Академія української преси 2017. – 319 с.
9. Скиба М. Освіта турбулентного світу. Український інститут майбутнього. 2018. – 77 с.
10. Збірник статей методологічного семінару «Медіаосвіта в Україні: наукова рефлексія викликів, практик, перспектив. Київ: Національна академія педагогічних наук України, 2013. 741 с.

*The article is devoted to the theory of the concept of «critical thinking». The article demonstrates the practical application of basic methods and techniques of critical thinking technology. The link between the use of critical thinking skills as a major factor in media literacy formation.*

**Keywords:** *critical thinking, media literacy, student competence, methods and techniques, media education.*

## **V. НАСКРІЗНА МЕДІАОСВІТА В ОСВІТНЬОМУ ЗАКЛАДІ**

**Андрій Єлькін**

педагог-організатор

Запорізький навчально-виховний комплекс №19

Запорізької міської ради Запорізької області

## **МОДЕЛЬ ШКІЛЬНОГО МЕДІАХОЛДІНГУ ЗАПОРІЗЬКОГО НВК №19 (БАЗОВОЇ ШКОЛИ ВСЕУКРАЇНСЬКОГО ЕКСПЕРИМЕНТА) ЯК ФОРМА МАСОВОЇ МЕДІАОСВІТИ ШКОЛЯРІВ**

*У статті розглядається інноваційна модель масової медіаосвіти Запорізького НВК №19. Модель Шкільного Медіахолдингу передбачає комплексну (партнерську, синергетичну) діяльність усіх зацікавлених сторін у структурі автономних медіаосвітніх підрозділів – медіаосвітніх центрів 5-11 класів (редколегій газет), авторських проектних колективів, дискусійних клубів, редакцій шкільного локального радіо, онлайн-виховних інформаційно-комунікаційних ресурсів, шкільного кіноклубу. У статті розкриваються можливості залучення до медіапрактик великої кількості школярів та поступового формування соціально-психологічних механізмів підтримки сталого розвитку масової медіаосвіти.*

*У статті показано, як робота над створенням авторського контенту газет, відео, радіо-передач дозволяє здійснювати процес десакаралізації медіа, формувати компетенції, в основі яких знаходяться уявлення про маніпулятивні властивості та прояви медіа.*

*Стаття адресовано вчителям, педагогам-організаторам, керівникам закладів середньої освіти, які планують підвищувати рівень медіа-інформаційної грамотності учнів та створювати ефективні системи вивчення медіатехнологій зсередини заради усвідомлення ними можливостей безпечної корисно-орієнтованої взаємодії з медіа та ефективного використання інформаційно-комунікаційного середовища з метою досягнення власних та суспільних цілей.*

**Ключові слова:** *медіаосвіта, медіаграмотність, шкільні медіахолдинги, критичне мислення, шкільні мас-медіа, інновації в освіті, медіаінформаційна грамотність, освітній простір, інформація, комунікація, шкільні газети, редколегії, медіакомпетенції.*

Нова українська школа поставила перед освітянами низку актуальних питань щодо реформування освіти. Ключовим напрямом діяльності позначеним в нормативних документах є набуття випускниками шкіл певних компетенцій, які сприятимуть їх конкурентоспроможності в інформаційному світі. Таким чином, актуальності набувають форми роботи, які модулюють реальне життя і, одночасно, викликають цікавість школярів, посилюють творчу активність і стимулюють самостійну діяльність.

Медіаосвіта саме і є тим потужним заходом, який поєднує всі зазначені вимоги Нової української школи.

Медіаосвіта, як засвідчують масові опитування, проведені в навчальних закладах і серед населення, відповідає інтересам дітей, батьків і освітян, гуманістичним цінностям і загальним тенденціям розвитку сучасного суспільства, є важливою складовою модернізації освіти, сприяє розбудові в країні інформаційного суспільства, розвитку економіки знань, становленню громадянського суспільства [1].

Загострення потреби в медіаосвіті та інтенсифікації її масового впровадження пов'язано з поширенням у глобальному світі інформації, яка на психологічному рівні викликає конфліктне сприйняття дійсності, ескалацію агресії у медіапросторі. В результаті виникають потреби у медійній ретравматизації та мінімізації деструктивних медійних впливів шляхом медіаосвітніх практик.

В умовах викликів конфліктного контенту сучасної віртуальної реальності навички критичного мислення учнів у процесі сприйняття медіа повідомлень перетворюється на важливу складову національної безпеки, адже медіаосвічені громадяни здатні протистояти будь-якій пропаганді та деструктивним впливам [1].

Інноваційний проект «Шкільний медіахолдинг» в Запорізькому навчально-методичному комплексі №19 було запроваджено у 2008 році. Проте, цей проект було розроблено не на порожньому місці, а як логічне продовження виховного процесу щодо розвитку Дитячо-юнацької громадської організації «Республіка Мрія».

Шкільний Медіахолдинг Запорізького НВК №19 – це модель наскрізної медіаосвіти, яка охоплює навчально-виховний процес на різних його рівнях та таким чином стає ґрунтовною основою для переходу до медіаосвіти протягом всього життя. Засоби масової інформації Шкільного Медіахолдингу висвітлюють життя Дитячо-юнацької громадської організації «Республіка Мрія», розповідають про природоохоронні акції підрозділів громадського об'єднання, про інформаційно-просвітницькі кампанії та участь у міських та регіональних заходах, тому Шкільний Медіахолдинг розглядається як потужний ресурс громадянського виховання учнів, готує до електронного самоврядування у суспільстві.

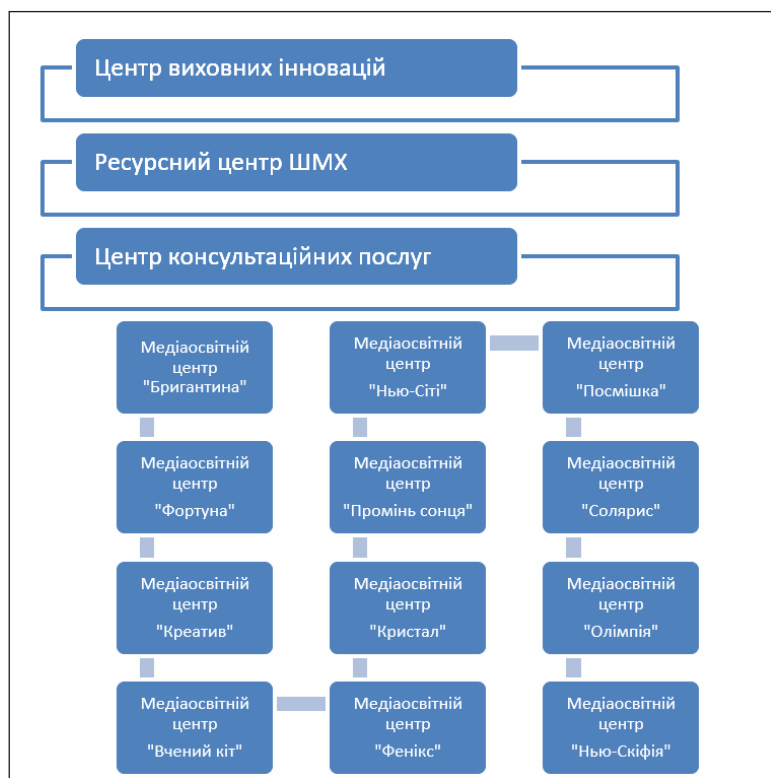
Попередні підсумки впровадження медіаосвіти в Запорізькому НВК №19 в рамках Всеукраїнського експерименту за темою «Стандартизація наскрізної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику» демонструють високий мотиваційний потенціал, актуальність і практичну значущість медіаосвіти холдингового типу.

Багатоманітна діяльність медіаосвітніх центрів відображається на Порталі шкільної преси – який позиціонується як унікальний ресурс школярів для школярів та у відмінності від більшості шкільних сайтів України переважно містить контент, створений учнями, а не педагогами.

Гіпотеза дослідно-експериментальної роботи Запорізького НВК №19 полягає у припущенні, що послідовна реалізація моделі Шкільного Медіахолдингу дає змогу залучати до медіапрактик велику кількість школярів та поступово кількісно-якісні показники медіаосвітнього процесу. Ми дотримуємося важливих принципів передбаченої діяльності, а саме: принципів невимушеності та добровільності участі, усвідомлення власних та колективних переваг, автономності підрозділів у виборі стратегій, змагальності, пріоритетності журналістських стандартів, інтерактивності, консультативної взаємодії – обміну досвідом, відкритості та прозорості кому-

нікаційних процесів, звітності за результатами проектних сезонів тощо. Статут Шкільного медіахолдингу визначає умови членства, структуру, порядок управління, освітню та соціально-культурну базу для здійснення своїх статутних завдань. Стандарт медіаосвітньої моделі Шкільного медіахолдингу заслуговує на інституційну підтримку та є передумовою для несуперечливого розвитку медіаосвітнього руху учнів, вчителів та батьків у межах навчального закладу. (Додаток 1)

Теоретико-методологічною основою дослідно-експериментальної роботи Запорізького НВК №19 є положення Конституції України, Законів України «Про освіту», «Про загальну середню освіту», Концепції Нової української шко-





ли, Концепції впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція); теоретичні праці педагогів, психологів.

**Схема медіаосвітніх практик** – наповнення новинних стрічок, випуск щомісячних газет, публікації в модулі «Медіаторчості», фотопрактикуми, виробництво соціальних рекламних роликів, виробництво різного за жанрами аудіо-візуального контенту.



Медіаосвітні практики націлені на ознайомлення учнів зі стандартами журналістських професій. Учні відповідають на питання: чому важливо дотримуватися цих стандартів, як висвітлювати події, щоб споживач інформації отримав об'єктивну інформацію. Юні журналісти вчаться будувати новини за принципом «перевернутої піраміди», дізнаються, що таке «достовірність», «оперативність» та «повнота», баланс думок і точок зору, відокремлення фактів від коментарів та оцінок, точність подачі інформації. Зрозуміло, що ці практики виховують вимогливість юнкорів до тих повідомлень, з якими вони стикаються в інформаційному просторі. Сформовані компетенції актуалізують потребу у критичному мисленні при сприйнятті інформації новинних повідомлень.

Учасники медіаосвітніх програм Шкільного медіахолдингу вчаться створювати аудіо – та аудіовізуальний контент, здійснювати монтаж тематичних радіопередач, роликів соціальної реклами, телерепортажів, науково-популярних фільмів, дізнаються, як працювати над блогами. Вони розбираються, наскільки важливо підібрати для проекту команду однодумців і як розпланувати всі етапи роботи. Яку роль виконує правильно написаний сценарій, що таке основна і фонові музика, хто й як буде монтувати (з'єднувати всі фрагменти в єдине ціле), як домогтися яскравого і цікавого результату.

Працюючи над створенням контенту в структурі Шкільного Медіахолдингу, учні усвідомлюють, що змістовно медіа-реальність не співпадає з реальністю у матеріальному світі, що медіа не гарантує об'єктивного відображення справжньої реальності.

Практичний компонент діяльності привчає учнів більш ретельно оцінювати медіатексти інших авторів, виховує критичне ставлення до неякісного контенту та здатність до більш глибокого аналізу медіа-продуктів з точки зору ідеї, концептуальності, їхньої жанрової приналежності, виправданості сценічної побудови, кадрового чергування планів, кольорових рішень тощо.

Учасники медіаосвітнього процесу отримують консультативну допомогу щодо поповнення матеріальної бази медіаосвітніх центрів, дізнаються про сучасне обладнання, комп'ютерні програми, за допомогою яких можна оптимізувати виконання робіт зі створення медіапродуктів. (Додаток 3.)

Велике значення для підтримки зацікавленості та мотиваційної сталості в структурі Шкільного Медіахолдингу має змагальність медіаосвітніх центрів. Для цього проводиться без-

перервний шкільний конкурс: ТОП-5 кращих редколегій, ТОП-40 кращих учасників, ТОП-5 кращих медіапедагогів. За результатами цього загальношкільного конкурсу проводиться урочиста церемонія нагородження переможців Дипломами та новими виданнями Міжнародного благодійного фонду «Академія Української преси», сертифікатами ШМХ «ВМ-НФ» та призами від спонсорів та партнерів.

Для визначення кращих протягом навчального року постійно наповнюються Банки балів медіаосвітніх центрів. Банки балів це не тільки ресурс кількісно-якісних показників активності тих чи інших медіаосвітніх центрів, але це й суттєвий індикатор для визначення медіаосвітньої результативності в рамках дослідно-експериментальної роботи Запорізького НВК №19 в рамках Всеукраїнського експерименту. Банки балів дозволяють визначити контрольні групи з різними рівнями активності та на основі цих груп вивчати фактори, які обумовлюють ці рівні активностей.

Нарахування балів здійснюється експертами з урахуванням критеріїв оцінювання медіатекстів. Критерії розробляються медіапедагогами та оголошуються в рамках тренінгових занять. Пізнавальні статті про це публікуються на порталі шкільної преси. (Додаток 4.)

В першу чергу на ефективність медіаосвітнього процесу на рівні класних колективів впливає медіа педагогічна майстерність класного керівника, його здатність забезпечувати автономність медіаосвітнього центру (редколегії), тобто правильно планувати роботу, розподіляти час для виконання редакційних завдань, враховувати здібності учнів у процесі розподілу доручень, обговорювати успіхи та невдачі, підтримувати процес за допомогою заохочувальних прийомів, залучати батьківську громадськість, об'єднувати зусилля зацікавлених сторін, створювати в класному колективі розвиваючу атмосферу творчості (ціннісне виховання). (Додаток 8)

За результатами дослідно-експериментальної діяльності Запорізького НВК №19 в структурі Шкільного Медіахолдингу розробляються нові форми і підходи в здійсненні медіаосвіти. Це потребує подальшого розвитку, критичного осмислення, впорядкування і подальшої стандартизації медіаосвітньої системи в структурі Шкільного медіахолдингу у відповідності до стратегічного плану, який корегується та оптимізується за результатами кожного дослідно-експериментального етапу.

Шкільний Медіахолдинг Запорізького НВК №19 отримує значну інституційну підтримку медіаосвітнього процесу в синергії з реформуванням освіти, реалізацією концепції Нової української школи, подальшою інтеграцією в європейський освітній простір. З 2018 року медіапедагогічний колектив Запорізького НВК №19 діє у відповідності до Меморандуму про співпрацю між Департаментом освіти і науки Запорізької міської ради та Шкільним Медіахолдингом «ВМ-НФ».

Участь шкільних редколегій у висвітленні значних подій міської системи освіти стали можливими саме завдяки співпраці з Департаментом. Акредитація ЗМІ Шкільного Медіахолдингу на сайті Департаменту освіти і науки Запорізької міськради дозволила організувати прес-тури з відвіданням заходів міського, всеукраїнського та Міжнародного значення. Шкільні кореспонденти ЗНВК №19 збагачується досвідом роботи поруч з професійними журналістами на багатьох форумах та конференціях, наприклад: на Міжнародному педагогічному саміті або на Національній конференції лідерів освіти «Модератори освітніх реформ 2.0», яка у 2019-2020 навчальному році була присвячена інституційному аудиту та сертифікації в освіті. Та, – не дивлячись на те, що такі теми можуть виглядати занадто складними для школярів, – представники Шкільного Медіахолдингу гідно впоралися з поставленими завданнями, показали високий рівень сформованості медіакомпетенцій, зробили високопрофесійні фоторепортажі, прямі трансляції та медіатексти у жанрі телерепортажу.

В структурі шкільного Медіахолдингу Портал Шкільної преси <http://zps19.at.ua/> активно наповнюється публікаціями учнів, батьків та медіапедагогів. Три майданчика Порталу на сьогоднішній день мають більш ніж 3 000 000 переглядів. Сайт має зручну навігацію, тематичні модулі новин та медіаторчості, розділ фототворчості, можливість коментувати будь які матеріали. На сайті здійснюється зворотній зв'язок та консультування учасників, працює служба розсилок та опитувальників. На окремій сторінці розміщуються посилання на всі випуски

цифрових версій газет. Кожний медіаосвітній центр має власну стрічку новин, що дозволяє у хронологічному порядку побачити які значні події відбувалися в тому чи іншому класному колективі. Крім того, стрічки новин наочно свідчать про прогрес при написанні новинних повідомлень – як з дорослішанням юнкорів відбувається удосконалення якості тих медіатекстів, які вони створюють.

Кількісні показники за 2019 рік: газет – 54, новин – 265, публікацій у модулі «медіаторчість» – 80, радіопередач – 32, відеороликів – 187 (на каналі «Вісник Мрії»).

Медіаінформаційна грамотність, яка розглядається в моделі Шкільного Медіахолдингу як мета, дає змогу учням зрозуміти функції засобів масової інформації та інших постачальників інформації, дізнатися про те, чому журналістів називають «четвертою владою», чому важливо критично оцінювати зміст тих чи інших повідомлень, а також ухвалювати обґрунтовані рішення, будучи як користувачами, так і виробниками інформації та медіаконтенту.

Забезпечення прав дитини на захист від шкідливих інформаційних впливів в моделі шкільного медіахолдингу Запорізького НВК №19 розглядається як пріоритет. Завданням Шкільного Медіахолдингу є підготовка учнів до вимогливого ставлення до якості надання медійних послуг, а для цього здійснюється робота з ознайомлення їх з критеріями якості медіапродукції, з процедурами захисту своїх прав на якісне медійне обслуговування.

В основу моделі Шкільного Медіахолдингу «ВМ-НФ» Запорізького НВК №19 покладено підхід при виконанні ролевих практик, у межах якого медіакультура мислиться умова взаємодії суб'єктів інформаційного простору: медіавиробників-учнів, медіаспоживачів-учнів та модераторів їхньої взаємодії: дорослих – медіапедагогів та батьків.

Пріоритетними напрямками створення цілісної системи наскрізної медіаосвіти в структурі Шкільного Медіахолдингу Запорізького НВК №19 є використання та апробація навчальних програм інтегрованої освіти для різних вікових категорій учнів загальноосвітніх шкіл, інтеграції медіаосвітніх елементів у навчальні програми з різних предметів, факультативних медіаосвітніх програм, активізація позакласної і позашкільної роботи, фото-, відео – та анімаційних практик, інших форм учнівської творчості медіаосвітнього спрямування. В Запорізькому НВК №19 викладається факультативні курси «Основи медіаграмотності» для 8-х класів та «Медіакультура» для учнів 10 класу.

Важливі функції в структурі шкільного Медіахолдингу виконують вчителі-предметники, які вирішують завдання медіаосвіти на власних уроках (інтегрована медіаосвіта). Медіапедагоги школи-комплексу спираються на низку навчальних програм, які охоплюють різні рівні навчання в середній школі, посібники і підручники, в тому числі з інтегрованої медіаосвіти в курси історичних та суспільно-політичних дисциплін, електронні онлайн-підручники для школярів, використовують медіаосвітні комп'ютерні ігри, електронні ресурси для педагогів. (Додаток 2.)

Велике значення у структурі Шкільного Медіахолдингу приділяється підвищенню медіаграмотності вчителів. Запорізькому НВК №19 розробляються та апробуються оригінальні програми самоосвіти педагогічного колективу і окремих педагогів як форми поточного підвищення кваліфікації, реалізуються ініціативи короткотермінових навчальних курсів і тренінгів для інтенсивної медіаосвітньої підготовки педагогів під час канікул.

Важливим елементом системи наскрізної медіаосвіти у структурі Шкільного Медіахолдингу Запорізького НВК №19 є організація за участю медіавиробників різних форм позашкільної освіти, включаючи батьківську педагогіку, дитячі та молодіжні фестивалі, конкурси, проекти місцевого і всеукраїнського рівня для сприяння розвитку медіакультури і підтримки медіаосвітнього процесу школи-комплексу. Учні Запорізького НВК №19 беруть активну участь та перемагають у міських, обласних, національних і міжнародних медіа-конкурсах та фестивалях. (Додаток 7)

Об'єктом експерименту є процес розвитку медіакультури учасників навчально-виховного процесу Запорізького НВК №19, включаючи учнів, їхніх батьків і вчителів. При цьому, предметом експерименту є зміст і психолого-педагогічні технології організації системи наскрізної масової медіаосвіти у структурі Шкільного Медіахолдингу.

Наукова новизна дослідно-експериментальної роботи Запорізького НВК №19 полягає у створенні психолого-педагогічних засад новітньої системи наскрізної масової медіаосвіти у структурі Шкільного Медіахолдингу, що відповідає викликам сучасного суспільства, завданням модернізації освіти в Україні; розробленні інноваційної технології інтенсивного впровадження наскрізної масової медіаосвіти, яка базується на авторській моделі Медіаосвітнього холдингу; формуванні загальношкільного медіаосвітнього руху у відповідності до Статуту Шкільного Медіахолдингу Запорізького НВК №19 (Додаток 1); підготовці авторських розробок, уроків, методичних рекомендацій розвитку форм громадської участі і розширеної медіаторчості учнів як ресурсів формування активної громадської позиції та підтримки сталості медіаосвітнього процесу.

Практична значущість експериментальної роботи Запорізького НВК №19 в рамках Всеукраїнського експерименту проявляється у перевірці результативності і у визначенні умов ефективного застосування моделі наскрізної медіаосвіти в структурі Шкільного Медіахолдингу Запорізького НВК №19.

Зокрема, ми вивчали кількісні показники медіапрактик учнів 8-9 класів Запорізького НВК №19 за уподобаннями (кількість опитуваних респондентів – 75). В цьому дослідженні учні нумерували медіапрактики від найбільш улюблених до найменш улюблених. За результатами цього опитування було виділено три групи медіапрактик:

1 група – найбільш популярні: телефони, фільми, соціальні мережі, серіали, музика. 2 група – менш популярні: комп'ютерні ігри, читання книг, відвідування кінотеатрів. 3 група – непопулярні: газети, журнали, радіо, веб-сайти.

Також ми дослідили, скільки часу учні 8-9 класів Запорізького НВК №19 проводять в інтернеті на добу (опитуваних – 84 особи). За результатами цього дослідження протягом року у контрольній групі зменшилась кількість учнів, які знаходяться в інтернеті 1-3 години на добу (30-21), зменшилась кількість учнів, які знаходяться в інтернеті від 4 до 6 годин (44-33), але збільшилась кількість учнів, які знаходяться у всесвітній мережі Інтернет більше 6 годин (10-30).

Перевірялось також відношення школярів до достовірності мас-медійних повідомлень, а саме довіра та схильність до перевірки (кількість опитуваних – 84 особи). Протягом року завдяки роботі в структурі Шкільного медіахолдингу змінились в бік покращення медіакомпетенції, пов'язані з довірою до достовірності мас-медійних повідомлень та зі схильністю перевіряти інформацію. Зменшились показники «не замислююсь» (22-12), «довіряю, не перевіряю» (9-6), «іноді довіряю, не перевіряю» (24-21), збільшились показники «іноді довіряю, перевіряю» (20-30), «не довіряю, не перевіряю» (5-6), «не довіряю, перевіряю» (4-9).

За минулий рік також змінились показники щодо актуальності постановки запитань, які покращують розуміння мас-медійних повідомлень з точки зору можливостей їхнього декодування (75 опитуваних).

Збільшилась кількість учнів які при розгляді мас-медійних повідомлень частіше задаються питаннями:

**Хто створив це повідомлення і чому він його надсилає?** 2018-2019 навчальний рік: висока актуальність – 28, середня – 16, низька – 29; 2019-2020 навчальний рік: висока актуальність – 36, середня – 15, низька – 24.

**Які методи використовуються, щоб привернути мою увагу?** 2018-2019 навчальний рік: висока актуальність – 14, середня – 25, низька – 36; 2019-2020 навчальний рік: висока актуальність – 21, середня – 24, низька – 30.

**Які способи життя, цінності і точки зору представлені в повідомленні?** 2018-2019 навчальний рік: висока актуальність – 19, середня – 18, низька – 38; 2019-2020 навчальний рік: висока актуальність – 27, середня – 15, низька – 33.

**Як різні люди розуміють це повідомлення?** 2018-2019 навчальний рік: висока актуальність – 25, середня – 19, низька – 31; 2019-2020 навчальний рік: висока актуальність – 36, середня – 16, низька – 27.

**Які питання не освітлені у цьому повідомленні?** 2018-2019 навчальний рік: висока актуальність – 34, середня актуальність – 10, низька актуальність – 31; 2019-2020 навчальний рік: висока актуальність – 45, середня актуальність – 6, низька актуальність – 24.

Важливим дослідженням стало вивчення прогресу учнівських знань, умінь, навичок, компетенцій в структурі Шкільного Медіахолдингу Запорізького НВК №19. Учасники проектних ліній відповідали на запитання: «Чому Ви навчилися, виконуючи ті чи інші завдання та працюючи в структурі Шкільного медіахолдингу?» (75 опитуваних). Респондентам було запропоновано певна кількість груп можливих відповідей. Наприклад, стосовно розвитку критичного мислення відмічається помітний прогрес при виборі наступних відповідей: Оцінювати об'єктивність медіатекстів (33 стверджувальні відповіді у порівнянні з 20 відповідями у минулому році), бачити маніпуляції в медіа (27 стверджувальних відповідей у порівнянні з 20 відповідями у минулому році), аналізувати авторський задум (39 стверджувальних відповідей у порівнянні з 22 відповідями у минулому році), бачити відмінності між матеріальною та віртуальною реальністю (45 стверджувальних відповідей у порівнянні з 30 відповідями у минулому році), розуміти цілі публікаторів (48 стверджувальних відповідей у порівнянні з 32 відповідями у минулому році).

Стосовно технологічних вмінь навичок та компетенцій було виявлено значний прогрес у порівнянні з аналогічним опитуванням цієї контрольної групи у минулому році:

Відповіді	Кількість відповідей – «так», 2018-2019 навчальний рік	Кількість відповідей – «так», 2019-2020 навчальний рік
Писати новини за принципом перевернутої піраміди	16	27
Здійснювати пошук затребуваної інформації	30	37
Публікувати матеріали в Інтернеті	49	63
Відстежувати оновлення на порталі шкільної преси	27	51
Створювати унікальний дизайн газети	43	54
Виконувати редакційні завдання своєчасно	31	39
Записувати і монтувати відео	33	51



Відповіді	Кількість відповідей – «так», 2018-2019 навчальний рік	Кількість відповідей – «так», 2019-2020 навчальний рік
Працювати в команді	48	63
Планувати свої дії	37	51
Здійснювати зворотній зв'язок, коментувати публікації	41	48
Створювати контент за допомогою нових технологій	29	48
Фотографувати події	49	60
Складати сценарій майбутніх роликів	29	48
Обробляти фотографії	42	51
Створювати радіопередачі	16	40
Готувати питання до інтерв'ю	33	50
Поважати авторське право	42	50
Підтримувати ініціативи друзів	47	53
Працювати з текстами, добиватися лаконічності, зрозумілості тощо	39	47
Конвертувати, формувати файли	16	21
Розподіляти час для медіапрактик	<b>24</b>	<b>27</b>

**Висновки.** Статистичні дані за результатами соціологічних досліджень, проведені співбесіди з учасниками медіаосвітнього процесу та спостереження, відстеження індикаторів ефективності роботи підрозділів (медіаосвітніх центрів) Шкільного Медіахолдингу «ВМ-НФ» в рамках дослідно-експериментальної частини діяльності колективу Запорізького НВК №19, як базової школи Всеукраїнського експерименту зі стандартизації наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику, свідчать про наявні переваги при задіянні структури Шкільного Медіахолдингу як моделі масової медіаосвіти, яка здатна вирішувати завдання формування медіа-інформаційної грамотності школярів вже тепер, не чикаючи довгострокового впровадження інтегрованої медіаосвіти та не менш довгострокового впровадження спеціальних медіаосвітніх курсів, розробка програм та підготовка кадрів для яких затягується на роки.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Наказ МОН № 1199 від 18.08.2017 Про проведення всеукраїнського експерименту за темою «Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику» на базі навчальних закладів України.
2. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник. / В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко; За науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Центр вільної преси, 2012. – 344 с.

Посилання на Додатки до Опису педагогічного досвіду:

Додаток 1.

[http://zps19.at.ua/exhibition/dodatok\\_1-statut\\_shkilynogo\\_mediakholdingu\\_vm-nf.pdf](http://zps19.at.ua/exhibition/dodatok_1-statut_shkilynogo_mediakholdingu_vm-nf.pdf)

Додаток 2.

[http://zps19.at.ua/exhibition/dodatok\\_2-integrovana\\_mediaosvita.pdf](http://zps19.at.ua/exhibition/dodatok_2-integrovana_mediaosvita.pdf)

Додаток 3.

[http://zps19.at.ua/exhibition/dodatok\\_3-obladnannja.pdf](http://zps19.at.ua/exhibition/dodatok_3-obladnannja.pdf)

Додаток 4.

[http://zps19.at.ua/exhibition/dodatok\\_4-kriteriji\\_ocinjuvannja\\_videokontentu-elk.pdf](http://zps19.at.ua/exhibition/dodatok_4-kriteriji_ocinjuvannja_videokontentu-elk.pdf)

Додаток 5.

[http://zps19.at.ua/exhibition/dodatok\\_5-konspekt\\_dopovidu\\_na\\_mizhnarodnu\\_konfere.pdf](http://zps19.at.ua/exhibition/dodatok_5-konspekt_dopovidu_na_mizhnarodnu_konfere.pdf)

Додаток 6.

[http://zps19.at.ua/exhibition/dodatok\\_6-zdorovi\\_shkoli.pdf](http://zps19.at.ua/exhibition/dodatok_6-zdorovi_shkoli.pdf)

Додаток 7.

[http://zps19.at.ua/exhibition/dodatok\\_7-dosjagnennja\\_u\\_konkursakh\\_2018-2019\\_n.r.pdf](http://zps19.at.ua/exhibition/dodatok_7-dosjagnennja_u_konkursakh_2018-2019_n.r.pdf)

Додаток 8.

[http://zps19.at.ua/exhibition/dodatok\\_8-mediaosvitnij\\_centra-kristal.pdf](http://zps19.at.ua/exhibition/dodatok_8-mediaosvitnij_centra-kristal.pdf)

*The following paper discusses an innovative model of mass media education in Zaporozhian school #19. The School Media Holding Model provides for integrated activities of all the parties concerned in the structure of autonomous media educational centers for 5-11 classes. The paper may be useful for teachers, organizers, headmasters, who are planning to create appropriate conditions for the formation of media and information literacy for students.*

**Keywords:** *media education, media literacy, school media holdings, critical thinking, school media, education innovations, media literacy, educational space, information, communication, school newspapers, editorial boards, media competencies.*

**Тетяна Мотуз**

доцент кафедри загальної, спеціальної педагогіки,  
реабілітації та інклюзивної освіти  
Комунальний заклад вищої освіти «Дніпровська  
академія неперервної освіти»  
Дніпропетровської обласної ради

## **ВИКОРИСТАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ІНТЕРНЕТ-РЕСУРСІВ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ**

*У статті обґрунтовано необхідність використання сучасних інтернет-ресурсів для створення позитивного іміджу закладу освіти. Розглянуто сайт закладу, сторінку у соціальній мережі, групу у соціальній мережі як найбільш перспективні ресурси для представництва та забезпечення інформаційної прозорості й відкритості закладу. Визначено основні кроки для керівника закладу щодо успішного представлення закладу в мережі та формування позитивного іміджу.*

**Ключові слова:** імідж, імідж закладу освіти, конкурентоздатність, сайт, сторінка в соціальній мережі, група в соціальній мережі, Facebook.

**Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** Розвиток ринкових відносин у світі позначається і на системі освіти, зокрема вітчизняної. Так, все частіше про освіту говорять як про сферу послуг, а стосовно закладу освіти вживаються такі терміни як «затребуваність», «освітня послуга», «імідж закладу освіти», «імідж керівника». В основу закладено розуміння конкурентності, а відповідно і конкурентноздатності закладу освіти.

Проблеми формування громадської думки про конкретний заклад набувають все ширшого резонансу в сфері освіти, в засобах масової інформації, на рівні міжособистісного спілкування педагогічних працівників, учнів та їх батьків. Формування позитивного іміджу закладу освіти, його підтримка впливає не тільки на посилення конкурентоспроможності та перспективності закладу, але і загалом дозволяє свідчити про рівень розвитку освіти в регіоні та країні, що значною мірою позначається на іміджі вітчизняної освіти. Сьогодні заклади освіти вдаються до різних форм конкуренції, серед яких значна роль відводиться іміджу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спирається автор; виділення нерозв'язаних частин загальної проблеми, які розкриває ця стаття.** Процес функціонування і розвитку закладу загальної середньої освіти зазвичай супроводжується формуванням його іміджу. Цифровізація й інформатизація суспільного життя актуалізує необхідність використання інформаційних і медіаресурсів задля створення позитивного іміджу освітнього закладу. Питання розвитку закладів освіти вивчалися Л. Карамушкою, В. Лазаревим, О. Мармазою, М. Поташником, Є. Хриковим та ін.; імідж закладів освіти став предметом вивчення Б. Андрюшкіна, О. Веліканової, В. Григораша, Є. Зуєвої, Л. Карамушки, М. Фадеєвої, В. Шепеля та ін.

Умовою ефективного використання інфомедійних ресурсів задля формування позитивного іміджу закладу є медіаграмотність керівника закладу освіти. Теоретичні аспекти формування медіаграмотності педагогічних працівників розкривають у своїх дослідженнях Л. Найдьонова, Б. Потятиник, С. Іць, Г. Онкович та ін., до питань практичного аспекту формування медіаграмотності зверталися В. Мантуленко, М. Кузьміна, І. Доніна, А. Федорова та ін. Проте питання використання потенціалу інтернет-ресурсів як складника медіаграмотності керівника і необхідної умови створення позитивного іміджу закладу освіти не стало предметом спеціальних досліджень.

**Постановка завдань дослідження.** Завданнями нашого дослідження є аналіз потенціалу сучасних інтернет-ресурсів для створення позитивного іміджу закладу освіти, а також наведення прикладів використання керівниками та педагогічними працівниками закладів освіти сайтів, соціальних мереж для ефективного представництва закладу у мережі.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Протягом останніх років проблема створення позитивного іміджу закладу освіти стала актуальною через низку причин, серед яких виділяємо: демографічну ситуацію, що посилює конкуренцію серед освітніх закладів однієї території; потребу у доступі освітнього закладу до нових ресурсів (фінансових, інформаційних, людських); потребу закладу освіти у професійних та кваліфікованих кадрах.

Поняттєве поле проблеми охоплює такі терміни, як «імідж» та «імідж закладу освіти». У великому тлумачному словнику сучасної української мови поняття імідж буквально трактується як рекламний представницький образ кого-небудь (чи чого-небудь), що створюється для населення [2, с. 492]. За визначенням Л. Присяжнюк, імідж у широкому розумінні – «це комплекс своєрідних рис і характеристик різного походження, які є засобом формування в аудиторії певного уявлення про будь-який предмет, інститут або особу» [3]. Метою формування іміджу є підвищення конкурентоспроможності освітнього закладу на ринку освітніх послуг.

Зважаючи на те, що у ХХІ столітті взаємодія між людьми у переважній більшості починається у віртуальному просторі – через професійні та непрофесійні контакти у соціальних мережах, блоги, сайти установ і закладів, там же в аудиторії і формується перше враження про заклад, про керівника та працівників як професіоналів, а також оцінка образу загалом. Тому представлення закладу освіти у мережі Інтернет сьогодні є невід’ємним складником позитивного іміджу.

Зі споживачів інформації користувачі перетворилися на авторів контенту (дописи у Facebook, відео на YouTube, власні блоги тощо), транслюючи наживо велику частину особистого та професійного життя. Спілкування з друзями, колегами, партнерами тепер відбувається у віртуальному просторі. Тому зараз важливою і потрібною є навичка медіаграмотності, тобто набору компетентностей, необхідних для активної й усвідомленої участі в житті медійного суспільства [1].

Визначаючи ресурси, які допомагають створити позитивний імідж закладу освіти у мережі Інтернет, перш за все слід виділити сайт закладу, сторінки у соціальних мережах, групи у соціальних мережах та месенджерах тощо.

У контексті нашої проблеми варто взяти до уваги ст. 55 Закону України «Про освіту», якою урегульовані права та обов’язки батьків здобувачів освіти. Так, батьки здобувачів освіти мають право «завчасно отримувати інформацію про всі заплановані у закладі освіти та позапланові педагогічні, психологічні, медичні, соціологічні заходи, дослідження, обстеження, педагогічні експерименти та надавати згоду на участь у них дитини; отримувати інформацію про діяльність закладу освіти...» [4]. Тут важливо розуміти через які канали комунікації та які джерела керівники та педагогічні працівники будуть знайомити батьків з інформацією про все, що відбувається в закладі. Саме медіа та інтернет-ресурси ефективно використовувати для забезпечення реалізації права батьків здобувачів освіти на інформацію. Одночасно, використані ресурси допоможуть сформувати позитивний імідж закладу у мережі.

З чого ж починається формування образу установи, закладу в мережі Інтернет? По-перше, слід зазначити, що образ закладу сьогодні – це результати пошуку в Google. На першу особисту зустріч відвідувачі, потенційні здобувачі освітніх послуг чи партнери прийдуть з якимось вже сформованим портретом керівника та образом закладу. При цьому важливо, щоб керівник та члени колективу подбали про те, щоб це був вигідний для закладу образ, і привабливий для оточуючих. Пропонуємо декілька кроків зі створення позитивного іміджу в мережі.

Крок 1. Дайте оцінку вже сформованому іміджу закладу у мережі. Для цього можна просто ввести назву закладу та ПІБ керівника у пошукову систему і проаналізувати результати. Ваша позиція у пошуку, дописи про вас від колег, партнерів, ЗМІ, а також власні дописи ство-

рюють певне враження про заклад у громадськості. Варто звернути увагу також на профілі у соціальних мережах (сторінка закладу, особисті профілі керівництва та членів колективу).

Крок 2. Визначтесь з тим, у чому полягає професіоналізм вашого колективу. Створіть ваш «професійний бренд», тобто візитівку вашої професійної діяльності. Саме ця візитівка і буде окреслювати ваші професійні переваги.

Крок 3. Створюйте контент для соціальних мереж, враховуючи його користь для конкретної аудиторії. Ще одне правило формування контенту: наповнення Інтернет-ресурсів має бути систематичним, тобто періодичним і регулярним.

Крок 4. Перегляньте та оновіть сайт закладу. У Законі України «Про освіту» (2017 рік) визначено перелік інформації для закладів освіти, яка є обов'язковою для оприлюднення на сайтах або інших відкритих ресурсах. Так, кожен керівник закладу з-поміж іншої інформації та контенту, що формують позитивний імідж, має оприлюднити всі документи та відомості, що вимагає Закон. Заклади освіти, що отримують публічні кошти, та їх засновники зобов'язані оприлюднювати на своїх веб-сайтах кошторис і фінансовий звіт про надходження та використання всіх отриманих коштів, інформацію про перелік товарів, робіт і послуг, отриманих як благодійна допомога, із зазначенням їх вартості, а також про кошти, отримані з інших джерел, не заборонених законодавством [4].

Крок 5. Якщо у закладу не має сторінки у Facebook, то її варто створити, адже переважну більшість своїх здобувачів освітніх послуг, їх батьків, партнерів, колег можна знайти саме там. Серед переваг соціальних мереж варто виділити: доброзичливість аудиторії; наявність великої кількості сторінок «публічних персон»; можливість спілкування з людьми, з якими ви не знайомі в «реальному» світі; необов'язковість мати «професійні навички» ІТ.

Створюючи представництво закладу у соціальній мережі Facebook, керівнику необхідно чітко розрізняти три основні варіанти представлення: особистий профіль, сторінка, група. Особистий профіль зазвичай створюється для представництва конкретної людини (фізичної особи). Особливостями профілів у Facebook є можливість «заводити» друзів, необхідність вказувати реальне ім'я та неможливість використання профілю у комерційних цілях. Тобто, це можуть бути особисті сторінки керівництва закладу чи педагогічних працівників. Неможливість використання у комерційних цілях означає те, що рекламувати заклад, послуги, що надаються закладом, з особистого профілю Facebook не рекомендується. Для таких цілей створюються сторінки Facebook. Сторінка може бути особистим профілем закладу, проекту або публічної людини і створюється для маркетингу. Саме на сторінці керівник чи педагогічні працівники можуть анонсувати події, що відбудуться, залучати до участі у заходах батьків, партнерів, публікувати актуальні новини з життя закладу. Зауважимо, що у сторінки закладу чи публічної особи не має друзів, а є підписники, кількість яких необмежена. До особливостей сторінок Facebook відносимо: публічність, необмеженість у кількості підписників, наявність докладної статистики.

Наступний елемент, який може бути корисним для публічного представлення закладу у мережі – це групи в соцмережах. Розглянемо особливості груп на прикладі соцмережі Facebook. Так, група створюється для залучення аудиторії за певною тематикою або інтересами. Серед типів груп виділяють публічні, закриті (пости видно тільки учасникам спільноти), секретні (такі групи не помітні в пошуку, а учасники додаються адміністратором). Корисним і цікавим для педагогічного колективу є те, що при певних налаштуваннях, публікувати в групі може будь-який учасник, тобто не лише адміністратор може робити дописи, а й інші члени педагогічної, батьківської, учнівської спільнот.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.** Отже, розглянувши і проаналізувавши інтернет-ресурси, які можна використати для ефективного представництва закладу освіти у мережі та створення позитивного іміджу, можна зробити такі висновки:

- сайт закладу освіти сьогодні є офіційним представництвом у мережі і забезпечує в першу чергу виконання норм законодавства щодо інформаційної прозорості і відкритості закладу;
- сучасним інструментом для забезпечення відкритості закладу, формування позитивно-



го іміджу, а також комунікації з батьками, колегами, партнерами є сторінки у соціальних мережах;

- оновлення форм організаційної і методичної роботи з педагогічними працівниками, об'єднання їх за інтересами забезпечують групи у соціальних мережах. Групи є також цікавим інструментом для використання в учнівському самоврядуванні, позакласній роботі з учнівством.

Отже, вміння використовувати в роботі різноманітні інтернет-ресурси як один зі складників медіаграмотності керівника, сприяє не лише покращенню якості комунікації між учасниками освітнього процесу, а й сприяє формуванню позитивного іміджу закладу.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Бути медіаграмотним: 10 необхідних компетентностей. – [Електронний ресурс]. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/18961/2017-05-24-buti-mediagramotnim-desyat-neobkhdnix-kompetentnostei/>
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови : [250 000 сл. та словосполучень з дод. та доп.] / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. К., Ірпінь : Перун, 2009. 736 с.
3. Присяжнюк Л. А., Томаш Кук Формування позитивного іміджу закладу загальної середньої освіти в контексті його інноваційного розвитку. Молодий вчений. 2019. № 5.2 (69.2), С. 19-25
4. Про освіту: Закон України від 5.09.2017 р. № 2145-VIII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення 10.10.2018).

*The need to use modern Internet resources to create a positive image of the educational institution is substantiated in the article. The site of the institution, a page on a social network and a group on a social network are considered as the most promising resources for representation and maintenance of information transparency and openness of an institution. The basic steps for the head of the institution for a successful presentation of the institution on the network and formation of a positive image are identified.*

**Keywords:** *image, image of an educational institution, site, page on a social network, group on a social network.*

**Ірина Земелько**

заступник директора з навчально-виховної роботи  
Комунальний заклад «Полтавська загальноосвітня  
школа І-ІІІ ступенів № 28»

## **МЕДІАОСВІТА: ПРАКТИКИ ВПРОВАДЖЕННЯ В АСПЕКТІ ФОРМУЛИ НОВОЇ ШКОЛИ**

*Визначено нові аспекти медіаосвітніх застосувань в умовах нової школи відповідно до законодавчих змін. Представлено основні форми впровадження медіаосвіти різних категорій учасників освітнього процесу закладу. Проаналізовано впровадження медіаосвіти в закладі, співпрацю учасників освітнього процесу щодо формування медіаосвітнього простору в закладі, місті.*

**Ключові слова:** *медіаосвіта, академічна доброчесність, форми медіаосвіти, критичне мислення, компетентності.*

Закон України «Про освіту» для Нової української школи визначає 10 ключових компетентностей, які є однаково важливими, розвиваються на різних уроках впродовж всього періоду навчання. Відзначимо, що спільними для всіх компетентностей є вміння читати і розуміти прочитане, висловлювати думку усно і письмово, критично мислити, здатність логічно обґрунтовувати позицію, виявляти ініціативу, творити, уміння вирішувати проблеми, конструктивно керувати емоціями, застосовувати емоційний інтелект, здатність співпрацювати в команді [1].

В аспекті впровадження медіаосвіти виділяємо інформаційно-цифрову компетентність, яка передбачає впевнене, критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією в публічному просторі та приватному спілкуванні [2, стаття 12]. Це актуалізує завдання сучасної школи – не лише підготувати дитину до життя в умовах сучасного інформаційного суспільства, але й навчити розуміти й усвідомлювати наслідки впливу медіа на психіку людини, навчити її захищатися від сприйняття негативної інформації.

Вчителі КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів № 28» активно підвищують свій фаховий рівень для реалізації визначених суспільством і законодавством завдань. Зокрема, навчання на семінарах, тренінгах, які проводять фахівці Центру практичної психології та кафедри менеджменту освіти ПОППО ім. М. Остроградського. Таке навчання протягом навчального року пройшли 3 вчителі в форматі тематичних семінарів, 11 – в форматі вивчення тем на курсах підвищення при ПОППО. Активніше беруть участь у вебінарах, програми яких також містять елементи медіаосвіти, критичного мислення-5 вчителів. Окремо відзначимо участь закладу в роботі Всеукраїнської соціальної платформи «Інтегрована медіаосвіта як засіб формування соціальної і громадянської компетентності учнів» в м. Кременчук [3]. Збільшується кількість вчителів, які використовують онлайн ресурси для підвищення кваліфікації. Зокрема платформи «На урок», «Всеосвіта», Prometheus, EdEra, результативною є участь в EdCamp, (Не)конференції для професійного зростання шкільних педагогів. Активізувалась робота з розміщення вчителями власного доробку на електронних платформах, зокрема, й на зазначених вище. В форматі формули Нової школи вчителі також створюють блоги.

Важливим джерелом в роботі залишаються матеріали, підготовлені фахівцями-«Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: Посібник для вчителя», «Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства: посібник для вчителя». Як зазначили автори, у вчителів суспільних дисциплін мають бути сформовані специфічні навички роботи з медіатекстами: критично аналізувати джерело історичної інформації (характеризувати авторство джерела, час, обставини і мету його створення); аналізувати інформацію, подану в різних

знакових системах (текст, карту, таблицю, схему, аудіовізуальний ряд); розрізняти в медіаінформації факти і думки, історичні маніпуляції та історичні пояснення; брати участь у дискусіях з історичних проблем, пов'язаних з висвітленням в медіа, формулювати власну позицію з обговорюваних питань, використовуючи для аргументації історичні відомості [4].

В КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів № 28» медіаосвіта представлена в форматі вивчення модуля «Інформація та масмедіа» курсу «Громадянська освіта» в 10 класі, варіативного курсу «Основи медіаграмотності» в трьох 8-х класах, інтегровано на уроках історії, основ правознавства, біології, хімії, зарубіжної літератури, інформатики, а також в позаурочній роботі. Впроваджують елементи медіа грамотності вчителі початкових класів. Зокрема, вчителька початкових класів Власенко Н. М. після участі в тренінгу «Фейкові новини та маніпуляції», який відбувся на базі ПОШПО в січні 2019 р., долучилась до інтегрованого впровадження медіаграмотності. Проводить з учнями заняття «Інформація: отримуємо й шукаємо», «Я-споживач якісної інформації», на яких учні вчать розрізняти факти й судження, переглядають навчальне відео про фейкові новини. Вчитель проводить й відповідні інформування на батьківських зборах. Слухачі отримали пам'ятки споживача якісної інформації та чек-листи питань для верифікації новинної інформації. Вчителька стала учасницею у складі шкільної команди у роботі Всеукраїнської платформи «Інтегрована медіаосвіта як засіб формування соціальної та громадянської компетентності учнів» в жовтні 2019 р., що сприяло новим тематичним інформуванням учнів на тему безпеки в соцмережах, залученню до участі в конкурсі «Основи кібербезпеки» на платформі «Всеосвіта».

Важливим стало залучення закладу до нового медійного проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». В рамках участі в проєкті директор закладу Заворотюк І. В., вчителі української мови та літератури, історії та мистецтва – Тягун І. І., Булава О. Ю., Ржеко Л. В. – пройшли навчання на тренінгах проєкту, який здійснює IREX (Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів) спільно з Академією української преси та StopFake за підтримки Посольств США та Великої Британії в Україні. Програма «Вивчай та розрізняй» (L2D-S) має на меті інтеграцію елементів медіаграмотності та критичного сприйняття інформації у вибрані шкільні предмети, тим самим формуючи в учнів середніх шкіл України навички медіаграмотності, критичного мислення та вміння відрізняти факти від дезінформації [5]. Відповідно меті програми навчання й надіслані матеріали сприяють тому, що на уроках історії пояснюють, як можуть маніпулювати різного роду наративами та історичними подіями. На уроках української мови та літератури під час роботи з текстами учні вчать розрізняти стиль, аналізувати тези, визначати лінгвістичні маніпуляції. Уроки мистецтва більше сконцентровані на візуальному контенті: маніпуляція емоціями, за рахунок зміни ракурсу висвітлення подій, використання музики [6].

Знайомство з медіаосвітою в нашому закладі розпочалось в 2011 р., а викладання курсу «Медіакультура» з 2012-2013 н.р. для учнів тодішнього 10 класу. За період викладання курсу з 2013р. можна зробити певні порівняння, зокрема, про зміни в обізнаності учнів 10 класу в 2012-2013 н.р. та учнів 8 класів в 2019-2020 н.р. Тепер учні більш обізнані в таких темах, як, «Створення образу людини за допомогою фотографії», «Засоби комунікації у мережі Інтернет», «Безпека в мережі Інтернет». При аналізі медіатекстів учні швидше знаходять фейкову інформацію. За 6 років життя з поняттям «медіаосвіта» можна констатувати не тільки швидкий розвиток інформаційного суспільства, а й зміни, які ми спостерігаємо в учнях, що відбулися за цей невеликий проміжок часу. Відзначимо обізнаність сьгоднішніх 8-класників у знанні медійної термінології; їхнє знання доступу до різних програм і платформ у мережі Інтернет; активне використання соціальних мереж не лише як засобу комунікації, а й як засобу комерції. Насамперед, це купівля-продаж товарів через соцмережі, все самостійно, лише за батьківської згоди. До таких висновків прийшла вчителька Булава О. Ю., яка в цьому навчальному році викладає варіативний курс «Основи медіаграмотності». Вона відзначає зацікавленість учнів предметом: «Адже говоримо про теми, в яких вони «живуть»: інтернет, соцмережі, відеоігри, кіно, музика тощо. Предмет дає можливість учням розповісти про свої уподобання, висловити

думку з тем, які їх цікавить». Окремо слід відзначити й те, що, по-перше, учні які не мають високих результатів з інших предметів, на цих заняттях розкривають свої здібності перед однокласниками; по-друге, учні з особливими освітніми потребами мають можливість не приховувати своїх знань, а відкрито ділитися ним. Наприклад учень N може значно краще розповісти про свій улюблений фільм ніж урочний матеріал, поділивши свою розповідь на логічні пункти; учень F доступно для всіх може поділитися інформацією про відеоігри, адже це є сфера його інтересів. Підвищився рівень обізнаності учнів в питанні розпізнавання фейків та як і за допомогою чого можна розпізнати, що оригінальний текст чи фото зробили неправдивим. Аналізуючи, відзначили такі моменти: аналіз статей інтернет-видань, періодики, фото та відео ЗМІ – один з найкращих методів формування критичного мислення; навички роботи з текстами дуже необхідні як при написанні наукових робіт та статей школярами, так і в повсякденному житті загалом, адже наш сучасний світ перенасичений інформацією.

Розпочинаючи вивчення курсу з новим класом, проводимо соціопитування серед учнів школи та класу. Так цьогогоріч в рамках вивчення курсу учнями 8-х класів вчителька Булава Ольга Юрївна організувала наступні соціопитування: «Чи є ЗНО ефективним методом оцінювання якості знань? (серед учнів 10-11 класів), «Скільки часу на день ти проводиш в інтернеті?» (7-8 класи), «Сайти, на яких ти проводиш час найчастіше» (8-А та 8-Б класи). Останнє соціопитування показало, що учні 8-х класів 50 % часу проводять в соцмережах, 30 % – відео та онлайн-ігри, 10% – навчальна інформація, кіно онлайн – 5%, інше – 5 %. Серед опитаних найбільше часу проводять в соцмережах дівчата, серед хлопців-більший відсоток тих, хто грає в онлайн-ігри. Після проведеного співставлення відмічаємо, що за період викладання курсу простежується збільшення часу, який учні витрачають на соцмережі, онлайн-ігри, збільшилась кількість тих, хто використовує Instagram, зменшилась роль Facebook.

Окрема увага приділяється засвоєнню учнями алгоритму, спрямованого на розвиток критичного мислення засобами виконання учнями спеціальних завдань, які запропоновані в робочих зошитах [7; 42], зокрема, визначення медіаприймів, що застосовуються у теленовинах:

№	Назва «ефекту»:	сутність «ефекту»:
---	-----------------	--------------------

Ми використовуємо з учнями розроблений науковцями, авторами Робочого зошита – Л. А. Найдьонова, О. Т. Баришполець, О. Є. Голубєва – алгоритм дослідження візуальних медіатекстів.

Вчителі продовжують використовувати корисні допоміжні матеріали, такі як навчальна онлайн-гра «Медіазнайко», використання інформації з платформи «МедіаДрайвер», екскурсії на Полтавське телебачення (РТV).

На думку вчительки української мови та літератури Тягун І. І., медіапростір – сприятливе середовище для вчителя, засіб професійного росту і розвитку. Зокрема, на уроці української мови у 8 класі «РМ. Інтерв'ю в публіцистичному стилі», вона здійснює підбір ілюстративних матеріалів, як от опитування відомої людини, політика чи актора на телебаченні під час ток-шоу чи випуску новин. При цьому такий матеріал має відповідати вимогам правдивості, актуальності й містити інформацію не «шкідливу» чи надміру незрозумілу для здобувачів освіти. На уроці з української літератури у 9 класі «Тарас Шевченко «Сон», вона знайомить учнів з поняттям «авторського права», розглядаючи тексти художніх творів у сучасній обробці аудіо чи відео. Ілюструє учням працю журналістки Яніни Соколової, яка упорядкувала книжку «Шевченко на кожен день: з Яніною Соколовою», тлумачить поняття «плагіат», «авторське майнове/немайнове право», «піратська копія». Молода вчителька(закінчила педагогічний університет 2017 р.) продовжує навчання через освітні платформи і ресурси, які надають просвітницькі послуги. Зокрема, онлайн-курси на сайтах Prometheus («Критичне мислення для освітян»), EdEra та ін. Педагог черпає нові форми і методи роботи з учнями на уроці (інтерв'ю, дискусія, вірю/не вірю, спростування/доведення, ретроспектива за прикладом, довіряй, але перевіряй та ін.). Ірина Іванівна, виступаючи на педагогічній раді зазначила, що « навчаючи учнів, вчитель опрацьовує безліч



матеріалів дедалі більше занурюючись у глибини медіаосвіти. Як наслідок, формує власне критичне мислення, розвиває його у школярів, стає «провідником» для учнів у медійному просторі».

Ржеко Л. В., вчителька музики в 1-8 класах, курсу «мистецтво» в 10 класі, взяла участь у тренінгу «Медіаграмотність для громадян» (16год), «Викладання інфо-медійної грамотності на уроках мистецтва» (18год), у роботі Всеукраїнської соціальної платформи «Інтегрована медіаосвіта як засіб формування соціальної і громадянської компетентності учнів» в м. Кременчук. Використовує в своїй діяльності методичні поради з тренінгу проекту «Вивчай та розрізняй». Вчителька зазначає, що учні вчать розрізняти факти й судження, розуміють вплив заголовків та відеоряду на формування думки, дізнаються про подробиці в мистецтві, про специфіку сучасного медіависвітлення культури різних стилей та епох, за допомогою інтерактивних методів вчать аналізувати архітектурні особливості різних стилів, значення оригіналу роботи та сутності копій і тиражування в сучасній масовій культурі, розглядають поняття цензури та її місце в мистецтві, виконують вправи на розвиток критичного мислення, дізнаються про форми власності та фінансування телеканалів, їх вплив та можливість маніпуляції, вчать аналізувати контент телеканалів, мати критичне ставлення до інформації, правильно шукати та перевіряти інформацію в інтернеті.

Всі зазначені прийоми, форми роботи вчителі представляють колегам, діляться досвідом.

Активно використовуємо елементи на уроках історії, працюючи з медіатекстами, з фото – та історичними документами. Для такої роботи використовуємо матеріали посібників «Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства», посібник для вчителя, підготовлений авторським колективом у складі Т. Бакка, О. Волошенюк, Р. Євтушенко, Т. Мелешенко; «Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін», Посібник для вчителя за редакцією В. Іванова, О. Волошенюк, матеріали з ресурсів, розміщених на сайті АУП.З окрема, для роботи з фотодокументами такі завдання: 1. Опишіть, що зображено на фото. 2. Хто зображений? 3. Що зображено? 4. Як подано розуміння історичного процесу? [8]. На уроках історії в 10-11 класах, опрацьовуючи розміщені в підручниках медіатексти-плакати, репродукції картин, фрагменти документів, учні вчать формулювати власне ставлення до історичних подій: пошук аргументів, коректне обґрунтування власної точки зору на підставі аналізу, визначення власної позиції. На уроках основ правознавства, громадянської освіти для виконання завдань учні працюють з новинами з різних ЗМІ, слідкують за подіями, які відбуваються в місті, країні, світі, співставляють інформацію різних агенцій. Учні підбирають новину, яка відображає матеріали теми, яку вивчаємо на уроці: склад правовідносини, органи державної влади, місцеве самоврядування, тощо. На уроках громадянської освіти в 10 класі, модуль «Інформація та масмедіа» учні виконують завдання аналізу новинних програм різних каналів, розпізнають маніпуляційні прийоми в ЗМК. Тож учні працюють з новинною інформацією, долучаються до життя держави, формується громадянська компетентність.

Зміни в законодавстві з питань освіти розширюють коло питань актуальних в аспекті медіаосвіти. Так, запровадження Закону України «Про освіту» передбачає запровадження аудиту ЗЗСО. Один із аспектів аудиту – академічна доброчесність. Інституційний аудит закладів містить таку складову як ефективність планування педагогічними працівниками своєї діяльності, використання сучасних освітніх підходів до організації освітнього процесу з метою формування ключових компетентностей здобувачів освіти, що передбачає визначення педагогічних працівників, які створюють та використовують власні освітні ресурси, мають публікації професійної тематики та оприлюднені методичні розробки; педагогічних працівників, які застосовують інформаційно-комунікаційні технології в освітньому процесі [9, 128].

Удосконалення правових механізмів реалізації конституційного права громадян на рівний доступ до якісної освіти на всіх рівнях передбачає і таку складову як академічна доброчесність, яка закріплена в ст. 42 Закону України «Про освіту» [2]. Зміст поняття відображає й складові, які є предметом медіакультури, зокрема, посилання на джерела інформації у разі використання ідей, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право; надання достовірної інформації про результати досліджень та власну педагогічну (науково-педагогічну, творчу) діяльність. Учасники освітнього процесу опановують неправомірність



дій, які вважаються порушенням академічної доброчесності: академічний плагіат – оприлюднення (частково або повністю) наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості), та/або відтворення опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства; фабрикація – фальсифікація результатів досліджень, посилань, або будь-яких інших даних, що стосуються освітнього процесу; списування – використання без відповідного дозволу зовнішніх джерел інформації під час оцінювання результатів навчання [9, 143].

Важливим залишається в медіаосвітньому просторі міста і області запровадження медіаосвіти в Полтавському національному педагогічному університеті ім. В. Г. Короленка. Освітньо-науковою програмою підготовки магістра спеціальності «Журналістика» передбачено вивчення обов'язкової дисципліни «Медіаосвіта» (180 годин). Також запропоновано вибіркову дисципліну «Методика викладання медіаосвіти в навчальних закладах різних типів» (90 годин). Підготовка магістрантів спеціальності «Журналістика» передбачає проходження медіаосвітньої практики В 2017-2019рр. практику в нашому закладі проходили 4 студентки. Значну підготовчу роботу провела професор кафедри журналістики Світлана Василівна Семенко.

Учителі, фахівці ПОППО, батьки, кафедра журналістики ПНПУ ім. В. Г. Короленка, учні – учасники формування медіаосвітнього простору КЗ «Полтавська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів № 28». Впровадження медіаосвіти сприяє адаптації учнівської особистості в умовах інформаційного суспільства.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Перелік ключових компетентностей НУШ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nus.org.ua>
2. Закон України «Про освіту». Режим доступу – <https://zakon.rada.gov.ua/>
3. Всеукраїнська соціальна платформа «Інтегрована медіаосвіта» як засіб формування соціальної та громадянської компетентності учнів [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://mediaosvita.org.ua>
4. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: Посібник для вчителя – вчительки; За редакцією В. Іванова, О. Волошенюк.— К.: Центр вільної преси., 2013.-202 с.
5. Учні шкіл отримують навички критичного мислення. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.aup.com.ua>
6. Вивчай та розрізняй. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ms.detector>
7. Практикум «Медіакультура»: Робочий зошит курсу за вибором для учнів 10 класу загальноосвітніх навчальних закладів / Л. А. Найдьонова, О. Т. Баришполець, О. Є. Голубєва та ін.; наук. ред. Л. А. Найдьонова ; Ін-т соц. та політ. психології НАПН України. – К., 2013. – 100 с.
8. Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства : посібник для вчителя / Т. Бакка, О. Бурім, О. Волошенюк, Р. Євтушенко, Т. Мелещенко, О. Мокрогуз ; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. – Київ : ЦВП, АУП, 2016. – 243 с.
9. Абетка для директора: Рекомендації до побудови внутрішньої системи забезпечення якості освіти у закладі загальної середньої освіти» (К., 2020) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sqe.gov.ua>

*The main forms of introduction of media education of different categories of participants of educational process of the institution are presented. New aspects of mediaeducational uses in the new school environment according to legislative changes are identified. The introduction of mediaeducation in the institution, the cooperation of participants of the educational process for the formation of media education space in the institution, the city are analyzed*

**Keywords:** *media education, academic virtue, forms of mediaeducation, critical thinking, competences.*

**Олена Хобта**

кандидат філологічних наук, доцент кафедри журналістики, реклами та медіакомунікацій  
Одеський національний університет  
імені І. І. Мечникова факультет журналістики,  
реклами та видавничої справи

## **ДІТИ і YOU TUBE: ОСНОВНІ РИЗИКИ ВИКЛИКАНІ ПЕРЕГЛЯДОМ ДИТЯЧОГО КОНТЕНТУ ВІДЕОХОСТИНГУ**

*У науковому дослідженні аналізуються ризики для дитячої аудиторії викликані переглядом дитячого контенту відеохостингу YouTube. Об'єктом аналізу були обрані найпопулярніші українські дитячі канали мережі YouTube, визначені за кількістю підписників (більше п'яти мільйонів): Kids Diana Show нараховує 14 мільйонів підписників (14 994 933) і має чотири мільярди (4 550 937 189) переглядів; Miss Katy з 11 мільйонною аудиторією підписників (11 453 739) і шести мільярдами переглядів (6 3123 608 820); Mister Max, що має десять мільйонів підписників (10 279 798), але залишається лідером за кількістю переглядів – шість мільярдів (6 470 030 886); канал «Познаватель», що нараховує 11 мільйонів підписників (11, 7) і має чотири мільярди (4 300 491 949) переглядів, але залишається лідером за коефіцієнтом залученості аудиторії (ER view) за переглядами – 2,522%; канал Kids Roma Show з 10 мільйонами (10, 2) і 2 мільярдами переглядів (2 625 533 194). Актуальність наукової проблеми зумовлена відсутністю в Україні комплексного дослідження феномену дитячого контенту You Tube, зокрема у контексті медіаграмотності. У результаті проведеного дослідження було виділено такі основні ризики викликані переглядом дитячого контенту відеохостингу YouTube, як «монетизація» дітей, нагляд і комерціалізація, дублювання негативних моделей поведінки екранних героїв, пасивне споживання, вплив алгоритмів на вибір контенту.*

**Ключові слова:** *YouTube, ризик, комерціалізація, контент, дитина, герой, відео, медіа.*

**Актуальність дослідження. Постановка проблеми та її зв'язок з науковими й практичними завданнями.** Актуальність наукового дослідження зумовлена тим, що відеоролики дітей-блогерів мережі YouTube на сучасному етапі є дуже популярними серед дитячої аудиторії України, про що свідчить кількість переглядів. Так, п'ятірку лідерів українських YouTube-каналів у категорії «дитячий контент» очолює канал Kids Diana Show, що нараховує 42 мільйони підписників (42, 6) і має чотири мільярди (4 550 937 189) переглядів. Друге місце посідає канал Miss Katy з 15 – мільйонною аудиторією (15, 8) підписників і 6 мільярдами переглядів (6 3123 608 820). На третьому місці канал, який багато років поспіль був лідером російськомовного YouTube дитячого контенту – канал Mister Max, що має 15 мільйонів підписників (15, 6), але залишається лідером за кількістю переглядів – 6 мільярдів переглядів (6 470 030 886), четверте місце за каналом «Познаватель» із 11 мільйонами підписників (11, 7) і 4 мільярдами переглядів (4 295 452 576), п'яте – Kids Roma Show з 10 мільйонами (10, 2) і 2 мільярдами переглядів (2 625 533 194). Найбільший коефіцієнт залученості аудиторії (ER view) за переглядами в каналу «Познаватель» – 2,522 відсотка [12].

Наукові дослідження доводять, що телебачення більше не є основним вибором для екранного перегляду в дуже маленьких дітей – лідерство перехопили онлайн-платформи, серед яких домінує YouTube. Простий для користувачів інтерфейс YouTube, що дозволяє навіть малюкам переходити до наступного елементу в плейлисті і забезпечує легкий доступ до улюблених відео, був запропонований як ключ до його популярності серед дуже молоді аудиторії [15; 17; 25]. Вчені вводять поняття digitods – нове покоління дітей, народжених із готовим доступом до широкого спектру пристроїв із сенсорним екраном, під'єднаних до Інтернету [17].

У 2011 році опитування, проведене в Сполучених Штатах, показало, що 10 відсотків дітей у віці до двох років використовують мобільні пристрої з сенсорним екраном; через два роки цей показник зріс до 38 відсотків [25]. Дослідження, проведене у Великобританії в 2015 році, показує, що 75 відсотків дітей у віці від шести місяців до трьох років щодня використовують сенсорний екран; показники збільшуються з 51 відсотку в 6 – 11 місяців до 92 відсотків в 25 – 36 місяців [17].

Фактично, станом на 2016 рік 10 відсотків переглядів на YouTube припадає на контент, зазначений як розважальна програма для дітей, а в деяких країнах ця кількість складає половину переглядів усієї платформи YouTube [22]. У ході збирання даних Nielson з 2010 до 2014 років, дослідники прийшли до висновку: «використання телебачення дітьми з 2 до 11 років у домашніх умовах зменшувалось щороку, порівняно з 110,3 годин у місяць у 2011 році до 102,9 годин у 2014 році. Водночас споживання інтернет-відео різко зросло: 2 – 11-річні збільшили перегляд інтернет-відео на 87 відсотків усього за останній рік» [13]. Це демонструє помітні зрушення у моделях споживання «медіаланшафту» [13]. За результатами опитування, проведеного Х. Кабалі [18], 96,6 відсотків дітей використовують мобільні пристрої, а 3,4 відсотки ніколи не використовували. Майже половина дітей – 43,5 відсотків у віці одного року щоденно користуються мобільними пристроями, відсоток зростає до 76,6 у дворічних дітей і далі досягає плато [18]. За результатами опитувань, більшість батьків дозволяють своїм дітям грати з мобільними пристроями, щоб виконувати домашні справи (70 відсотків), зберігати спокій дитини в суспільних місцях (65 відсотків), виконувати різні доручення (58 відсотків), вклати дитину спати (25 відсотків) [18]. Вчені Ізраїлю провели дослідження з метою з'ясувати роль батьків у процесі залучення дітей до перегляду роликів на YouTube-платформі, встановивши, що батьки пропонують дітям переглянути відеоролики в якості заспокійливого засобу, нагороди, регулювання сімейного дозвілля, під час їжі, перед сном, на прогулянці, як фон [15]. Дослідження зафіксували ще одну цікаву деталь: батьки залучають дітей до перегляду YouTube-платформи, усвідомлюючи пов'язані з цим небезпеки. Відповідно, сенсорні екрани стали новим «приятелем, вчителем і нянькою» для найменших дітей [17].

Отже, враховуючи зміни у медіаланшафті й вразливість та незахищеність дитячої аудиторії, наше дослідження орієнтоване перш за все на постановку й актуалізацію питання впливу дитячого контенту YouTube-платформи на аудиторію визначену науковцями як «digitods» – діти, які виростили за допомогою сенсорного екрану з народження [13].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема дитячого контенту YouTube не була об'єктом спеціального наукового комплексного дослідження в українському науковому просторі, що зумовлює новизну роботи. Це питання розглядалося в контексті інших наукових проблем, зокрема у сфері соціально-психологічних особливостей впливу інтернет-простору на розвиток особистості дитини, маніпуляції свідомістю в умовах інформаційного суспільства, загрози безпеці дітей у соціальних мережах [1; 2]. Ряд цікавих досліджень належить ученим Великобританії, США, Австралії [15; 16; 17; 18; 23; 24; 25].

**Мета й завдання дослідження.** Враховуючи результати огляду наукового доробку, необхідно провести дослідження дитячого відеоблогінгу України, зокрема системи ризиків, що можуть бути викликані переглядом YouTube-каналів. Об'єктом дослідження були обрані найпопулярніші канали дітей-блогерів України, а саме канали Kids Diana Show, Miss Katy, Mister Max, «Познаватель», Kids Roma Show.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Основні загрози перед якими постають діти-глядачі YouTube-каналів наступні: «монетизація» дітей, нагляд і комерціалізація, пасивне споживання, дублювання моделей поведінки.

*«Монетизація»* дітей. За словами дослідників, зараз спостерігається цифрова лихоманка, щоб заробити на пристрасті молоді до інтерактивних медій [13], Google посередництвом YouTube намагається «монетизувати немовлят і малечу як демографічну категорію», адже на сьогоднішній момент контент зливається з маркетингом і рекламою та подається безпосередньо дітям [14, 5]. Популярним жанром є «розпаковка іграшок». На каналі Kids Diana Show

більше 350 відео з розпаковкою іграшок, плейлист каналу містить блоки відео з розпаковкою іграшок «Розпаковка іграшок з мультику свинка Пеппа» (56 відео), «Розпаковка іграшок з ляльками» (104 відео) тощо. На каналі Mister Maks діти розпаковують яйця з сюрпризами (38 відео), величезні кіндери (19 відео), Happy Meal McDonalds (6 відео), відео у яких діти-блогери розкривають іграшки й дарують їх аудиторії (7 відео). Напередодні Нового року на каналі Kids Diana Show було опубліковано відео у якому Діана й Рома 25 хвилин поспіль, тоді як середня довжина відео на каналі 10 хвилин, розкривають величезну гору подарунків. Аналогічне відео було опубліковане на каналі Miss Katy й Mister Max.

Жанр розпаковки є одним з провідних на каналі «Познаватель» (посилки з різних сайтів, іграшки-антидепресанти, цукерки тощо). Ведучий каналу Паша залишається анонімною особою, глядачі мають можливість бачити лише його руки. Така практика не нова для дитячого контенту у світовому контексті. Так, один з найпопулярніших у світі каналів FunToyzCollector, канал, що створив жанр розпаковки іграшок, залишається незалежним і з анонімним авторством. Обличчя власників каналу ніколи не показується на камеру, і всі запити на інтерв'ю до сих пір були відхилені. Усі відео каналу показують розпаковку іграшок і цукерок двома руками (відомими завдяки складним малюнкам на нігтях і названих «найбагатшими руками в Інтернеті») з жіночим голосом, що коментує весь процес [13]. Численні розслідування особистості власника каналу в кінці 2014 і 2015 рр., коли популярність каналу досягла висвітлення в основних засобах масової інформації, визначили лише, що відео зроблені у Флориді (з того часу Daily Mail стверджувала, що власником є бразильська Daiane DeJeus, посилаючись на свідчення сусіда і шрам на лікті [26]).

У таких жанрових формах відео діти-глядачі сприймаються як «кіберфленери» [24, 3] – пасивні спостерігачі за грою інших дітей. Діти-блогери розглядаються не як виробники як такі, а скоріш як вбудовані спів-творці. Патрісія Дж. Ланге описує ці стосунки як афективні платформи «простору зрідненості», тобто культурний простір близькості, що базується на співучасті, представляє спільний інтерес, що сприяє почуттю ототожнення, приналежності. Більшість дослідників жанру розпаковки позиціонує дітей як жертв індустрії цифрової культури [24, 6]; акцентуючи на уразливості й експлуатації дітей у країнах з маркетингом YouTube – або в якості аудиторії в значній мірі нерегульованого рекламного контенту, або в якості дитячої праці, що незаконно транслює брендований контент для рекламної індустрії, звертають увагу на патологічне звикання до перегляду аналізованого жанру, пояснюючи привабливість цих відеороликів як «тріск для малечі», що допомагає дітям «зачепитись» [14]. Б. Нікол, пояснює популярність жанру, задоволення з яким діти переглядають його, через концепцію «мімезису» [24]. Деякі дослідники вбачають у цьому процесі «пастку», оскільки міметична поведінка переважно пов'язана і керована технологічними й соціальними умовами. За Б. Нікол діти наслідують і таким чином намагаються створити подібність через форми сприйняття й втілення, що тим не менш обмежено соціальним середовищем, у якому вони живуть. Бенджамін метафорично це називає «вікнами» [24], звертаючи увагу на «темні вікна» тих, хто не може собі дозволити таке марнотратство, що може, на думку автора, у певній мірі формувати класову свідомість.

*Нагляд і комерціалізація.* Низка дослідників висловлюють стурбованість з приводу того, що передача даних підсилює нагляд і комерціалізацію, одночасно зменшуючи права дітей на недоторканність особистого життя. Протягом усього свого життєвого циклу діти й молодь по суті залучені в інфраструктуру цифрового спостереження, з коліски й продовжуючи шкільними роками [22, 5]. Контент відеоблогінгу дитячого відеохостингу YouTube за провідними акторами-комунікаторами можна поділити на групи: комунікатори-діти; комунікатори-дорослі; діти й дорослі у команді; персоніфікований персонаж. В інтерв'ю Associated Press (2014 року) Марк Розенберг, консультант з іграшок з Чикаго, заявив: «Діти довіряють іншим дітям більше, ніж дорослим» [13]. Незалежно від того, правда це чи ні, індустрія розглядає цих дітей як «провідників, через які вони можуть зумовити купівельні звички з народження. Розпакування відео діє як певний міні-реklamний ролик, який стимулює бажані покупки» [13]. Серед п'ятірки каналів-лідерів у чотирьох комунікаторами виступають дорослі-діти в команді і лише



канал «Познаватель» оперує персоніфікованими персонажами: Желейний Ведмідь Валерка і Желейний Ведмідь Жовтобрюх.

*Дублювання негативних моделей поведінки екранних героїв.* На аналізованих каналах популярними є відеосюжети, в основі яких діти-герої не можуть поділити іграшки: «Діана й Рома не поділили іграшки», «Діана й Рома не хочуть ділитись іграшками» (Kids Diana Show), «Діти насилу поділили незвичайні й круті іграшки», «Діти не поділили іграшки Spidermen і Vampireina у величезних яйцях», «Діти не поділили іграшки Герої в масках у величезних кульках», «Діти не поділили будинок для іграшок», «Катя не ділиться іграшками» (Mister Max, Miss Katy). При цьому використовується принизлива риторика: «Ну що там, малявка? Хоч щось у тебе вийшло?», «Зрозуміло тобі?!» (Mister Max). У відео «Катя хоче гратися з хлопчиками. Макс вигадує випробування» (Mister Max) у результаті проходження багатьох перешкод і виконання різних завдань, Макс все одно вирішує не брати Катю з собою до друзів і повідомляє їм про це у телефонному режимі у присутності Каті: «Я не беру її з собою, вона малявка!». Почувши ці слова Катя штовхає брата у басейн з телефоном. Така кінцівка відео дозволяє говорити про відсутність у більшості проаналізованого дитячого контенту виховного елементу, про важливість якого вже давно говорять дослідники дитячих медій, зокрема телебачення.

Найпопулярніше відео на каналі Kids Diana Show, лідер за кількістю переглядів: за два місяці (200 мільйонів), має назву «Діана й Рома їдуть на пікнік» відзнятий у жанрі історії. Відеоісторії мають продуманий сюжет, часто побудований за аналогією до традиційного казкового сюжету: герої на шляху до своєї мети зустрічають ряд перешкод. Але у казковому сюжеті головні герої, долаючи ці перешкоди, змінюються, наявний, обов'язковий у казці, елемент трансформації героя, його росту. Його вчинки, їх наслідки – є повчальним елементом для дитини. Тоді як у аналізованому відео «Діана й Рома їдуть на пікнік» ми спостерігаємо сам факт виникнення перешкод і втікання від них, іншими словами: мораль відсутня і в переважній більшості не спостерігається причинно-наслідковий зв'язок між подіями, у результаті чого глядач перетворюється на пасивного спостерігача без необхідності аналізувати. Так, Діана і Рома сідають в Барбі-автомобіль і під гарну музику й спецефекти їдуть на пікнік. Вибравши гарне місце, вони зупиняються, викладають провізію, починають їсти іграшкові хот-доги аж раптом на них налітає хмара мух, діти схоплюються й галасливо заскочивши до авто тікають; далі їх сполохує величезний крокодил на березі річки й т. д.

В образі Желейного Ведмеда Валерки (сіліконова фігурка червоного кольору), який мешкає в холодильнику в квартирі Паші, простежується багато спільних рис з образом улюбленця дітей – героя однойменного оповідання Астрід Лінгрен, Карлсона. Це і певна егоїстичність, і любов до солодошів, бешкетуватість, талант потрапляти в халепи, невміння брати відповідальність за свої вчинки. Напрошується припущення: можливо і Валерка підсвідомо сприймається дитячою аудиторією як уявний віртуальний друг, друг якому можна все, якого не можливо покарати, виховати. Він уособлює бажання дітей, обмежених у реальній дійсності. Інша риса характеру Валерки наближає його до образу мультиплікаційного героя – папути Кеші з однойменного мультсеріалу. Валерка, як і папужка, постійно втомлений, бажає відпочинку на морі; йому здається, що йому не додають уваги, що його мають розважати: «Я ухожу, я очень устал, я хочу отдыхать на море», «Обжорой меня обзывает, а сам какой-то скучный» [6]. Безумовно, основою характеротворення Валерки є типаж героя-шибеника, популярного в дитячій літературі, кінематографії та мультиплікації різних народів. Визначальною категорією для характеротворення протагоніста-шибеника у вітчизняній дитячій літературі стає комічне, саме бешкетництво виражається передусім у дії, що так чи інакше передбачає акт сміху, більше того, комізм героя-шибеника в українській літературі національно зумовлений, адже почуття гумору притаманне українському етносу [8].

Важливою складовою образу Ведмеда Валерки є лексико-семантичні особливості відеоблогу. Це використання розмовної лексики, жаргонізмів: «алкаши», «яблокожерка», «замочил», «слыш ты», «вы че тут опухли совсем», «ни фига», «давайте их добьем» (про мармеладних медведиків у блендері), «отморозки» (про мармеладних медведиків у холодильнику),



«а что если молоточком долбануть – разлетятся нафиг», «произошел расколбас», «взблендерить», «это какие-то сопли», «а теперь будем сверлить дырку в ж..., в нижней части Желтобрюха», «ребята, по-моему, он, это, ку-ку», «ты от природы такой придурочный или на курсы ходишь?». Особливе питання викликає мова персонажів: Валерка російськомовний, Жовтобрюх (негативний персонаж) спілкується суржиком: «Я выиграл главный приз», «Я върнусь», «Вот так всегда», «Хотел бэсплатных конфэток покушать», «Прывэт. Дай конфэтку», «Половину вже схомячив», . Виникає питання: чому персонаж наділений такими рисами, як жадібність, заздрість, воровитість, розмовляє суржиком, і чи не наділятимуть діти в реальному житті людей, які використовують у спілкуванні суржик такими ж рисами.

*Пасивне споживання.* Для жанру історії притаманна цікавість до буденності, до повсякденного життя героїв відео у більшій мірі ніж в інших жанрах, а по-друге провідною ознакою цього жанру, на нашу думку, є абсолютна сценарність. Перша особливість – цікавість до повсякденного життя, викликана загальною тенденцією до популярності відео про звичайних людей, що зумовлено театралізацією соціального життя й притаманна для медій загалом (різноманітні шоу зі звичайними людьми на телебаченні), але у найбільшій мірі реалізується саме завдяки відеохостингу YouTube, де викласти відео має можливість абсолютно кожен. За словами Й. Регева відбувається «детерриторіалізація особистого» розмиття звичних кордонів партикулярного: щоденні практики споживання, їжі, шопінгу, зараз легітимізуються, стають об'єктом зацікавленості самі по собі, показуючи нам нашу соціальну сутність. Розрахована на «погляд іншого», повсякденність стає проектно-сконструйованою, опосередкованою інтересами Іншого. Тому важливо викласти у мережу не просто фрагмент свого особистого життя, а створити образ «нормальної жінки і чоловіка», «мандрівника», «гарного друга» [7, 91]. У випадку дитячого контенту створюється образ привабливий для дитячої аудиторії. У проаналізованих відео дітям-блогерам дозволяється робити все те, що в звичайному житті їм заборонено. Вони нехтують нормами виховання: сваряться; ображають один одного; не можуть поділити іграшки; споживають багато морозива, цукерок; розігрують батьків, зображуючи їх у комічному світлі. З іншого боку, вони не мають жодних обмежень у виборі іграшок, і це теж викликає захоплення у дітей-глядачів. Друга особливість жанру історії передбачає процес спостереження за процесом гри інших дітей – героїв відео, де сама гра – це постановка, спектакль. Метафора «спектакля/театралізації» все частіше використовується для опису соціального життя в контексті медіатизації. На думку Гі Дебор у суспільстві відбувається фактична інверсія реальності і спектакля [4, 25]. В умовах «суспільства розваг», синоптичної конституції суспільства (М. Фуко), коли більшість спостерігає за меншістю [3], люди пасивно споживають образи, перестаючи бути творчими і мислячими індивідами [4], як один з наслідків – прогресивна інфантилізація як практика «втечі в приватне/особисте», де приватність виступає простором «глобальної втечі». Інфантильні індивіди відрізняються більш слабким «Я», легко підпадають під вплив і маніпуляції, не спроможні на незалежність [11].

*Вплив алгоритмів на вибір контенту.* Низка дослідників висловлюють занепокоєність з приводу впливу відеоконтенту та шляхів його вибору дитячою аудиторією на YouTube – алгоритмічно організованого й автоматизованого, що безліч разів рекомендує однотипні ролики до перегляду [24]. В епоху «великих даних» алгоритми стають основоположними для функцій пошуку. Б. Нансен називає цей процес «автоматичним використанням медій», при якому програмне забезпечення автоматизує процес «сортування й формування інформації й керує формами поведінки дітей у ЗМІ» [24, 5]. Алгоритми на сьогодні, на думку дослідника Б. Берроуза, є невід'ємною частиною виховання в епоху мобільних технологій, вони можуть слугувати «сурогатними» батьками [13].

Низка емпіричних досліджень присвячена вивченню ролі батьків у використанні Інтернету дітьми, сумісному використанню пристроїв із сенсорним екраном батьками з дітьми [28; 24], батьківському посередництву під час онлайн-переглядів [15]. Дослідники використання мобільних медіаприладів маленькими дітьми акцентують на важливості соціалізації із залученням батьків для розроблення здорових і продуктивних засобів інтеграції цифрових технологій у сімейне життя [23].

Отже, не дивлячись на безліч небезпек, які на думку дослідників, мають місце в інформаційному просторі аналізованого відеохостингу, YouTube на сучасному етапі є найпопулярнішою платформою для дитячої аудиторії. Проаналізувавши науковий доробок з цього питання, а також у результаті дослідження дитячого контенту YouTube ми спробували окреслити основні ризики для дитячої аудиторії при перегляді дитячого контенту YouTube: «монетизація» дітей, нагляд і комерціалізація, дублювання негативних моделей поведінки екранних героїв, пасивне споживання, вплив алгоритмів на вибір контенту. У процесі перегляду відео діти, не усвідомлюючи цього, споживають рекламу іграшок, солодощів, комп'ютерних ігор тощо, адже компанія YouTube монетизувала немовлят і дітей як демографічну категорію. Щоб підтримати прибутковий і зростаючий ринок дитячого контенту, компанія YouTube з метою заспокоїти батьків і зменшити вміст критики як з боку батьків, так і науковців та експертів щодо небезпечного контенту, запустила у 2015 році додаток YouTube-kids як безпечний простір для дітей. Але звинувачення в монетизації дитячої аудиторії з боку експертів загострились, у результаті чого з 1 січня 2020 року набудуть чинності зміни на вимогу Федеральної торговельної комісії, пов'язані з дотриманням Закону про захист особистих даних дітей в Інтернеті (COPPA). Згідно з поправками автори, по-перше, зазначатимуть, чи призначений їх контент для дітей (додатково це вираховуватиметься автоматично); по-друге, буде вимкнено персоналізовану рекламу у відео, призначених для перегляду дітьми; по-третє, буде вимкнено функцію коментарів. Безумовно, ці нововведення суттєво скоротять прибуток авторів і як наслідок змінять обличчя дитячого YouTube, а як саме покаже час.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Василевич О. Маніпуляція свідомістю в умовах інформаційного суспільства. Мультиверсум. Філософський альманах. 2008. Вип. 68. С. 46–56.
2. Кухарський В., Кухарська Н. Загрози безпеці дітей у соціальних мережах. *Ukrainian Scientific Journal of Information Security*. 2014. vol. 20, issue 2, pp. 169–175.
3. Бауман З. Глобалізація. Последствия для человека и общества. Москва: Изд-во «Весь мир», 2004. 188 с.
4. Дебор Г. Общество спектакля. Москва: Логос, 2000. 224 с.
5. Петренко М. Видео челлендж и видеоблоги как инструменты манипуляции. Материалы международной научно-практической конференции. 2017. Т. 1. С. 189 – 194.
6. Познаватель [video]. URL: <https://www.youtube.com/user/ThePoznavatel/about>
7. Регев Й. Критика фильтрующего разума. На месте одного селфи всегда находятся два. Логос. 2014. №4 (100). С. 87 – 94.
8. Салюк Б. Образ дитини-бешкетника крізь призму етноімагології (на матеріалі повісті М. Твена «Пригоди Тома Соєра» і трилогії Вс. Нестайка «Тореадори з Васюківки»). Волинь філологічна: текст і контекст. 2011. Вип. 11. С. 222 – 230.
9. Текутьєва І. Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга. Медиасреда. 2016. № 11. С. 107 – 113.
10. Ходус Е. Интерпассивность как субъективный эффект современной медиакультуры: к постановке проблемы. Антропологічні виміри філософських досліджень. 2014. Вип. 5. С. 7 – 14.
11. Хоркхаймер М., Т. Адорно. Диалектика просвещения. Москва, 1997. 456 с.
12. Янченко Д. Рейтинг українських YouTube-каналов для сотрудництва: товари для дітей. Інфографіка. Ретейлєрс. 2018. 21 жовтня. URL: <https://retailers.ua/news/management/7949-reyting-youtube-bloggerov-dlya-sotrudnichestva-tovaryi-dlya-detey-infografika>
13. Burroughs B. (2017). YouTube Kids: The App Economy and Mobile Parenting [Electronic resource]. *Social Media + Society*. 2017. April–June, P. 1–8. URL : [sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav](http://sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav).
14. Craig, D., & Cunningham, S. (2017). Toy unboxing: living in a (n unregulated) material world. *Media International Australia*. 2017. vol. 163(1). P. 77–86.

15. Elias, N., & Sulkin, I. (2017). YouTube viewers in diapers: An exploration of factors associated with amount of toddlers' online viewing. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. 2017. 11(3), article 2. URL: <https://dx.doi.org/10.5817/CP2017-3-2>
16. Hasebrink, U., Görzig, A., Haddon, L., Kalmus, V., & Livingstone, S. (2011). Patterns of risk and safety online: In – depth analyses from the EU Kids Online survey of 9 – to 16-year-olds and their parents in 25 European countries. London, UK: EU Kids Online. URL: <http://eprints.lse.ac.uk/39356/>
17. Holloway, D. J., Green, L., & Stevenson, K. (2015). Digitods: Toddlers, touch screens and Australian family life. *M/C Journal*. 2015. vol. 18(5). URL: <http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/1024>
18. Kabali H., Irigoyen M., Nunez-Davis R., Budacki J., Mohanty S., Leister K., Bonner R. Exposure and Use of Mobile Media Devices by Young Children. *Pediatrics*. 2015. vol. 136. P. 1044 – 1055; 1044 DOI: 10.1542/peds.2015-2151 originally published online November 2, 2015.
19. Kids Diana Shou [video] // <https://www.youtube.com/channel/UCk8GzjMORta8yxDcKfyIJYw>
20. Miss Katy [video] // [https://www.youtube.com/channel/UCcartHvTvAUzfajflyeT\\_Gg](https://www.youtube.com/channel/UCcartHvTvAUzfajflyeT_Gg)
21. Mister Max [video] // [https://www.youtube.com/channel/UC\\_8PAD0Qmi6\\_gpe77S1Atgg](https://www.youtube.com/channel/UC_8PAD0Qmi6_gpe77S1Atgg)
22. Mulligan, T. (2016, March 30). The Sky Kids app follows in the footsteps of DisneyLife & YouTube Kids. *Midia*. 2016. March 30. URL: [www.midiaresearch.com/blog/the-sky-kids-app-follows-in-the-footsteps-of-disneylife-youtube-kids/](http://www.midiaresearch.com/blog/the-sky-kids-app-follows-in-the-footsteps-of-disneylife-youtube-kids/)
23. Nansen, B. (2015). Accidental, assisted, automated: An emerging repertoire of infant mobile media techniques [Electronic resource] // *M/C Journal*, vol. 18(5). – [Retrieved from] : <http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/1026>.
24. Nicoll B., Nansen B. Mimetic Production in YouTube toy Unboxing Videos. *Social Media + Society*. 2018. Juli – September. P. 1–12 URL: [sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav](http://sagepub.co.uk/journalsPermissions.nav).
25. Rideout, V. (2013, October 28). Zero to eight: Children's media use in America in 2013. *Common Sense Media*. 2013. October 28 & URL: <http://m.commonensemedia.org/sites/default/files/research/zero-to-eight-2013.pdf>
26. Smith K., Shade L. (2018). Children's digital playgrounds as data assemblages: Problematics of privacy, personalization, and promotional culture. *Big Data & Society*. July–December, P. 1–12.
27. Thompson, P. (2015, February 25). Mystery woman behind the “richest hands on the internet” revealed: Former pornstar “makes \$5m a year unwrapping Disney toys on YouTube.”. *Daily Mail*. 2015. February 25. URL: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2958242/Brazilian-former-porn-star-Diane-DeJesus-mystery-figure-5million-year-YouTube-sensation-DC-Toys-Collector.html>
28. Zack, E., & Barr, R. (2016). The role of interactional quality in learning from touch screens during infancy: Context matters. *Frontiers in Psychology*. 2016. article 1264. URL : <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5003922>
29. Zaman, B., Nouwen, M., Vanattenhoven, J., de Ferrerre, E., & Van Looy, J. (2016). A qualitative inquiry into the contextualized parental mediation practices of young children's digital media use at home. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 2016 vol. 607 pp. 1-22. URL: <https://doi.org/10.1080/08838151.2015.1127240>

*The research studies understand rhizics for a child's audience wiki by re-looking at childish content on YouTube's video hosting. The object of analysis, this channel is in the Top 5 most popular Ukrainian children's YouTube channels by number of subscribers (over five million): Kids Diana Shou has 14 million subscribers (14 994 933) and has 4 billion (4 550 937 189) views; Miss Katy with 11 million (11 453 739) subscribers and six billion views (6 3123 608 820); Mister Max, with ten million subscribers (10,279,798), but remains the leader in the number of views – six billion (6,470,030,886); channel «Poznavatel», has 11 million subscribers (11, 7) and 4 billion views (4,300,491,949), but remains the leader in viewership (ER view) by 2,522%; Kids Roma Show channel with 10 million (10, 2) and 2 miles re-view (2 625 533 194). The relevance of science problems is summed up in the*

*Ukrainian comprehensive approach to the phenomenon of YouTube's childish content, a constant view of the context of media education. The results of the previous review have seen so much of the main Wikipedia views by reviewing the child's YouTube video content, the "monetization" of children, viewing and commercialization, duplication of negative behaviors, and the algorithm is live.*

**Keywords:** *YouTube, threat, commercialization, content, character, hero, video, media.*



**Анжеліка Бабич**  
методист, керівник студії «Юн-прес»  
Центр дитячо-юнацької творчості  
м. Бердянськ Запорізької області

## **КОМУНІКАЦІЙНІ ЗДІБНОСТІ ВИХОВАНЦІВ СТУДІЇ «ЮН-ПРЕС» ЯК ІНДИКАТОР МЕДІАГРАМОТНОСТІ**

Профориєнтаційна спрямованість роботи студії «Юн-прес» Центру дитячо-юнацької творчості міста Бердянськ є основним мотиваційним компонентом для індивідуального розвитку медіаграмотної особистості кожного вихованця від 14 до 18 років. Сучасна журналістика, як професія, приваблює молодь завдяки широкому спектру можливостей для самовираження. Від навчання в студії «Юн-прес» підлітки очікують отримати знання про різні втілення журналістики та придбати досвід роботи задля подальшого професійного зростання. Цей мотиваційний фактор допомагає не тільки засвоєнню теоретичного матеріалу, технічних знань, розвитку когнітивних здібностей, активізації пізнавальних процесів та критичного мислення, а ще продукуванню медіатекстів, створенню нового медіаконтенту та застосовуванню медіапродукції. Це стосується індивідуальної та колективної участі кожного, його здатність вигадувати нові медіамеседжі, можливість узагальнювати й розвивати нові медіа.

У роботі запропонована формула розвитку медіаграмотності в системі позашкільної освіти під час проведення занять курсу «основи журналістики», де саме медіаторчність є складовою медіаграмотності. Ключові слова: комунікативний компонент, медіаграмотність, система позашкільної освіти.

Вихованці на заняттях в студії за три роки навчання здобувають навички взаємодії і спілкування з інформаційним простором, освоюють соціальні ролі, осмислюють норми та цінності, які відіграють значну роль у формуванні майбутніх стосунків між підлітком та середовищем. Досвід дитини, отриманий під час спілкування та засвоєння знань у студії, дає фундамент для подальшого орієнтування в професійній діяльності та медіапросторі загалом.

Методичні напрацювання на практиці складаються з трьох етапів:

– підготовчого: заняття з вихованцями студії; опитування дітей щодо медіапереваг; розробка програми з майстер-класів від спеціалістів в сфері медіа та воркшопу від випускників студії для початківців щодо медіакультури: вплив різного медіаконтенту на розвиток особистості, медіазалежності та форми їх подолання, культура обговорення медіапродуктів, медіасоціалізація, професійна визначеність тощо; Вихованці студії на практичних заняттях у ЦДЮТ, 2017 р.

– основного: підвищення медіакультури вихованців; розвиток медіа-творчості у колективі (створення газети, сайту, телевізійної передачі, іншого медіа продукту; організація інформприводів у вигляді заходів: квести, флешмоби, акції, фестивалі тощо; участь у творчих конкурсах) – перехід зі споживацького рівня взаємодії з медіа на рівень створення медіаконтенту;

– завершального: повторне опитування учасників освітнього процесу з медіаграмотності; створення обґрунтованої програми впровадження курсу медіаграмотності в умовах позашкільної освіти.

Особливе значення має колективна творчість, динаміка спільного вирішення завдань з урахуванням індивідуальних інтересів членів студії викликає величезний інтерес. Визначені принципи організації спільної творчості у студії: повага до інтересів та потреб інших, до праці та результатів творчості, створення атмосфери особистісного комфорту, профориєнтаційне спрямування. Саме спільна творчість із застосуванням медіа може стати заміною безцільного пошуку в Інтернеті, дозвіллю перед телевізором.

Сучасні діти готові до медіаторчності: сьогодні достатньо мобільного телефону, фотоапарату та комп'ютера, щоб створити власне відео, розмістити його в Інтернеті та через обго-

ворення – зворотній зв'язок із цільовою аудиторією робити висновки. Це допомагає взаємодіяти в формі діалогу, формує активну життєву позицію, впливає на світосприйняття. Здатність спілкуватися (комунікативний компонент) за допомогою медіа вимагає і технічних знань, і когнітивних здібностей, які проявляються у соціальних відносинах, продукуванні контенту, громадської участі.

Виділяються три основних сфери застосування комунікативних і патисипаторних (учасницьких) навичок [3, с. 80].

1) Соціальні стосунки потребують здатності започатковувати і підтримувати контакт з іншими, кооперуватися з ними, засновувати різні види мереж і спільнот. Ці стосунки охоплюють комунікативні навички на базовому рівні: здатність користувача розуміти базові медіа повідомлення і створювати власні, здатність презентувати себе на відповідних профілях і платформах, зокрема в новітніх інтернеттехнологіях, зберігати контакти з іншими.

2) Громадянська участь стосується комунікації та залученням до громадської сфери із використанням медіа: від простих стосунків між індивідами і державними інституціями до кооперативних дій – заснування громадських самоуправних організацій.

3) Створення продукції стосується індивідуального та колективного створення нового медіаконтенту і продукування медіа текстів [3, с. 81].

Соціальні стосунки, громадська участь та створення продукції складають, на погляд вчених, комунікативні здатності. В узагальненому вигляді головні етапи реалізації більшості медіаосвітніх підходів є такими: одержання знань (освітня складова); розвиток сприйняття медіатекстів; розвиток креативних практичних умінь на матеріалі медіа.

У основні складові медіаосвіти Д. А. Заруба також включає медіаторчість та виділяє основні принципи – це принцип свободи (у виборі інформації і її інтерпретації), партнерства, або діалогу (у процесі навчання, створення медіапродукції, творчості), принцип ініціативності (творче самовираження за допомогою медіа) [2]. У системі медіаосвіти пріоритетними напрямками розвитку медіаторчості є організація дитячих та молодіжних фестивалів, конкурсів, проєктів місцевого і всеукраїнського рівнів за участю громадських об'єднань і медіавиробників різних форм, творчих студій для дітей і молоді. Такий формат комунікації підлітка, включеного у інформаційний простір, змінює психотехніку сприймання, мислення, поведінки. Зрозуміло, що досвід взаємодії з медіа підвищує рівень медіакомпетентності. Але важливі ще дві складові медіакомпетентності – активне використання вмінь у сфері медіа та готовність до самоосвіти. Напрацювання з цієї теми більш детально описані в моєму досвіді у блозі, деякі приклади для доказів пропоную в статті [6].

У практичній діяльності студії «Юн-прес» ЦДЮТ м. Бердянська є власний контент, який створювався вихованцями: Енциклопедія Бердянського «Юн-пресу»; газета «Неформат»; телевізійний проєкт «Задаваки»; серія Vox pop – опитування на вулицях міста; сторінки у соціальних мережах та свій ютуб канал; медіапроєкт «Потойбіччя Бердянська»; журналістські експерименти та розслідування.

Молодіжне інформаційне видання «Неформат» з'явилося в онлайн варіанті у грудні 2011 року – це була платформа для перших публікацій вихованців студії «Юн-прес» Центру дитячо-юнацької творчості. Склад журналістів онлайн газети постійно змінювався, та деякі вихованці колективу зробили «Неформат» особливим та креативним. Стилістико-прагматичні аспекти ідіостилу газетного видання визначалися якістю журналістських матеріалів, особливо репортажів та статей. У проблемних статтях автори не лише висвітлюють певну проблему, а й намагаються розкрити причини подій і явищ, що мають місце у відповідних матеріалах. Якість матеріалу газет, їх тематику визначають дописувачі. У цьому є свої позитивні сторони, які дозволять повернути більшу частину молоді до дитячо-юнацького видання. По-перше, колектив дописувачів складається зі школярів, які пишуть про ті проблеми, що хвилюють їхню читацьку аудиторію. По-друге, є можливість залучення журналістів із досвідом. По-третє, чітко визначена своя тематика та цільова аудиторія. По-четверте, є місце для новин суспільного життя, головні події міста, історії зі шкільного життя, поради для творчої реалізації тощо. По-п'яте, до

електронного видання є можливість додавати посилання на фото та відео-контент. По-шосте, це наявність зворотнього зв'язку. У 2015 році випуски «Неформату» за січень, лютий та березень місяці на Міжнародному фестивалі-конкурсі юнацької журналістики «Прес-весна на Дніпрових схилах» (м. Київ) зайняли спецпремію у номінації «Газета», а в 2016 році на «Прес-весні» друкований випуск, присвячений 25-річчю нашої держави, здобув перемогу та 1 місце. Окрім диплому та винагороди, команда студії «Юн-прес» отримала позитивні коментарі від журі: відзначили жанрове різноманіття газети, актуальність тем, професійний дизайн. Створення газети «Неформат» із власною концепцією молодіжного медіа-продукту, який відповідає сучасним тенденціям, має зручний для створення та користування формат, вільний доступ цільової аудиторії, котрий незважаючи на різні перетини, продовжує існувати та об'єднувати молодь міста, є великим досягненням студії «Юн-прес» на базі Центру дитячо-юнацької творчості.

У рамках курсу «Основи журналістики» протягом 2012-2018 року здійснювалась апробація моделі телепроєкту, яку розробили спільно із ТРК «Юг» вихованці студії. Формат передачі проходив у вигляді інтерв'ю в студії з різними гостями, метою починаючих журналістів залишалося виявлення перспективних і успішних людей у місті, уміння розкриття їх як багатогранних особистостей. Аналізуючи різні думки, дізнатися відповідь на основні питання, які хвилюють підлітків. Спочатку у керівника студії було тільки бажання організувати випуск «тінейджерської» телепередачі та придбати невеликий особистий досвід відеозйомки та монтажу відеосюжетів. Основним завданням зйомок молодіжної передачі була реалізація теоретичних знань на практиці, а також ознайомлення зі специфікою роботи журналіста на телевізійних каналах. Протягом шести років 2012-2018 було відзняте 150 передач телевізійного проєкту спільно із ТРК «Юг» на базі телекомпанії. Підготовка до кожної зйомки вимагала дотримання організаційних моментів, пов'язаних з обговоренням питань, пошуком матеріалу. Важливою частиною цього етапу було володіння інформацією щодо гостя. Пошуковою роботою займалася група журналістів-початківців у кількості 5-6 чоловік. Їхнім завданням було знайти якомога більше додаткових відомостей про персону. Зазвичай, якщо людина публічна або група популярна, інформаторами служили соціальні мережі, сайти або ж допомагали з додатковою інформацією друзі, знайомі, колеги з роботи. Іноді підготовка до передачі вимагала попередньої зустрічі з гостем з метою окреслення кола, у якому ключі краще вести бесіду. Після достатнього збору інформації на базі студії в ЦДЮТ під час ведення занять обговорювалися варіанти майбутніх питань: більш вдалі записувалися, до них же, залежно від передбачуваних відповідей, складали питання-додатки. Серед активу учнів кожного разу назначався новий модератор, або ведучий, передачі, на якого покладалася відповідальність за редагування питань і розповсюдження серед журналістів-початківців за допомогою Інтернету. Окрім зазначеного, ведучий готував для себе текст для початку і кінця передачі, а також «підводки» до запитань. Під час усього підготовчого періоду керівник направляв вихованців у потрібне русло. Фактично, для учнів це був період застосування вже набутих теоретичних знань на практиці. За шість сезонів існування телевізійного проєкту гостями студії стали понад 200 людей. Отож, телепередачу «Задаваки» можна вважати вдалим проєктом, бо він здобув популярності, допоміг у формуванні самосвідомості юнкорів, посприяв розкриттю міфів щодо телебачення, а також вибору професії. Виросла популярність проєкту, можливість спробувати свої сили в живому ефірі додала наснаги та бажання іншим підліткам.

Наприкінці 2014 року студійці започаткували експериментальну групу голосування в соцмережах «Бердянський вопрос». Можливість додавати коментар, вступати в дискусію, підіймати підтеми, впливати на процеси обговорення, дала можливість журналістам-початківцям бути в фарватері подій. Кожне питання та відповіді до нього ставали додатковою інформацією для тем майбутніх статей. Активна участь вихованців студії у зборі інформації, аналіз громадської думки та написання матеріалів на ці теми у 2015 році на Міжнародному фестивалі-конкурсі «Прес-весна на Дніпрових схилах», який кожен рік проводиться у місті Київ серед молодих журналістів, принесли перемогу у номінаціях «Журналістська робота». Загальна конкурсна тема «Молодь у медіа-ландшафті» була досліджена завдяки соціопитуванням та

журналістським експериментам у матеріалах юнкорів. Продовження роботи в цьому напрямку та бажання з'ясувати настрої спільноти міста у грудні 2015 року підштовхнули журналістів розпочати новий проект під назвою «vox pop». Було вже замало тільки голосувань та анкетувань у соцмережах, кореспонденти студії вийшли на вулиці свого міста. Ми відзняли кілька десятків сюжетів «vox pop», поспілкувалися із двома сотнями людей на вулицях нашого міста, змонтували та виклали на youtube. Вже через півроку від початку зйомок соціопитувань – кропіткої роботи команди «юн-пресівців», аналізу настрою мешканців міста, дослідження громадської думки – завершилися спецвипуском журналу «Неформат», присвяченому події 2016 року – «25-річчю нашій державі». На Міжнародному фестивалі-конкурсі «Прес-весна на Дніпрових схилах» серед трьох тисяч робіт конкурсу журнал студії «Юн-прес» ЦДЮТ м. Бердянська зайняв перше місце. Використані матеріали стали віддзеркаленням думки громадськості та спричинили певний резонанс в душі читача. Піднімалися під час проведення «vox pop» теми відношення представників суспільства до проблем соціального значення: медицини, освіти, виховання підлітків, залежність від алкоголю та наркотиків, ставлення до пільгових груп людей. Також, питання залежності людей від Інтернету, скільки часу можна прожити без інформаційного поля, відношення людей до євроінтеграції тощо. Отже, під час проведення опитувань на вулицях журналісти не тільки визнавали болючі наріиви на тлі міста, ще набули навичок у мобільності підготовки групи до роботи, в умінні під час зйомок аналізувати відповіді інтерв'юера та, швидко підхоплюючи тему, ставити питання.

Публікації у соцмережах – одна з можливостей створити собі справжнє ім'я, отримати популярність, набути творчі та комунікаційні компетенції. Створення сторінок у соцмережах, сайту, блогу для молодіжної журналістської студії передовсім є розширенням читацької аудиторії. Окрім цього, інтернет-формат молодіжного видання дає платформу для публікацій, відкриває можливості для налагодження співпраці з редакціями схожих видань, проведення форумів-обговорень, дослідження та вивчення актуальних тем, спілкування з колегами та читачами в он-лайн форматі, обмін досвідом, думками для написання журналістських статей. Понад ста фоторепортажів із різними подіями міста, безліч корисної інформації: замітки, посилення, рекомендації – все це можна знайти у фейсбуці на сторінці студії «Юн-прес», яка існує з червня 2017 року та виконує офіційно-інформаційну функцію. Сучасні підлітки більш свого часу проводять в Інстаграм, тому студія «Юн-прес» представлена там у групі та існує вже три роки, має своїх підписників, публікації, фотографії та відео. Але, перш за все, завдяки створенню власного контенту в інформаційному просторі у кожного підлітка з'являється можливість заявити про себе. Пішли в минуле учнівські зошити з анкетами для друзів, в яких дбайливо зберігалися побажання і заклеєні сторінки з сюрпризами. Із підлітковими секретами сталася метаморфоза – анкети вирости до розмірів блогів, коло друзів кожного роздувається до масштабу армії і продовжує поповнюватися в залежності від особистої популярності. Тому, для тих, хто пише й думає, є платформа для своїх позитивних чи негативних висновків. Текст різного зразка і спрямування до будь-якого вислову можна розмістити на особистій сторінці під своїм ніком, ім'ям, псевдонімом або користуючись анонімністю. Проблема тільки в тому, що часто подібні вердикти не бувають об'єктивними. Підлітки в пошуках реалізації себе, як літературно обдарованих, не отримують професійну оцінку. Шкільні твори на вільну тему дають підліткам шанс для розповіді про внутрішні приховані резервуари зі згустками особистих негативних або позитивних емоцій. Але часто в оцінюванні робіт враховується не дитяча щирість, а класична правильність у викладі думок учня. Нав'язані канони вживання окремих фраз, обов'язкове використання цитат зі шкільної літератури, регламент кількості слів перетворює учнівські тексти в шаблони без права на особисту думку. У сучасному світі при повальному захопленні новітніми технологіями доступ до Інтернету є практично у кожного школяра. Захоплення соціальними сайтами дає можливість реєструватися, знайомитися, спілкуватися, цікавитися тим, що пишуть інші, писати самим. В листуванні є все: від обговорень злободенних політичних тем до філософських питань буття, від коротких, стислих розміром зі смайлик, записів до об'ємних статей. Бажання підлітка бути почутим, знайти подібних, усві-



домити себе частиною чогось спільного і неподільного призводить до пошуку внутрішнього змісту у зовнішньої гармонії. Тільки участь дітей в різних конкурсах, регулярні заняття, робота над кожним матеріалом, публікації, оцінка справжніх майстрів дає результат зростання, шанс на реалізацію творчого начала. Заняття в літературних гуртках, журналістських студіях із професійним наставником можуть допомогти дитині в розвитку здібностей.

Перша енциклопедична справка про студію «Юн-прес» Центру дитячо-юнацької творчості з'явилася у 2014 році на сторінках «Енциклопедії Бердянська» – у третьому томі на букву «Ю» можна знайти розповідь про початок роботи студії, перші досягнення та здобутки. У четвертому додатковому томі також є окрема інформація і про керівника молодіжного угруповання. Окреме видання про історію існування студії «Юн-прес» побачило світ у 2018 році. Енциклопедія Бердянського «Юн-пресу» була створена як дипломна робота оригінал-макету книжкового видання студентки IV курсу факультету журналістики і міжнародних відносин Київського національного університету культури і мистецтв Хльосткіної Лілії Олександрівни, випускниці студії «Юн-прес» 2013 року. Енциклопедія Бердянського «Юн-пресу» – це дійсно своєрідний фотоальманах студії. Як діючий керівник сміливо можу запевнити, що це саме та книга, той підручник, якого не вистачало на початку навчального року. Справа в тому, що вже впродовж шести років, у вересні, ми набираємо до студії новобранців. Ця книга здатна зробити експрес-занурення у світ «Юн-пресу», вона розкриває душу та серце студії. Тут розписано усе до дрібніших деталей, важливо відзначити легкість подання текстів автором та влучність підібраних фото. Кожен з випускників точно прочитає про себе, або побачить себе на ілюстрації, тож ніхто не залишиться непоміченим. Важливо, що навіть та людина, яка ніколи не була пов'язана з «Юн-пресом», за допомогою детального алфавіту, простоті текстів та головне – яскравих прикладів з життя, точно зрозуміє, що саме тут народжується історія.

Отже, можемо зробити висновок, що в системі позашкільної освіти виховання медіакомпетентної людини, яка стає провідником у суспільстві для оточуючих, благотворно впливатиме на побудову відповідального ставлення до медіа як з боку учасників освітнього процесу, так й з боку споживачів. Саме позашкільна освіта може забезпечити повноцінне формування медіаграмотної людини. Основні завдання курсу з медіаграмотності – «підготувати особистість до життя в інформаційному суспільстві, до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, до сприйняття інформації, усвідомлення наслідків її впливу на психіку...» [4]. Завдяки участі та проведенню різних заходів ми вирішуємо також виховні завдання позашкільної освіти та пріоритетні завдання соціальної політики України. Досвід проведення курсу з медіаграмотності у студії, в рамках якого вихованці займаються спільною творчістю, а також результати досліджень, які проводились на базі Центру дитячо-юнацької творчості міста Бердянська, демонструють необхідність та релевантність такої форми роботи.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Баришполец О. Т. Медіаосвіта : зарубіжний досвід. – Режим доступу : <http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=6&n=84&c=2072>].
2. Заруба Д. А. Філософія медіаосвіти як складова філософії освіти // Вища освіта України. 2009. № 3. Дод. 1. Тем. Вип. Педагогіка вищої школи : методологія, теорія, технології. – К. : Гнозис, 2009. – 630 с. – С. 92-94, С. 94.
3. Найдьонова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу : підручник / Л. А. Найдьонова ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. – 244 с.
4. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. – Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. – 64 с.
5. Potter W. J. (2001). Media literacy. Thousand Oaks. – London : Sage Publication, 423 p.
6. <https://likababichbrd.blogspot.com/>



**Інна Червінська**

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки початкової освіти  
завідувач творчої навчально-наукової лабораторії «Гірська школа Українських Карпат»  
Державний вищий навчальний заклад «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»

## **МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ПЕДАГОГІВ ГІРСЬКИХ ШКІЛ РЕГІОНУ УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТ У КОНТЕКСТІ ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ**

*У статті на підставі вивчення передового педагогічного досвіду освітньої діяльності педагогів гірських шкіл регіону Українських Карпат та опрацювання наукової літератури з предмета дослідження, розкриваються основні проблеми медійної освіти та шляхи формування медіаграмотності педагогів гірських шкіл регіону Українських Карпат у контексті медійних викликів сьогодення.*

*Наголошується, що медіаграмотність покликана виробити у споживачів інформації (авторів та читачів) активну позицію щодо її сприйняття та написання професійних медіатекстів і медіаповідомлень.*

*При цьому акцентується увага на необхідності балансування між теоретичними знаннями та практичними вміннями для формування відповідного рівня медіакомпетентності.*

*Автор вказує, що медіаграмотність особистості є одним із шляхів пізнання навколишнього світу, інструментом реконструкції об'єктів, створених за допомогою медіа, способом пізнання внутрішнього «я».*

*Акцентується увага на тому, що медіаграмотність необхідно розглядати як ще один із видів вираження загальної грамотності та як вітальну потребу зростаючої особистості.*

**Ключові слова:** *регіон Українських Карпат, медіаграмотність, гірські школи, медіакомпетентність.*

**Постановку проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** Вирішення глобальних проблем людства, вільний рух інформації та інформаційних послуг, необмежений доступ до інформації та її використання для наукового й соціального прогресу та розвитку знань, висуває перед освітою нові виклики щодо її сприйняття. Саме засоби масової інформації слугують інструментом для використання та виокремлення знань, виступають провідними чинниками соціалізації зростаючої особистості.

Тому за умов насиченості медіапростору, стає все більш актуальним для користувачів медіаресурсів процес формування умінь орієнтування у нескінченних потоках інформації, адекватного сприйняття, критичного осмислення та оцінювання інформації, що отримується з медіа джерел.

Аналіз змісту повідомлень мас-медіа показує, що засоби масової інформації (ЗМІ) все активніше використовують просвітницькі та освітні функції, оскільки чимало інформаційних каналів забезпечують користувача не тільки популярними загальнодоступними відомостями, а й спеціальними знаннями.

Медіатехнології з кожним роком відіграють все більшу роль у житті людей взагалі, і в освітньому процесі зокрема. За останні роки медіатехнології досить швидко інтегруються в освітній процес, що вимагає відповідного рівня медійно грамотного педагога.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв’язання цієї проблеми і на які спирається автор; виділення нерозв’язаних частин загальної проблеми, які розкриває ця стаття.** Дослідженнями в галузі медіаграмотності займаються зарубіжні вчені: Д. Букінгем, К. Ворсноп, Л. Зазнобіна, Д. Консидайн, Р. Кьюбі, Л. Мастерман, Е. Томан, Е. Харт, Ю. Усов, А. Федоров та ін. Значний внесок у розвиток цього напрямку зробили українські дослідники В. Іванов, Л. Найдьонова, Г. Онкович, Б. Потятинник та ін.

Володіння належним рівнем медіаосвіти дає можливість молодій людині активно використовувати інформаційне поле преси, радіо, телебачення, кінематографа, Інтернету.

Позаяк сучасна медіаосвіта тісно пов’язана з інформатизацією освітнього процесу, то теоретико-методологічні та методичні проблеми її впровадження необхідно вирішуватися комплексно, розпочинаючи цей процес з якісної підготовки медійно грамотних педагогів.

**Постановка завдань дослідження.** Мета статті – на підставі вивчення передового педагогічного досвіду освітньої діяльності закладів загальної середньої освіти гірських регіонів, опрацювання наукової літератури з предмета нашого дослідження, розкрити основні проблеми та шляхи формування медіаграмотності педагогів гірських шкіл регіону Українських Карпат у контексті медійних викликів сьогодення.

Завданнями дослідження є:

- з’ясувати рівень медійної грамотності педагогів гірських шкіл;
- розкрити особливості впровадження медіаграмотності в освітній процес;
- визначити провідні психолого-педагогічні умови підвищення медійної грамотності сучасних педагогів.

Для досягнення мети та вирішення завдань наукового дослідження використано комплекс методів: теоретичні – аналіз та систематизація наукової літератури для виявлення сутності й специфіки становлення і розвитку медіаосвіти та медіаграмотності, зокрема їх змістового наповнення; термінологічний аналіз та метод операціоналізації понять для розкриття понятійно-категоріального апарату дослідження.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Для Карпатського регіону особливо гострою є проблема гірських віддалених та важкодоступних районів, які мають спеціальний статус й за якими на законодавчому рівні закріплені пільги і соціальні гарантії їх жителям.

Гірські школи – особливий феномен як у педагогічній теорії, так і в реальній практиці. Географічне положення й соціально-економічний статус – це ті аспекти, що відіграють значну роль у функціонуванні цих навчальних закладів. І якщо перший із них характеризується виключно місцем розташування школи, то другий залежить від значної кількості чинників: стану соціально-економічного розвитку конкретного регіону, загального духовно-морального рівня населення села чи селища, природного й предметного середовища, особливих умов функціонування навчально-виховного закладу. Все це активно впливає на розвиток гірської школи та на процес розв’язання психолого-педагогічних проблем, що стоять перед нею

Школа в горах – це не тільки педагогічне, економічне, географічне, чи соціальне поняття. Майже завжди її головною місією було формування людини, яка залишається жити у гірському селі, працювати у сільському господарстві. Проте в нинішніх умовах це завдання школи реалізується недостатньо повно. У зв’язку з цим, постає гостра проблема, як узгодити інтереси суспільства, що повільно перебудовується, з інтересами молодої особистості, яка змалечку бачить невлаштованість сільського життя і на відміну від попередніх поколінь, хоче задовольнити потреби свого розвитку з найбільшими перспективами [11].

Проблеми педагогів гірських шкіл регіону Українських Карпат, їх навчально-методична, цифрова та медійна грамотність набирає особливої значимості за умов реалізації Державної програми розвитку регіону українських Карпат на 2020-2022 роки – з точки зору регіональної політики та вимог Концепції «Нова українська школа» з точки зору освітянської спільноти.

Зазначені проблеми є особливо актуальними для освітян Прикарпаття і повинні перебувати в центрі уваги громадськості краю, оскільки з понад 760 шкіл різних типів – 603 розташо-

вані в сільській місцевості, в тому числі 270 – у віддалених гірських районах, сільські освітні заклади становлять 78,5 % загальної кількості шкіл.

Нові підходи до організації і здійснення освітнього процесу в школі гірського регіону вимагають якісної перебудови системи підготовки вчителя. Спрямованість на особистісно орієнтовану модель навчання, впровадження сучасних медійних технологій потребують від фахівця відповідного рівня медійної грамотності.

Спробу вирішити окреслену проблему зробив Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. В контексті реалізації ідей Міжнародного проекту програми ЄС Еразмус+ «Модернізація педагогічної вищої освіти з використання інноваційних інструментів викладання – MoPED» (№ 586098-EPP-1-2017-1-UA-EPPKA2-SVNE-JP) до освітньої програми підготовки майбутніх педагогів введено інноваційний курс «Медіадидактика початкової школи» (Автор І. Червінська) [12]. Навчальна дисципліна проходить апробацію серед студентів спеціальності «Початкова освіта».

Медіаграмотність покликана виробити у споживачів інформації, авторів та читачів, активну позицію щодо особистісного сприйняття та написання медіатекстів та медіаповідомлень. При цьому вони повинні знати як знаходити баланс між теоретичними знаннями та практико-зорієнтованими вміннями для формування необхідного рівня медіакомпетентності. На думку зарубіжних дослідників С. Шейбе й Ф. Рогоу, «йдеться про те, як формувати навички створення відеозаписів, уміння обирати й записувати теле – радіопередачі, готувати типові медіатексти та аналізувати уже готові матеріали» [13].

Проблема медіаграмотності та медіаосвіти педагога гірської школи посідає належне місце і у тематиці курсових, дипломних і магістерських робіт. З метою підвищення рівня медіаграмотності майбутніх учителів до організовуються різні види практико-зорієнтованих занять, що значно покращує медійну грамотність педагогів гірських закладів освіти.

За таких умов базовими цілями медіаосвіти у ЗВО стають: «розвиток комунікативних здібностей студентів, формування критичного мислення; навчання сприйманню інформації, перекодуванню візуального образу у вербальну знакову систему; оцінювання якості інформації, вироблення вмінь обирати під час «споживання» інформації з мас-медіа; підвищення загальнокультурного рівня особистості» [7, с. 14].

У зв'язку з цим слід констатувати, що проблема підготовки підростаючого покоління до повноцінного життя в інформаційному суспільстві не зовсім реалізована в контексті шкільної освіти. Позаяк випускник сучасної школи не завжди виявляється підготовленим до успішної інтеграції в світове інформаційне співтовариство.

Актуальність медіаграмотності визначається також положеннями Концепції «Нова українська школа», де окреслено вимоги до особистості учня та вчителя як до креативних, поінформованих постатей, відкритих новаторським ідеям та здатних відповідати викликам сьогодення. Так, зокрема, у законі України «Про освіту» [8] стверджується, що «метою повної загальної середньої освіти є різнобічний розвиток, виховання і соціалізація особистості, яка усвідомлює себе громадянином України, здатна до життя в суспільстві та цивілізованій взаємодії з природою, має прагнення до самовдосконалення і навчання впродовж життя, готова до свідомого життєвого вибору та самореалізації, трудової діяльності та громадянської активності.

Світ за останні декілька десятиліть якісно змінився. Орієнтуватися у величезному масиві інформації, як зазначається у законодавчих актах ПАРЄ (ПАРЄ, № 8753, від 6 червня 2000 р.), стає все дедалі складніше. Адже для більшості дітей та молоді медіа виступають необхідною умовою життєдіяльності, перетворивши їх світ у віртуальну реальність, де найкращі та найгірші речі можна як створити за лічені хвилини, так й знищити за незначний проміжок часу [9].

Медіатехнології з кожним роком стають важливою частиною суспільного життя, відповідно, залишатися осторонь цього процесу вже просто неприпустимо. Однак, це зовсім не означає, що потрібно ізолюватися від інформаційних потоків. Завдання педагогів – навчити молодих людей якісно і грамотно працювати з інформацією, здійснюючи таким чином їх підготовку до успішного освоєння навколишнього світу.

Ситуація дещо покращилася із затвердженням у 2010 році «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні» [3], основною метою якої визначено: «сприяти розвитку в Україні ефективної системи медіаосвіти для забезпечення всебічної підготовки дітей і молоді до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формування у них медіаобізнаності, медіаграмотності і медіакомпетентності, відповідно до їх вікових та індивідуальних особливостей». Вказана Концепція передбачає реалізацію експериментального етапу, з поступовим внесенням медіаосвіти, узагальненням вимог до неї з метою її подальшого розвитку та впровадження в освітню систему України.

Формування медійної грамотності надає додаткові можливості щодо самореалізації і соціалізації молоді, викоренення девіантної поведінки через практично-орієнтовану творчість у закладах шкільної та позашкільної освіти. Така діяльність педагогів впливає на розвиток їх медіакомпетентності.

На початку ХХІ століття науковці розглядають медіакомпетентність як одну з провідних характеристик педагога, поряд з педагогічною майстерністю, професійною мобільністю, дослідницькою компетентністю та іншими ключовими показниками.

А досягнуті особистісні результати трактують з дещо інших позицій, здобуваючи новий статус «у складній системі координат компетентнісного підходу» (Л. Іванова) [1]. Як зазначає відомий медіадослідник О. Федоров, «цілі медіаосвіти можуть змінюватися в залежності від конкретної тематики і завдань занять, від віку аудиторії, від тієї чи іншої теоретичної бази медіаосвіти. Однак практика показує, що так чи інакше, в силу тих чи інших причин багато медіапедагогів можуть досить чітко виділити найбільш важливі для них цілі» [10. с. 29].

Поява нових інформаційних технологій, глобальне поширення інноваційних медіаресурсів, зростаючий інтерес молоді до медіа, змістовна специфіка сучасних медіатекстів та інші чинники сприяють появі та творчому розвитку вітчизняних концепцій медіаосвіти, їх інтеграції і синтезу в освітній процес.

Відповідно до зазначеної Концепції, впродовж 2017-2020 рр. відбувається поступове укорінення медіаосвіти на всіх зазначених рівнях, стандартизація її змісту, розширення змістового наповнення, розробка інформаційно-технологічного супроводу, та нормативно-правового забезпечення.

Для реалізації окреслених завдань, дослідниця Л. Найдьонова розробила інноваційну модель медіакультури (ІАММ), що складається з чотирьох взаємопов'язаних блоків [5]:

- «*реакції*» (пошук інформації, її читання / сканування, ідентифікація / розпізнавання потрібних знань у медіатекстах);
- «*актуалізації*» (асиміляція, інтеграція нових знань, необхідних для оволодіння виклику, пов'язаних з медіа, співвіднесення їх з наявними ресурсами);
- «*генерації*» (інкубація, творча конвертація, трансформація медійних знань і умінь, всі аспекти ініціації творчості завдяки медіавпливу);
- «*використання*» (передача інформації, інноваційна діяльність, дослідження в галузі медіа).

Модель реалізації медіаграмотності майбутніх педагогів у закладах вищої освіти може складатися з наступних компонентів: цільового, змістовно-гностичного, процесуального, операційного, критеріально-оцінного.

Однак, проведений аналіз існуючих моделей здобуття майбутніми вчителями основ медіаграмотності, дає підстави стверджувати про дещо однобічний підхід до її розв'язання.

Так, у більшості випадків їх мета полягає в тому, щоб навчити студентів застосовувати у практичній діяльності медіаобладнання, вивчення технічної будови медійної техніки і формування практичних умінь для створення власних медіатекстів для повідомлень до студентської газети, ведення блогу, сторінки в Instagram, FB та інших медійних продуктів навчального характеру.

Відповідно, до провідних педагогічних умов формування медіаграмотності майбутніх педагогів відносимо:

- якісні характеристики освітнього простору закладу вищої освіти;
- змістове наповнення освітніх програм підготовки фахівця;



- наявність у навчальних програмах змістових модулів з медіаосвіти та медіаграмотності педагога;
- наявність розроблених цифрових медіаресурсів для реалізації програми підготовки майбутнього фахівця;
- підготовка методичного інструментарію дидактичного супроводу освітньої діяльності викладача та студента;
- створення сприятливих умов для організації медіаторчості майбутнього педагога (медіафестивалі, медіастудії, медіаквести, медіаблоги, медіащоденники та ін.).

Стрімкий розвиток у сучасному світі інформаційно-комунікаційних технологій та системи мас-медіа вносить принципові зміни у загальну філософію освіти, визначаючи ширші завдання і водночас відкриваючи нові горизонти для психолого-педагогічного пошуку у царині медіаграмотності.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.** З огляду на вищезазначене, якісна медіаграмотність педагога не має бути зосереджена тільки на навчанні школярів та студентів, а повинна бути спрямована на розвиток медіаобізнаності всього суспільства. Адже освічені, всебічно розвинені, українці, відповідальні громадяни і патріоти, здатні до ризику та інновацій, – ось, хто поведе українську освіту й економіку вперед в епоху діджиталізації та сприятиме сталому розвитку регіону Українських Карпат.

Практико-зорієнтований підхід, що застосовується під час навчання студентів медіаграмотності, безумовно, є корисним, проте, як її невід’ємна складова, зумовлена сприяти розвитку творчого мислення майбутніх учителів гірських шкіл, які повинні стати основними фігурантами та носіями інформатизації та цифровізації освіти.

Перспективи подальших наукових розвідок вбачаємо в підготовці вчителів до оволодіння інноваційних медіаосвітніх технологій та варіантів їх застосування в освітньому процесі закладів загальної середньої освіти.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Иванова Л. А. Проблема формирования медиакомпетентности будущего учителя назрела и требует обсуждения. «Magister Dixit» научно-педагогический журнал Восточной Сибири. 2011. № 1 (03). С. 1–22. URL: <http://md.islu.ru/sites/md.islu.ru/files/rar/ivanova.l.a>.
2. Інтерактивні методи навчання: навч. посібник. За заг. ред. П. Шевчука і П. Фенриха. Щецін : Вид-во WSAP, 2005. 170 с.
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні Редакція 2016 року / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya\\_vpro\\_vadzhennya\\_mediaosvit%20i\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya_vpro_vadzhennya_mediaosvit%20i_v_ukraini_nova_redaktsiya/).
4. Коропатник М. М. Медійна та інформаційна грамотність – одна із важливих компетентностей, які має формувати нова українська школа: виклики інформаційного суспільства наукові записки НДУ ім. М Гоголя. Психолого-педагогічні науки. 2017. № 3.
5. Найдьонова Л. А. Лабораторія психології масової комунікації та медіа-освіти. Культура народів Причорномор’я. 2007. № 120. С. 176-178.
6. Онкович Г. В. МАедіаосвіта як інтелектуально-комунікативна мережа. Вища освіта України. 2008. №3. С.130-137.
7. Основи медіаграмотності: навч.-метод. посібн. 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.
8. Проект Закону України «Про освіту» No3491-д від 04.04.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mon.gov.ua/activity/education/zagalna-serednya/ua-sch-2016/konczepczya.html>
9. Федоров А. В. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. 340 с.

10. Федоров А. В. Медиаобразование: история и теория. Москва: Информация для всех, 2015. 450 с.
11. Червінська І. Б. Медіапростір гірської школи: змістове наповнення та соціокультурна трансформація Гірська школа Українських Карпат: Наукове фахове видання з педагогічних наук. 2018. №. 17. С.85-90.
12. Червінська І. Б. Медіадидактика початкової школи: концепція та методичні вказівки. Івано-Франківськ: ПНУ, 2019. 72 с.
13. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: підручник для вчителів / Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк. К.: Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2017. 319 с.

*In Article on the basis of studying of advanced pedagogical experience of educational activity of mountain school teachers of the Ukrainian Carpathians region and elaboration of scientific literature on the subject of research, the main problems of media education and ways of forming of media literacy of mountain school teachers in the region of Ukrainian Carpathians are revealed.*

*It is emphasized that media literacy aims to develop an active position in the perception of consumers (authors and readers) regarding its perception and writing of media texts and media messages.*

*At the same time, the emphasis is placed on the need to balance between theoretical knowledge and practical skills to form an appropriate level of media competence.*

*The author points out that media literacy of the individual is one of the ways of knowing the world, a tool of reconstruction of objects created with the help of media.*

*Emphasis is placed on the need for media literacy to be seen as a type of expression of general literacy and as a welcoming need for a growing personality.*

**Keywords:** *Ukrainian Carpathians region, media literacy, mountain schools, media competence.*

**Валерій Коваленко**

заступник директора з навчально-виховної роботи  
Криворізька загальноосвітня школа I – III ступенів  
№ 52 Криворізької міської ради  
Дніпропетровської області

## **ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ**

*Глобальні трансформаційні зміни, що відбуваються в суспільстві, масове накопичення різного роду інформації ставить перед закладом загальної середньої освіти серйозні виклики щодо ефективного застосування інформаційно-цифрових технологій в освітній процес. На сучасному етапі розвитку суспільства важливий аспект діяльності школи – формування інформаційно-цифрової компетентності, медіаімунітету, медіагігієни, соціального оптимізму в учасників освітнього процесу.*

**Ключові слова:** *інформаційно-цифрова компетентність, цифрова грамотність, цифровізація освіти, учасники освітнього процесу, експериментальний заклад загальної середньої освіти.*

У сучасному глобалізованому світі перед системою освіти стоять серйозні глобалізаційні виклики. Одним з таких викликів є поширення значних обсягів інформації, кількість якої примножується щосекунди. Саме тому перед закладом загальної середньої освіти постає проблема ширшого використання інформаційно-цифрових технологій при організації освітнього процесу. Суспільне замовлення в реалізації зазначеної проблеми вимагає впровадження інноваційних підходів до організації освітнього процесу, які в майбутньому забезпечать виховання сучасного випускника – професіонала, який буде мати ключові навички XXI століття.

Під «цифровізацією» розуміють насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними, що фактично уможливує інтегральну взаємодію віртуального та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір [11, 20].

Ключові вектори цифровізації освіти:

- створення інформаційно-цифрових ресурсів для педагогічних працівників закладу загальної середньої освіти з підтримкою інтерактивного і мультимедійного контенту (функціональні інструменти для автоматизації процесу роботи школи);
- розроблення та впровадження інноваційних інформаційно-цифрових засобів навчання для створення якісного освітнього середовища;
- підключення закладів загальної середньої освіти до широкосмугового доступу до глобальної мережі Інтернет (організація зон WI – FI, для задоволення освітніх потреб учасників освітнього процесу);
- розвиток дистанційної / мережної форми здобуття освіти з використанням когнітивних та інформаційно-цифрових технологій.

Процес цифровізації освіти передбачає формування інформаційно-цифрової компетентності в учасників освітнього процесу.

Поняття «інформаційно-цифрова компетентність» є достатньо складним, а тому під час критичного аналізу зарубіжних науково-методичних ресурсів зустрічаємося з еквівалентними термінами «цифрова компетентність» (digital competence), цифрова грамотність (digital literacy), технологічна грамотність (technology literacy), інформаційна та технологічна грамотність (information and technology literacy) та інші.

На сучасному етапі розвитку педагогічної науки науковому обґрунтуванню поняття «інформаційна компетентність» присвячені праці ряду вітчизняних та зарубіжних учених, зокре-

ма В. Акуленка, В. Бикова, О. Божинської, О. Зайцевої, А. Петухової, О. Сисоевої, D. Bawden, R, Paul, C. Stern та ін.

Проаналізувавши літературні джерела можна прийти до висновку, що поняття «інформаційна компетентність» пояснюється як системний обсяг знань, умінь та навичок набутих людиною під час перетворення, передачі та використання інформації у різних видах власної діяльності з метою якісного виконання професійних функцій.

Поняття «цифрова компетентність» розглядається в наукових працях С. Прохорова, Дж. Равен, О. Сисоева, М. Спектор та ін., проте єдиного визначення для даного терміну немає. Ряд науковців розглядають цей термін, як здатність і готовність до ефективного, критичного та безпечного використання сучасних інформаційно-цифрових технологій для вирішення різних задач повсякденного існування.

У 1997 році П. Гілстером вперше було введено поняття «цифрової грамотності», в його книзі з однойменною назвою [Gilster, 1997]. Автор розглядає дане поняття як здатність критично осмислювати і використовувати інформацію, отриману за допомогою цифрової техніки в різних форматах з широкого спектру даних.

Цифрова компетентність умовно поділяється на чотири групи:



Для забезпечення ефективного формування інформаційно-цифрової компетентності необхідно враховувати ряд важливих умов:

- задатки учасників освітнього процесу (у тому числі організаційні);
- педагогічна майстерність (педагогічні вміння, професійна кваліфікація);
- вміння працювати з сучасними інформаційно-цифровими технологіями (використовувати їх для підтримки викладання навчальних дисциплін);
- готовність і відкритість до інновацій;
- вміння спілкуватися (комунікабельність);
- критичність до вирішення нестандартних завдань (гнучкість мислення);
- групова взаємодія (співробітництво).

Впровадження інформаційно-цифрових технологій в практику роботи експериментального закладу загальної середньої освіти має бути виваженим, доцільним та підпорядкованим меті і змісту освітнього процесу. На підставі наказу департаменту освіти і науки Дніпропетровської обласної державної адміністрації від 22.12.2016 року 882/0/212-16 «Про проведення дослідно-експериментальної роботи за темою: «Створення системи шкільної медіаосвіти на основі принципів наскрізного навчання» КЗО «Криворізька загальноосвітня школа I – III ступенів № 52 Криворізької міської ради Дніпропетровської області» надано статус експериментального закладу загальної середньої освіти обласного рівня.

Адміністрацією закладу загальної середньої освіти ведеться цілеспрямована робота щодо забезпечення індивідуальної траєкторії розвитку кожного здобувача освіти в рамках імплементації Закону України «Про освіту». З цією метою, під час розробки освітньої програ-



ми, здійснюється ефективний розподіл годин варіативної складової та годин гурткової роботи для забезпечення соціального замовлення як здобувачів освіти, так і представників батьківської громадськості. Так, у 2019 / 2020 навчальному році з метою формування інформаційно-цифрової компетентності в учнів закладу загальної середньої освіти введені курси за вибором медійного спрямування: у школі I ступеня «Я у медіапросторі» (2 – 3 класи), у школі II ступеня – «Основи медіаграмотності (пропедевтичний курси» (8 – 9 класи), у школі III ступеня – «Медіакультура» (10 – 11 класи).

Враховуючи актуальну тему експериментального дослідження робота до відповідної роботи залучені всі учасники освітнього процесу – трикутники «педагоги – здобувачі освіти – представники батьківської громадськості».

Перед початком кожного навчального року складається детальний план здійснення дослідно-експериментальної роботи на відповідному етапі, який розглядається та затверджується (з обов’язковим оприлюдненням на офіційному сайті ЗЗСО в мережі Інтернет). План експериментальної роботи включає діяльність за наступними ключовими векторами: 1) інноваційна діяльність ЗЗСО (робота робочих проектних творчих груп, співпраця з освітніми партнерами в контексті реалізації програми ДЕР, науково-експериментальна діяльність здобувачів освіти, залучення представників батьківської громадськості до медіапроцесів, що відбуваються на базі школи); 2) робота з педагогічними кадрами (реалізація функціональної підсистеми «Сходинок до успіху»).



На базі закладу загальної середньої освіти відпрацьована функціональна модель діяльності ЗЗСО – «Наскрізне впровадження медіаосвіти як фактор формування медіаграмотності та медіакомпетентності здобувачів освіти», яка має наступний вигляд:



Науково-методичний компонент реалізується через систему роботи закладу загальної середньої освіти протягом останніх 4 років у вигляді функціональної підсистеми «Сходи́нки до успі́ху».



Діагностичний компонент реалізується через впровадження в практику роботи закладу загальної середньої освіти проектних робочих творчих груп. На базі КЗО «КЗШ № 52 КМР ДО» організовано роботу чотирьох проектних робочих творчих груп: 1) проектна робоча творча група інноваційної діяльності; 2) проектна робоча творча група психолого-педагогічного забезпечення викладання курсу; 3) проектна робоча творча група науково-методичного забезпечення; 4) проектна робоча творча група моніторингу розвитку ключових медіакомпетентностей.

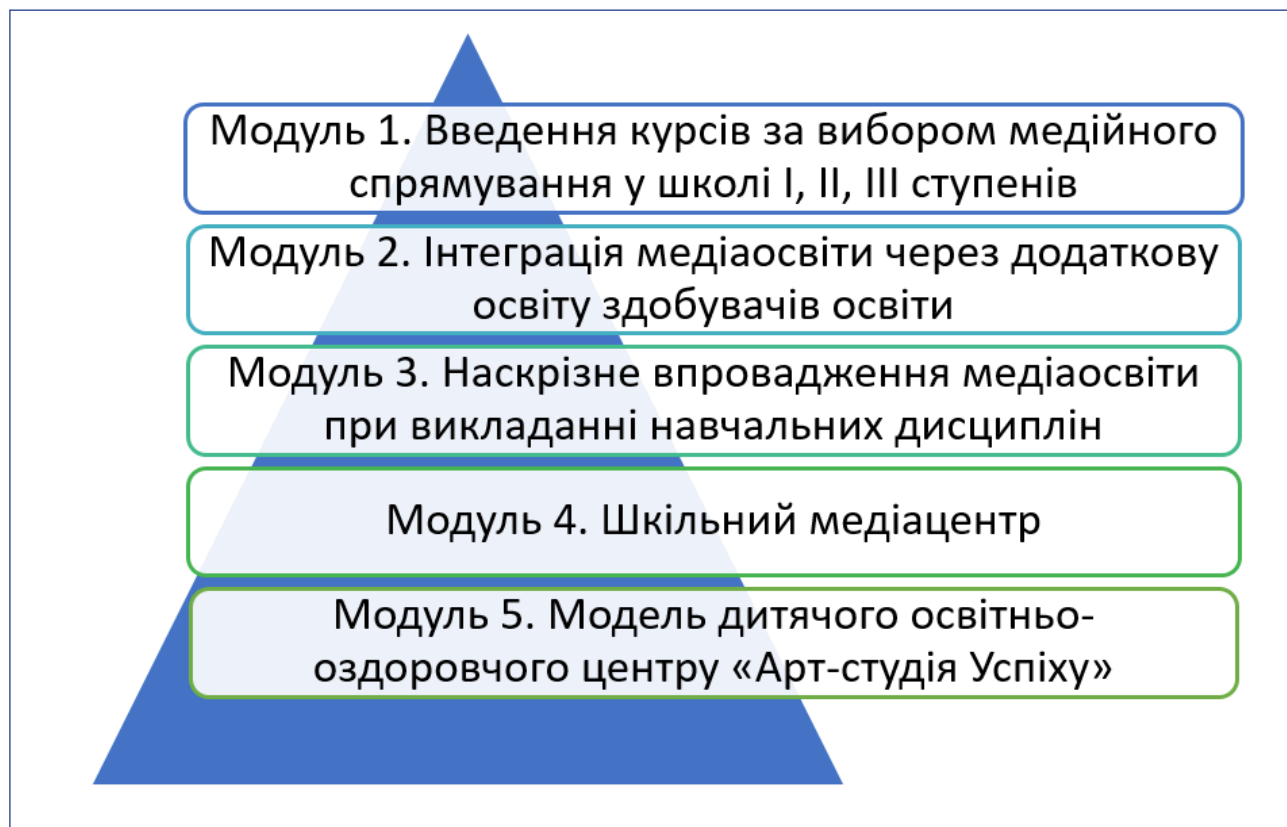
Мотиваційно-психологічний компонент формування медіаграмотності педагогічного працівника зумовлений значенням його вмотивованості на реалізацію завдань медіаосвіти та подоланням психологічного бар'єру при користуванні новітніми медіазасобами.

Дидактико-методичний компонент пов'язаний із конкретним видом діяльності, яку здійснює педагог упродовж свого робочого дня: проведення уроків, додаткових занять, роботи з комп'ютером або інтегровані заняття. Відповідно до цього педагогічному працівнику потрібно знати можливості та дидактичні особливості електронних освітніх ресурсів.

Операційний компонент стосується інформаційно-технічного боку готовності до впровадження медіаосвіти вчителем і спрямований на набуття базових користувацьких знань, умінь і навичок з оволодіння комп'ютерною грамотою як важливим та необхідним елементом медіаграмотності, а також педагогічному працівнику потрібно навчитися працювати з периферійними електронними пристроями: мультимедійним проектором, сканером, інтерактивною дошкою, пошуковими системами Інтернету, здійснювати мережну взаємодію, створювати web-портфоліо, працювати з електронними журналами.

У процесі здійснення дослідно-експериментальної роботи за темою: «Створення системи шкільної медіаосвіти на основі принципів наскрізного навчання» передбачається впровадження інформаційно-цифрових технологій при викладанні базових навчальних дисциплін під час проведення факультативних занять, спецкурсів, курсів за вибором, на гуртку «Основи тележурналістики» та у позакласній роботі.

Змістовно-цільовий компонент реалізується через модульний принцип у вигляді наступної структурної схеми (модулі 1 – 5) (дивитися сторінку 238):



Організація роботи дитячого табору відпочинку з денним перебуванням «Арт – студія Успіху» на базі закладу загальної середньої освіти – це цілеспрямована педагогічна діяльність із повною відповідальністю за життя, фізичне, психологічне та моральне здоров'я підростаючого покоління, його повноцінний відпочинок і розвиток.

Зміст, форми та методи роботи на базі тимчасового табору відпочинку з денним перебуванням ґрунтується на ціннісному ставленні до навколишнього інформаційно-оточуючого середовища, врахуванні вікових та індивідуальних особливостей підростаючого покоління, формуванні інформаційно-цифрової компетентності для подальшої взаємодії із цифровим простором. Усі заходи, які проводяться на базі ТТВ «Арт – студія Успіху» спрямовані на забезпечення належних умов для дозвілля, відпочинку та оздоровлення дітей, реалізації їх індивідуальних здібностей, нахилів та задоволення освітніх (споживчих) потреб.

Перед початком табірної зміни було розроблено і складено цікаву і змістовну план – сітку виховної діяльності тимчасового табору відпочинку з денним перебуванням. Враховуючи всі об'єктивні та суб'єктивні можливості, реальні запити учнівського контингенту та представників батьківської громадськості, а також у зв'язку із участю закладу загальної середньої освіти у здійсненні дослідно-експериментальної роботи на обласному рівні за темою: «Створення системи шкільної медіаосвіти на основі принципів наскрізного навчання» тимчасовий табір відпочинку з денним перебуванням «Арт студія Успіху» має на меті комплексну реалізацію пріоритетних напрямків виховання (національно-патріотичного, морального, естетичного, фізичного, екологічного та інших) і, зокрема, «інформаційно-цифрового» (формування інформаційно-цифрової компетентності в позаурочній діяльності).

З метою задоволення інформаційних потреб вихованців ТТВ функціонують: конференц-зал «Медіаосвітній центр», комп'ютерний клас, локації, де розміщене відповідне мультимедійне устаткування.

Із першого дня роботи тимчасового табору відпочинку з денним перебуванням розпочалися змагання між арт – групами. На ранковому інформаційному колі оголошується план – заходів на день, а також локації, де вони проводяться, а на денному – підбивається підсумок і нагороджуються переможці змагань і конкурсів. У кожній арт – групі є свій інформаційно-логістичний аркуш, в якому відображається результативність їх участі у життєдіяльності тимчасового табору відпочинку з денним перебуванням. Протягом дня за свої досягнення кожна арт-група отримує «Арт – байти», що відображаються на інформаційно-логістичних аркушах. За наслідками табірної зміни за цими показниками визначається загін – переможець.

Важливим структурним компонентом в організації роботи тимчасового табору відпочинку з денним перебуванням стала його співпраця з позашкільними навчальними закладами, культурно-освітніми установами, громадськими організаціями, а саме:

- міською бібліотекою-філією №7;
- дитячою міською бібліотекою №13;
- Центром професійної підготовки;
- Першим міським каналом (м. Кривий Ріг);
- Радіо «Криворіжжя» (філія ПАТ «НСТУ»);
- Комп'ютерною академією «ШАГ».

У процесі співпраці з вищеназваними закладами вихованці тимчасового табору відпочинку з денним перебуванням отримали можливість якнайповніше реалізувати свої очікування щодо культурного, спортивного, інформаційного розвитку. Під час екскурсії на радіо «Криворіжжя» вихованці табору мали змогу взяти участь у записі радіопередачі, довідатися про процес створення даного медіа продукту. А на телестудії «Першого міського каналу» (м. Кривий Ріг) у всіх деталях працівники поділилися знаннями: як збирається матеріал, як проходить його обробка покроково аж до кінцевого результату; особливості роботи диктора, оператора та інших спеціалістів у даній сфері.

Система роботи закладу загальної середньої освіти в контексті формування інформаційно-цифрової та медіакомпетентності в учасників освітнього процесу відображена у наступних джерелах інформації [3, 5, 6, 7, 8, 9, 10].



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Закон України «Про освіту» від 05.09.2017 №2145-VIII [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
2. Концепція Нової української школи [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf>
3. 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.
4. Калінін В. Формування інформаційно-цифрової компетентності учнів старшої школи засобами іноземної мови як ключової компетентності Нової української школи. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mir.dsru.edu.ua/article/download/144291/142184>
5. Коваленко В. С. Інтернет і медіаосвітні технології // Науково-методичний журнал «Відкритий урок: Розробки. Технології. Досвід». – 2014. – №№ 07 – 08. – С. 49 – 50.
6. Коваленко В. С. «ІКТ у науково-методичній роботі» // Науково-методичному журналі «Відкритий урок: Технології. Досвід. Розробки». – 2014. – № 5. – С. 18 – 24.
7. Коваленко В. С. Створення ефективної системи шкільної медіаосвіти на основі принципів наскрізного навчання в контексті модернізації інформаційно-освітнього середовища // Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ.: Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018. – С. 101 – 106.
8. 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.
9. 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.
10. 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.
11. Цифровізація та інформатична освіта Нової української школи: нормативне та програмне забезпечення / Посібник для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних працівників закладів освіти, відповідальний за випуск Романенко М. І. – Дніпро, 95 с.
12. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования / Г. У. Солдатова, Т. А. Нестик, Е. И. Рассказова, Е. Ю. Зотова. – М.: Фонд Развития Интернет, 2013. – 144 с.

*The Global transformation changes that take place in society, the mass accumulation of different kinds of information makes serious challenges before institution of general secondary education about effective application of informatively-digital technologies in an educational process. On the modern stage of development of society, the important aspect of school activity is forming of information-digital competence, media immunity, media hygiene, social optimism for the participants of educational process.*

**Keywords:** *informatively digital competence, digital literacy, digitization educations, participants of educational process, experimental institution of general secondary education.*

**Ірина Срібна**

завідувачка відділу бібліотечного прогнозування  
та інновацій

Херсонська обласна бібліотека для дітей  
імені Дніпрової Чайки

## **«ШКОЛА МЕДІАГРАМОТНОСТІ» ДЛЯ ШКІЛЬНИХ БІБЛІОТЕКАРІВ, АБО МУЛЬТИПЛІКАЦІЯ МЕДІАОСВІТИ БІБЛІОТЕЧНИМИ ЗАСОБАМИ**

*Стаття презентує досвід медіаосвітньої діяльності Херсонської обласної бібліотеки для дітей ім. Дніпрової Чайки, що здійснюється у співпраці з управлінням освіти та бібліотеками закладів загальної середньої освіти міста Херсона. Акцент зроблено на тренінговому курсі «Школа медіаграмотності», запровадженому в 2019-2020 навчальному році, в рамках системи підвищення кваліфікацій шкільних бібліотекарів.*

**Ключові слова:** *медіаосвітня діяльність бібліотек, мультиплікація медіаосвіти, бібліотечні медіауроки, шкільні бібліотеки.*

У сучасній парадигмі розвитку українського суспільства в цілому і реформи освітньої системи зокрема перед бібліотеками постають нові виклики. Завдання включення в систему медіаінформаційної освіти – як з точки зору формування медійної грамотності своїх користувачів, так і з точки зору власної медіакомпетентності бібліотечних працівників.

Зокрема, бібліотеки для дітей, як і шкільні бібліотеки, трансформують систему своїх ключових задач і функцій, зміщуючи акценти на необхідність розвитку у своїх користувачів різних видів грамотності: читацької, інформаційної, інформаційно-комунікаційної, медійної, мультикультурної, грамотності [6, 6].

Сучасні бібліотеки надають доступ до широкого спектру медіапродуктів, створених людською цивілізацією, до будь-яких інформаційних джерел у друкованих та електронних форматах. Тож необхідність підготовки дитини до ефективної взаємодії з інформаційним середовищем є, поза всяким сумнівом, ключовим інституційним завданням бібліотек. Закономірно, що «Концепція впровадження медіаосвіти в Україні» відносить до числа медіапедагогів також і бібліотечного працівника.

Херсонською обласною бібліотекою для дітей імені Дніпрової Чайки, в рамках співпраці з управлінням освіти та мережею бібліотек закладів середньої освіти Херсонської міської ради, протягом останнього десятиліття було розроблено та реалізовано низку курсів неформального професійного навчання з метою підвищення компетентності шкільного бібліотекаря як медіапедагога. Починаючи з 2009 року було організовано ряд щорічних навчально-тренінгових курсів для практичного освоєння інформаційно-комунікаційних навичок, як от: «Основи ІКТ: медіамайстерня», «Школа бібліотечного блогера». Випускники цих курсів успішно використовують набуті знання для створення власних медіапродуктів, насичують медіакомпонентами заходи з популяризації книги, створили і ведуть веб-ресурси своїх бібліотек, розміщують публікації у колективному блозі «Шкільні бібліотеки Херсона».

Навички створення медіапродуктів активно застосовувались бібліотекарями під час роботи у проєкті «Основи медіаосвіти: бібліотечна складова», який реалізується з 2013 року. Результатом спільної роботи шкільних і дитячих бібліотекарів став корпоративний ресурс «Бібліотечні медіауроки», на якому представлені розробки програм та уроків для учнів 1-9 класів, ресурси, призначені для формування медіаінформаційної культури школярів (<http://gorodmedia.blogspot.com/>).

З нагоди завершення креативної частини проєкту 19 квітня 2018 у бібліотеці для дітей ім. Дніпрової Чайки відбулась науково-практична конференція «Шкільні й дитячі бібліотеки на допомогу медіаосвіті», організована бібліотекою спільно з управлінням освіти Херсонської міської ради. Під час конференції були підбиті основні підсумки проєкту та визначені завдання подальшої спільної роботи херсонських книгозбірень – дитячих і шкільних – щодо практичного застосування створених розробок і продуктів.

Значна увага була приділена також необхідності формування бібліотекарями власної медійної культури, виробленню навичок та звички критично оцінювати інформацію і перевіряти факти й джерела. Цьому завданню була присвячена головним чином наступна науково-методична конференція «Школа і бібліотека: інтеграція медіаосвітніх практик», яку організували і провели Херсонська обласна бібліотека для дітей ім. Дніпрової Чайки, навчально-виховний комплекс «Школа гуманітарної праці» Херсонської обласної ради та управління освіти Херсонської міської ради 17-18 квітня 2019 року. Учасниками конференції стали заступники директорів з виховної роботи закладів загальної середньої освіти міста Херсона, працівники шкільних бібліотек міста, дитячих і публічних бібліотек Херсонської області, що обслуговують дітей, а також – у ролі спікерів – провідні фахівці Національної бібліотеки України для дітей і Миколаївської обласної бібліотеки для дітей імені В. Лягіна.

Основні теми, розкриті у виступах основних спікерів пленарної частини конференції: «Медійна компетентність сучасного бібліотекаря: вчимося і працюємо разом»; «Медіаграмотність в Україні: розвиток та перспективи»; «Формування медіа-простору сучасної бібліотеки: огляд інноватики»; ключовими темами секційних засідань стали «Створення позитивного іміджу закладу загальної середньої освіти шляхом колективної медіаторчості» та «Бібліотеки у медіасередовищі: навчання, навігація, контент». Тези виступів учасників науково-методичної конференції увійшли до збірника «Школа і бібліотека: інтеграція медіа освітніх практик» [5].

Програма конференції включала також тренінгову програму, учасниками якої стали дитячі і шкільні бібліотекарі не тільки з Херсона, а і з області. Автор цієї статті провела кілька тренінгів, присвячених ролі медійної грамотності під час виборів, основним маркерам розпізнавання медійних фейків та маніпуляцій.

За підсумками науково-методичної конференції перед автором цієї статті було поставлене завдання створити новий продукт – гру з медіаграмотності для молодих виборців. Так було створено гру-імітацію «Вибори до парламенту Фентезі», прем'єрна презентація якої відбулась 26 серпня 2019 року на Рівненщині – під час Першої літньої школи медіаосвіти та медіаграмотності для бібліотекарів. В подальшому ця гра увійшла до посібника «Практична медіаграмотність для бібліотек», виданого Академією української преси [4, 39-61].

Адресна аудиторія посібника – бібліотекарі, які впроваджують медіаосвітнє навчання та заняття з медіаграмотності. Розробки занять та вправ призначені для використання під час бібліотечних медіауроків, занять медіаклубів, гуртків юних журналістів тощо.

Зокрема згадана вже гра-імітація пропонує створити максимально реалістичну подію (вибори) та занурити учасників у виборчу кампанію і безпосередньо у виборчий процес. Літературна основа гри-імітації – твори Дж. Р. Р. Толкіна «Гобіт» і «Володар перснів». Мета гри – розвивати в її учасників уміння працювати в групі, навички критичного мислення, аналізу інформації, уміння розпізнавати фейки, джінсу, пропаганду, дезінформацію та маніпуляції в медіа. Цілі гри-імітації – сприяти формуванню цілісного уявлення про сутність, місце і роль інформації та її вплив на суспільну свідомість; сприяти розвиткові критичного мислення, формуванню навичок добору та аналізу достовірності інформації; сформувати в учасників проєкту поглиблене розуміння ролі інформації в сучасних умовах, значення засобів мас-медіа та інформаційних технологій у керуванні масовою свідомістю, зокрема на прикладі виборчої кампанії.

Відеододатки та робочий варіант презентації до медіагри «Вибори до парламенту Фентезі» знаходяться у вільному доступі на Google-диску за посиланням: <https://cutt.ly/kr0x70m>. Автор розробки сподівається, що цей продукт буде актуальним не лише для підготовки до участі у виборах, але й стане гарним прикладом гри для різноманітних медіатренінгів.

У поточному навчальному році в Херсонській обласній бібліотеці для дітей імені Дніпрової Чайки розпочала свою роботу «Школа медіаграмотності» для бібліотекарів закладів загальної середньої освіти м. Херсон, як неформальне професійне навчання в рамках системи підвищення кваліфікації. Заняття почергово проводять два сертифікованих медіа-тренера. Програма кожного з них включає теоретичну і практичну частини. Формат проведення занять – тренінги. Учасників навчання для кращого засвоєння матеріалу об'єднано у дві групи – по 15-20 осіб у кожній.

Теми занять підбирали відповідно до запитів і потреб бібліотекарів, актуальних проблем сучасного контенту, з урахуванням ситуації зовнішньої інформаційної агресії та змін у світових тенденціях медіаінформаційної грамотності.

Програма курсу «Школа медіаграмотності» розрахована на 8 занять, по дві академічні години кожне. Кожне заняття включає блок практичних вправ, аналіз статей – публікацій у електронних і друкованих ЗМІ, відеосюжетів, створення власних медіапродуктів і т.д. Вже проведено 10 тренінгів, інформацію про які можна знайти на сайті Херсонської обласної бібліотеки для дітей імені Дніпрової Чайки та у блозі «Бібліотечні медіа уроки» за посиланням: <https://cutt.ly/gr0vzT0>.

Завершити «Школу медіаграмотності» плануємо заліком у формі розробленої і апробованої нами гри-імітації «Вибори до парламенту Фентезі», під час якої учасники зможуть проявити свої знання на практиці.

В подальшому плануємо розширювати тематику занять нашої «Школи медіаграмотності» та активно доповнювати практичні медіа компоненти.

«Сучасна бібліотека – це не тільки зібрання книжкових колекцій, але й величезний світ соціальних комунікацій для людей, об'єднаних пошуком знань. Реальне майбутнє за тими бібліотеками, які поєднують традиційну культуру спілкування з книгою та нові інформаційні технології. Це – стратегічний напрям на шляху модернізації української бібліотечної системи й перспективи зміцнення партнерських відносин зі світовим бібліотечним, інформаційним і культурним співтовариством», – стверджують автори посібника для бібліотекарів «Практична медіаграмотність» (2015) [5].

Сучасний бібліотекар – це людина, яка вміє багато: бути фахівцем з інформаційних технологій, блогером, журналістом, культурологом, піар-технологом, медіатренером і т.д. Як мультиплікатори медіаосвіти бібліотекарі опановують нові знання та передають їх своїм користувачам – учням, студентам, батькам, вчителям. Навчаючись самі, вони опановують нові форми роботи, удосконалюють навички та привносять власні інноваційні ідеї.

Сучасний медійно грамотний користувач бібліотечних послуг і ресурсів має усвідомлювати, наскільки важливо, працюючи з інформацією, знаходити релевантну, зберігати її, систематизувати і передавати, а найголовніше – критично оцінювати та відрізнити від пропаганди та маніпулятивної брехні. Тож саме на бібліотекаря покладається завдання володіти технологіями роботи з інформацією та медіа і сприяти формуванню медійної грамотності своїх користувачів.

Сучасний бібліотекар і сучасна бібліотека постійно змінюються. Ми в постійному пошуку відповідей на питання: ким ми бачимо себе в безмежному інформаційному світі? Чого очікують від нас наші користувачі? Чи готові ми до змін і впровадження інновацій? Чи підготовлені не лише надавати цікаву змістовну інформацію з метою вироблення інтересу до бібліотеки та читання, але й оцінити її ефективність та затребуваність? Відповідаючи на ці питання, приходимо до розуміння важливості партнерської міжгалузевої співпраці – адже медіаосвітня діяльність – наше спільне завдання, і вирішувати його слід разом, об'єднавши наші зусилля і можливості. А сучасні бібліотеки можуть і повинні віднайти своє місце в медіаосвітньому просторі.

Сподіваємося, що наші напрацювання в царині медіаосвіти стануть важливою складовою загального «медіаосвітнього кейсу» та будуть активно використовуватись колегами і спеціалістами різних галузей, насамперед – освітньої, у медіаосвітніх практиках.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бібліотечні медіа уроки [Електронний ресурс] : спільний проєкт Херсонської ОБД ім. Дніпрової Чайки, ЦДБ м. Херсон та бібліотек загальноосвітніх навчальних закладів міста. – Режим доступу: <http://gorodmedia.blogspot.com/>. – Дата звернення: 21.02.2020.
2. Давида О. В. Корпоративний проєкт «Основи медіаосвіти: бібліотечна складова» / Ольга Давида // Школа и библиотека: креативные проекты, инновационные программы : сб. статей и материалов. – Херсон, 2014. – С.11-12.
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс] // Media Sapiens. – Режим доступу: [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/). – Дата звернення: 21.02.2020.
4. Практична медіаграмотність для бібліотек / Власюк О.В, Потапова В.І., Срібна І. ; за ред. Волошенюк О.В., Іванова В.Ф. – Київ : АУП, ЦВП, 2019. – 61 с.
5. Практична медіаграмотність [Електронний ресурс] : посібник для бібліотекарів // Академія української преси. – Режим доступу: <http://aup.com.ua/books/mbm/#r3>. – Дата звернення: 21.02.2020.
6. Школа і бібліотека: інтеграція медіа освітніх практик : збірник матеріалів науково-методичної конференції / КЗ «Херсонська обласна бібліотека для дітей імені Дніпрової Чайки» Херсонської обласної ради, НВК «Школа гуманітарної праці» Херсонської обласної ради, управління освіти Херсонської міськради; уклад. Н. Попова. – Херсон, 2019. – 48 с.

*This article describes the experience and education of world media that libraries in the Kherson region utilize. The activities in the Library for children, are held in partnership with librarians from neighboring schools and institutions from the Kherson community. Emphasis is placed on the program “Media Literacy School,” introduced in the 2019-2020 academic year, as part of the school librarians’ training system.*

**Keywords:** *media educational activity of libraries, animation of media education, library media lessons, “Media Literacy School”, school libraries.*



**Наталія Дзюба**

заступник генерального директора з інформаційних технологій  
Національна бібліотека України для дітей

## **БІБЛІОТЕКА ДЛЯ ДІТЕЙ – ТЕРИТОРІЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ**

*У статті розкриваються питання формування медіаграмотності користувачів бібліотек для дітей: диференційовано дітей та організаторів дитячого читання; створення безпечного медіасередовища дитячої бібліотеки.*

**Ключові слова:** бібліотеки для дітей; медіаграмотність; інформаційне представництво; бібліотечний медіапростір; професійний розвиток.

Сьогодні за один день ми отримуємо більше інформації, ніж люди в XV столітті впродовж усього життя. Сучасна лавина інформації «лється» нестримним потоком. Тому так необхідно з дитинства вчитися жити в сучасному медіапросторі, розрізняти види інформації, вміння її аналізувати, сприймати та передавати.

Долучитись до формування медіаграмотного споживача і, таким чином, сформувати для себе нову компетентність та впливовий імідж серед аудиторії – такі завдання ставлять для себе і бібліотеки для дітей. Медіаосвіта в бібліотечній сфері виокремлює, як мінімум, два взаємозв'язаних напрями: медіаосвіта користувачів та медіаосвіта фахівців в структурі професійного розвитку. Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та систем мас-медіа потребує цілеспрямованої підготовки бібліотекарів до вмілого і безпечного користування ними, позиціонування сучасної бібліотеки як навігатора в медіа-просторі.

Ефективно впровадити медіаосвітні технології в практику роботи бібліотек, розібратися в облаштуванні медіапростору та шляхах взаємодії з ним; дізнатися, яку користь можна отримати від мас-медіа, як захиститися від шкоди, яку вони завдають дітям і дорослим, активно допомагають матеріали розроблені фахівцями Академії Української Преси (АУП), Лабораторії психології масової комунікації та медіа-освіти Інституту соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України, інших закладів, що працюють в напрямку медіапросвіти.

Медіаосвіта має певну специфіку та чітко окреслене коло користувачів, яким адресовані певні спектри інформаційних послуг та продуктів. Бібліотечна медіаосвіта гуртується навколо дитячого читання, книговидавання для дітей, забезпечення ефективного діалогу між читачем, бібліотекарем, вчителем та батьками.

Для дітей початкової школи в Національній бібліотеці України для дітей реалізується програма «Я у медіапросторі». Сучасні діти вчать нас більше ніж ми – дорослі – їх. Вони не хочуть просто сидіти та слухати, а хочуть бути співавторами дійства пізнання, самовираження особистості. Разом з дітьми ініціативний та креативний дитячий бібліотекар також розвивається, творить та генерує нові ідеї. Пізнавальна інформація; знайомство з книгами; ігри та діалог, до якого залучені всі присутні; інтерактивні вправи; перегляд відеоматеріалів – помічники та путівники у нашому навчанні з медіаграмотності.

Упорядкувати знання щодо поняття інформації, вміння її знайти, розрізнити, сприйняти, систематизувати, критично оцінити, переробити, розповсюдити – це основні завдання нашого медіакурсу [8]. Разом з дітьми ми замислюємося про кількість інформації, яка щоденно виробляється і розповсюджується; перевіряємо дію ефекту інформаційного шуму; вчимося в інформаційному потоці почути, виокремити, розпізнати необхідну для кожному з нас інформацію, навчитися її аналізувати та використовувати. Граючись, ми пізнаємо види інформації, її

особливості, джерела отримання та системи збереження. Ми знайомимось з історією розвитку та еволюцією засобів комунікації, їх функціонуванням, дізнаємося, яку користь можна отримати від мас-медіа і як захиститися від тієї шкоди, яку вони завдають дітям.

Звичайно, на заняттях ми говоримо і про сучасне всеохоплююче та «всезнаюче» джерело інформації – інтернет. Знайомимо з позитивним контентом, адресованим дітям; навчаємо володіти цифровими навичками та інструментами, необхідними для повноцінного та безпечного використання ресурсів; демонструємо переваги реального спілкування над віртуальним; розповідаємо про ризики та небезпеки у глобальній мережі. Безпечним інтернет-середовищем для пізнання є електронні ресурси Національної бібліотеки України для дітей та мережі спеціалізованих бібліотек України для дітей. Адже саме тут акумулюється пізнавальний, новинний, інтерактивний, творчий, навчальний, перевірений онлайн-контент, що забезпечує дитині простір для вивчення цифрового досвіду з мінімальним ризиком.

На заняттях ми допомагаємо маленьким користувачам оволодівати навичками цифрової грамотності за допомогою технічних засобів та інформаційних технологій; зі слухачів та читачів поступово перетворюватися в авторів та поширювачів інформації; з пасивного розуміння роботи медіа вчитися їх ефективно використовувати.

Застосування на заняттях різних бібліотечних та освітніх методик спонукає дітей до зацікавленості, стимулює до саморозвитку, бажання продовжувати вивчати питання медіаграмотності. Наш медіакурс – це заняття, які вчать учити, вчитися та розвиватися.

Сучасні бібліотеки для дітей, щоб бути затребуваними користувачами, повинні постійно змінюватися, модернізуватися, надавати свої послуги на якісно новому рівні. Життєдіяльність бібліотеки змінюється за рахунок стрімкої появи нових технологій виробничих процесів і зростаючого масштабу видозмін бібліотечної діяльності. Долаючи цифровий розрив в інформаційному просторі, ця робота супроводжується появою нових ідей, розвитком інноваційних проєктів, спрямованих на вільний та рівний доступ до інформації, кінцевою метою якого є більш високий та якісний рівень обслуговування користувачів різних вікових категорій. Для учнів 5-9 класів на сьогодні в НБУ для дітей використовуються розробки бібліотечних занять з формування інформаційної культури, які, в першу чергу, спрямовані на знайомство з бібліотечними ресурсами та послугами, їх активне використання в навчанні та дозвіллі [2, 4].

Останні десятиріччя дитячі бібліотеки розширили використання можливостей інформаційно-комунікативних технологій: створюють власні сайти, блоги та інтерактивні продукти, активно використовують можливості соціальних мереж, упроваджують корпоративні проєкти, організовують навчальні Інтернет-центри, популяризують матеріали на допомогу навчальному процесу та самоосвіті. Може й панує думка, що робота бібліотек не сильно помітна в медіапросторі. Але нам є, що показати і про що розповісти.

Створити імідж бібліотеки в інформаційному просторі допомагає бібліотечний сайт. Інтернет потрібен бібліотекам, оскільки він цікавий і потрібний нашим читачам. Отримати інформацію про документи стає все простіше. Бази даних, електронні каталоги – це джерело перевіреної, виваженої, чіткої інформації за будь-якою темою. НБУ для дітей з 1993 року веде електронний каталог, доступний також у віддаленому доступі, який за рейтингом відвідуваності посідає 5-6 місце серед сторінок сайту Бібліотеки, адже ми вчимо дітей ефективно його використовувати. Перехід бібліотек на цифрові технології створює можливості формувати електронні бібліотеки. Звичайно, через складність урегулювання питання авторських прав на доступність творів в електронному форматі, «Електронна бібліотека» НБУ для дітей не може задовольнити всі літературні запити своїх користувачів, але намагається представити кращі зразки книг для дітей. Популярними серед дітей та їхніх батьків стали і аудіобібліотечки. На основі корпоративної співпраці на сайті НБУ для дітей постійно поповнюються електронна аудіоантологія творів для дітей «Почитайко», що популяризує художню літературу минулих років та «Аудіобібліотечка КЛЮЧА», що збирає звукозаписи власних творів сучасними авторами. Вже 10 років на сайті НБУ для дітей функціонує спільний ресурс мережі дитячих бібліотек «Кращі Інтернет-ресурси від Української асоціації працівників бібліотек для дітей», де в біль-

шості представлено вебпосилання для дітей 10-15 років. Він відкриває юним користувачам саме корисний інтернет, саме ті матеріали, що допомагають у самовдосконаленні та самореалізації дитини. Ресурс не є сталим, його підтримка – редагування, оновлення, перевірка посилань – це щоденна кропітка робота бібліотекарів. Бібліотека є не лише навігатором у пошуку потрібної інформації, але й вчить дітей формувати активну громадянську позицію. Доступ до публічної інформації має на меті навчити дітей отримувати та використовувати інформацію про адміністративні установи та їх діяльність, вчить пишатися Україною, знати свої громадянські права та обов'язки. То ж у систему соціальної інформаційної комунікації користувачів дитячих бібліотек увійшла «ІнфоТека для дітей». Якісних інтернет-ресурсів для дітей катастрофічно не вистачає, і бібліотеки для дітей активно займають цю нішу. Пам'ятаючи про специфіку сприйняття інформації своїми основними користувачами – дітьми, бібліотеки шукають можливості подати матеріал в ігровій формі змістовно і цікаво. Тож з'явилась низка інтерактивних електронних інформаційних продуктів, що популяризують книгу, читання, творчість митців. Бібліотеки створюють інтерактивні карти, довідники, путівники. На сайті НБУ для дітей у розділі «Інтерактивні ресурси» представлені посилання як на електронні ресурси НБУ для дітей так і інших дитячих бібліотек України.

З 2014 року НБУ для дітей є активним учасником проведення Дня безпечного Інтернету (Safer Internet Day). У 2020 році бібліотекою було презентовано новий онлайнресурс – ФайлоТека «Крокуємо безпечним інтернетом» [7], що об'єднав веброзробки спеціалізованих бібліотек для дітей. В ньому представлені ресурси бібліотек України для дітей – презентації, ігрові завдання, квести, інтерактивні ігри, розробки занять, які сприяють відкритому діалогу щодо безпечної поведінки в інтернеті та розвитку інформаційно-цифрової компетентності користувачів дітей та організаторів дитячого читання.

Дитяча бібліотека забезпечує своїм користувачам можливість використання сучасних інформаційних технологій та інструментів. З метою навчання комп'ютерної грамотності в НБУ для дітей працює читацьке об'єднання «ІТ-К@мпанія» – читацьке об'єднання альтернативного технічного дозвілля [3]. ІТ-К@мпанійони мають змогу в інтерактивній пізнавальній формі дізнатися про складові та будову комп'ютера, отримати перші навички роботи з комп'ютерними програмами: текстовим, графічним, звуковим та відео – редакторами, створити свої перші презентації, дізнатися про ІТ-досягнення.

Старшокласники у 2017-2018 роках стали учасниками 5-тижневого масового онлайн-курсу «Англійська мова на допомогу медіаграмотності». Цей курс надав можливість краще зрозуміти роль засобів масової інформації в нашому житті, збагатити словниковий запас і напрацювати навички, необхідні для аналізу того, що ми читаємо і дивимося. Заняття проходили у групах з фасилітатором, які збиралися двічі на тиждень у центрі «Вікно в Америку», та учасники отримали Свідоцтво про проходження курсу, видане Університетом штату Пенсільванія або Сертифікат Coursera.

Сьогодні всесвітньою павутиною охоплені і діти, і дорослі. Бібліотека є ідеальною «територією» для співпраці бібліотекарів, учителів, батьків, щоб спільними зусиллями навчити дитину «добувати», переробляти, критично підходити до отриманої інформації, робити власні висновки. Електронні ресурси НБУ для дітей допомагають урізноманітнити навчання та дозвілля школярів, вдосконалити професійну майстерність. Інформація з питань медіаосвіти акумулюється на сайті у розділі «Інформаційна культура користувачів». З метою інформаційного забезпечення фахівців з 2014 року розпочато ведення інформаційного списку «Інформаційна культура користувача-дитини – основа самовизначення в глобальному інформаційному просторі» [5]. Кожного року до нього складається додаток, що включає нові матеріали щодо теоретичних аспектів інформаційної культури як галузі наукової, освітньої і бібліотечної діяльності, сучасні тенденції та досвід з практики роботи дитячих та шкільних бібліотек. Згуртуватися навколо дитячого читання, книговидавництва для дітей, забезпечити ефективний діалог між письменником, ілюстратором, видавцем, критиком і читачем допомагає електронний портал «КЛЮЧ» (Краща Література Юним Читачам), який успішно діє з 2010 року. Проект має на меті

допомогти дітям і підліткам отримати інформацію про нові і призабуті книжки, видані в Україні, познайомити з письменниками і художниками-ілюстраторами, які присвятили свій талант дитячій літературі; дорослому зацікавленому читачеві – ознайомитися із літературознавчими та книгознавчими розвідками у галузі дитячої літератури, а також – при бажанні – взяти участь у дискусії про шляхи розвитку української дитячої книги і літератури, або залишити свої міркування стосовно того або іншого видання, яке рецензується на сторінках «КЛЮЧА».

Враховуючи багатий досвід медіаосвітньої діяльності в бібліотеках для дітей, АУП, як визнаний лідер у просуванні медіаосвітніх процесів в Україні, у 2019 році відкрила Літню школу медіаосвіти та медіаграмотності для дитячих бібліотекарів. Навчання організоване за підтримки USAID та Internews (Медійна програма). Перша Літня школа проходила з 26 по 29 серпня на Рівненщині та зібрала спеціалістів з дитячих книгозбірень: Національної бібліотеки України для дітей, Миколаївської, Житомирської, Полтавської, Херсонської і Черкаської ОДБ та ЦБС для дітей міст Миколаєва та Тернополя.

Спікерами Літньої школи були справжні експерти, які розповідали про журналістські стандарти, журналістську етику, маніпуляції, джінсу та фейки в ЗМІ; ділилися не лише теоретичними знаннями, але й проводили практичні вправи та ділові ігри. Один з медіатренерів, викладач Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, журналіст Андрій Юричко зазначив, що «статистика показує, що дорослих людей навчити медіаграмотності не можливо. Єдиний шлях – навчити дітей» [1].

Школа була наповнена новими ідеями, пропозиціями для подальшого професійного зростання. Вона стала для учасників відправною точкою подальшого саморозвитку та самовдосконалення, адже були надані ефективні інструменти для систематичної самостійної роботи, набуття корисних та необхідних навиків та вмій і в професійній сфері, і в повсякденному житті.

Саме Школа стала поштовхом для проведення занять з медіаграмотності для фахівців бібліотеки. В НБУ для дітей у 2020 році розпочався цикл занять, що знайомить бібліотекарів з основними теоріями медіаграмотності та інтерактивними методами проведення занять [9]. Бібліотекарі активно долучилися до національної кампанії з цифрової грамотності «Будь на часі!», підтримавши проєкт Міністерства цифрової трансформації України «Дія. Цифрова освіта». З метою залучення батьків, вчителів, соціальних працівників, волонтерів, дітей до розробки Національної стратегії із захисту дітей в інтернеті у 2019 році в Інтернет-центрі НБУ для дітей було організовано доступ до анкетування щодо поведінки та ризиків дітей в інтернеті. Тож Бібліотека запрошує усіх бажаючих приєднатися до безкоштовного навчання з питань медіаосвітнього спрямування.

Бібліотеки для дітей трансформуються, перетворюючись на інформаційні центри, де дитина разом з сучасним бібліотекарем вирушає на пошук знань, зростає і творить. Адже бібліотекар сьогодні – це лідер думок і експерт в багатьох галузях знань. Тож слід цілеспрямовано формувати в собі медійно-інформаційну свідомість, щоб стати ключовою фігурою в системі медіаосвіти.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Дзюба Н. Бібліотекар для дітей – компетентний медіакористувач: нові можливості діалогу [Електронний ресурс] : професійне спілкування // Бібліотека у форматі Д°. 2019. № 4. С. 9-10.
2. Дзюба Н., Кисельова С. Інформаційне середовище та дитяча бібліотека // Школа і бібліотека: інтеграція медіаосвітніх практик. Херсон, 2019. С. 6-12.
3. Дзюба Н., Кувшинова Н. Світ комп'ютерних технологій – дітям! [Електронний ресурс] // Бібліотека у форматі Д°. 2018. № 4. С. 10-13.
4. Дитячі острови Сайтленду [Електронний ресурс] : мандрівка вебсайтом Національної бібліотеки України для дітей : [для учнів 4-7 класів] / уклад. Л. М. Ільченко // Національна біблі-

отека України для дітей : [веб-сайт]. Режим доступу: <http://chl.kiev.ua/Default.aspx?id=8993> (дата звернення: 26.01.2020).

5. Інформаційна культура користувача-дитини — основа самовизначення в глобальному інформаційному просторі [Електронний ресурс] : анотований інформаційний список для бібліотекарів / НБУ для дітей // Національна бібліотека України для дітей : [веб-сайт]. Режим доступу: <http://www.chl.kiev.ua/default.aspx?id=6694> (дата звернення: 30.01.2020).
6. Клан Клік-Клац. Виховання дітей у цифрову еру [Електронний ресурс] : презентація створена на основі навч. посіб. для батьків «Клан Клік-Клац. Виховання дітей у цифрову епоху» ; уклад. Л. В. Кутішенко // Національна бібліотека України для дітей : [веб-сайт]. Режим доступу: <https://www.slideshare.net/nbkidskiev/ss-209566531?ref=http://www.chl.kiev.ua/Default.aspx?id=87> (дата звернення: 30.01.2020).
7. Крокуємо безпечним інтернетом [Електронний ресурс] : (ФайлоТека ресурсів, створених бібліотеками України для дітей) // Національна бібліотека України для дітей : [веб-сайт]. Режим доступу: <http://www.chl.kiev.ua/default.aspx?id=9104> (дата звернення: 15.02.2020).
8. Медіаграмотність у початковій школі : посібник для вчителя / за ред. О. В. Волошенюк, В. Ф. Іванова. Київ : АУП, ЦВП, 2018. 234 с.
9. Практична медіаграмотність для бібліотек [Електронний ресурс] / за ред. О. В. Волошенюк, В. Ф. Іванова. Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/praktichna-mediagramotnist-dlya-bibl/> (дата звернення: 22.01.2020).

*The article addresses the issues of media literacy formation of library users for children: differentiated children and organizers of children's reading; creating a safe media environment for the children's library.*

**Keywords:** *libraries for children; media literacy; information representation; library media space; professional development.*



**Лариса Лисенко**

завідувачка відділу абонементу

Полтавська обласна універсальна наукова бібліотека  
імені І. П. Котляревського

## **БІБЛІОТЕКА – ВАЖЛИВА ЛАНКА МЕДІАОСВІТИ**

*Статтю присвячено актуальній темі дослідження ролі бібліотек в організації медіаосвіти впродовж життя. На сьогодні бібліотеки зарекомендували себе як майданчики для надання різноманітних освітніх послуг громадянам різних вікових категорій. Вони є потужними інформаційними установами та некомерційними осередками громади, що можуть активно надавати якісні медіаосвітні послуги. Медіаосвітня діяльність бібліотек сприяє свідомому споживанню інформації і відповідає етичним нормам працівників бібліотек. Авторка висвітлює основні напрями реалізації проекту «Будь в тренді: стань медіаграмотним» у Полтавській обласній універсальній науковій бібліотеці імені І. П. Котляревського та акцентує увагу на підготовці персоналу бібліотек для проведення медіаосвітніх заходів.*

**Ключові слова:** *освіта впродовж життя, бібліотека, медіаосвіта, медіаосвіта для дорослих, проєкт.*

*Постановка проблеми.* Забезпечити якісну освіту та доступ до неї протягом життя для всіх охочих неможливо без бібліотек: бібліотек навчальних закладів і публічних книгозбірень.

На сьогодні бібліотеки зарекомендували себе як майданчики для надання освітніх послуг громадянам різних вікових категорій. До таких послуг можна зарахувати:

- курси комп'ютерної грамотності;
- пошук роботи і е-урядування;
- кіноклуби медіапросвіти з прав людини Docuday.ua [2]

Номенклатура освітніх послуг, які надають сучасні українські бібліотеки, розширюється.

2020 року бібліотеки стали першими хабами проєкту «Дія. Цифрова освіта», який стартував в Україні з 21 січня 2020 року. [8]

Серед різноманіття освітніх послуг, які надають бібліотеки України, важливе місце посідає медіаосвіта.

Медіаосвіту розглядають як частину основних прав кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження і права на інформацію, а також вагомий інструмент підтримки демократії, як частину освітнього процесу, спрямовану на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно-опосередковане спілкування, Інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Результатом медіаосвіти є підвищення рівня медіакомпетентності, медіаграмотності, що 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 [4].

*Аналіз останніх публікацій.* З огляду на те, що бібліотеки є установами, які мають усі можливості для того, щоб долучитись до формування медіаграмотного споживача інформації, 2019 року Академія української преси видала посібник «Практична медіаграмотність для бібліотек» [7].

Про медіаосвіту та медіаграмотність як один із напрямів роботи бібліотек ідеться в статті О. Є. Матвійчук. [5] Про медіаосвітню діяльність бібліотек йшлося на форумі 25Book Forum (20.09.2018). Журналісти та бібліотекарі з усієї країни обговорювали роль бібліотек у створенні неформальних освітніх програм із медіаграмотності [1].

Медіаосвітня діяльність перебуває у центрі уваги бібліографів, які укладають рекомендаційні бібліографічні посібники з цієї теми. Зокрема, 2018 року бібліографи Полтавської обласної універсальної наукової бібліотеки імені І. П. Котляревського уклали рекомендаційний бібліографічний покажчик «Медіакомпетентність – вміння для життя сучасної людини» [6].

*Постановка завдань дослідження.* Метою нашого дослідження є висвітлення практичного досвіду з організації медіаосвіти в процесі комунікативно-соціальної діяльності бібліотек (на прикладі роботи Полтавської обласної наукової універсальної бібліотеки імені І. П. Котляревського).

*Вклад основного матеріалу.* 21 квітня 2016 року Президія Національної академії педагогічних наук України схвалила нову редакцію «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні», в якій зазначається, що головною метою Концепції є сприяння розбудові в Україні ефективної системи медіаосвіти, що має стати фундаментом гуманітарної безпеки держави, розвитку і консолідації громадянського суспільства, протидії зовнішній інформаційній агресії, всебічно підготувати дітей і молодь до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формувати у громадян медіаінформаційну грамотність і медіакультуру відповідно до їхніх вікових, індивідуальних та інших особливостей. [3]

Концепція впровадження медіаосвіти в Україні реалізується у два етапи. Перший – експериментальний (2010–2016 роки), другий – укорінення медіаосвіти та стандартизації її змісту (2017–2020 роки).

Одним із завдань другого етапу є розроблення та апробація спеціальних бібліотечних програм з медіакультури та медіаінформаційної грамотності для дошкільників, учнів початкової, середньої та старшої школи, студентів, їхніх батьків і дорослого населення.

Зважаючи на положення Концепції, медіаосвітня діяльність Полтавської обласної універсальної наукової бібліотеки імені І. П. Котляревського спрямована на розроблення програм (тренінгів) для різних вікових категорій.

2020 року Бібліотека розпочала реалізацію проєкту «Будь в тренді: стань медіаграмотним», яка стала можливою завдяки тому, що три працівники бібліотеки отримали кваліфікацію «тренер з медіаграмотності»; двоє пройшли тренінги із медіаграмотності, які проводила Академія української преси; один працівник пройшов навчання на тренінгу з медіаграмотності, який організувала філія Суспільної служби України у Полтавській області.

У рамках медіаосвітнього проєкту розроблена програма трьох тренінгів:

- «Медіаграмотність на кожен день»;
- «Фактчекінг: школа пінкертонів початківців»;
- «Правила безпечного серфінгування в інтернет-просторі».

Бібліотечний медіаосвітній проєкт реалізується в межах Полтавської області.

На початок березня 2020 року тренінги з медіаграмотності були проведені для жителів Диканського, Карлівського, Машівського районів і в Опішнянській ОТГ.

Учасниками тренінгів були переважно працівники культури. І це дуже важливо. Адже й сьогодні у невеликих селах за відсутності Інтернету бібліотеки залишаються основним джерелом інформації і бібліотекар має не тільки надавати інформацію, але й формувати навички її «здорового споживання».

У рамках проєкту 2020 року заплановано провести близько 12 тренінгів.

Крім цього, медіаосвіта є одним із напрямків діяльності інформаційно-ресурсного центру «Window on America Poltava», який діє у Полтавській обласній універсальній науковій бібліотеці імені І. П. Котляревського. Так 27 лютого випускники програми FLEX Ukraine проводили тренінг із медіаграмотності.

Медіаосвітній проєкт «Будь в тренді: стань медіаграмотним» є першим кроком до створення Школи медіаграмотності, яка б функціонувала на базі Бібліотеки і дозволила об'єднати зусилля усіх організацій обласного центру, які працюють в медіаосвітньому напрямку.

*Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.* З огляду на те, що бібліотеки, трансформуючись в умовах мінливого світу, набувають ролі центрів безперервної

освіти, вони можуть активно долучатись до процесу організації медіаосвіти впродовж життя, реалізуючи власні проєкти в цій царині. Здійснюючи медіаосвітню діяльність, бібліотеки виховують користувачів, які мають навички критичного мислення та свідомого споживання інформації. Надалі бібліотеки можуть укладати і підтримувати партнерські стосунки з організаціями, які задіяні в галузі медіаосвіти. Це дозволить урізноманітнити програми тренінгів і охопити медіазнаннями більшу частину аудиторії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бібліотека як неформальна ланка медіаграмотності. Bookforum.ua : веб-сайт. URL: <https://bookforum.ua/biblioteka-yak-neformalna-lanka-mediagramotnosti/> (дата звернення: 1.03.2020).
2. Бояринова О. Бібліотеки і якісна освіта. День: веб-сайт. URL: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/suspilstvo/biblioteku-i-yakisna-osvita> (дата звенення: 1.03.2020).
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). Detector media : веб сайт. URL: [https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/) (дата звернення: 1.03.2020).
4. Кулик Є. В. Бібліотечні засоби формування медіаграмотності юнацтва та молоді. Сучасні інформаційні технології в бібліотечній справі: зб. наукових матеріалів V міжнародної конференції молодих учених «Молодь. Наука. Інновації» 15 травня 2014 року. URL: <http://nbuviar.gov.ua/images/fpu/Inovacii.pdf> (дата звернення: 1.03.2020).
5. Матвійчук О. Є. Медіаосвіта та медіаграмотність, як один із напрямків роботи сучасних бібліотек. URL: [http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/22359/2/O\\_Matviichuk\\_Ukr\\_konf\\_23\\_09\\_16\\_IPPO.pdf](http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/22359/2/O_Matviichuk_Ukr_konf_23_09_16_IPPO.pdf) (дата звернення: 1.03.2020).
6. Медіакомпетентність – вміння для життя сучасної людини: рекомендаційний бібліографічний покажчик / Департамент культури і туризму Полтавської обласної державної адміністрації, ПОУНБ ім. І. П. Котляревського, бібліографічний відділ; уклад. О. М. Войцехівська, В. А. Лашко ; ред. К. М. Щира ; відп. за вип. Л. М. Власенко. Полтава : ПОУНБ, 2018. 50 с.
7. Практична медіаграмотність для бібліотек / Власюк О.В, Потапова В. І., Срібна І. ; за ред. Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. Київ : АУП, ЦВП, 2019. 61 с.
8. Українців навчатимуть цифрової грамотності у бібліотеках. Media sapiens: веб-сайт. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/24062/2020-01-13-ukraintsiv-navchatimut-tsifrovoi-gramotnosti-u-bibliotekakh/> (дата звернення: 1.03.2020).

*The article deals with the actual topic of the study of the role of libraries in the organization of lifelong media education. To date, libraries have proven themselves as playgrounds for providing various educational services to citizens of different ages. They are powerful news centers and non-profit community centers that can actively provide quality media education services. The media education of libraries promotes the conscious consumption of information and meets the ethical standards of library staff. The author highlights the main directions of the project «Be on trend: Become a media literate» at the IP Kotlyarevsky Poltava Regional Universal Scientific Library and focuses on training librarians to carry out media outreach events.*

**Keywords:** *lifelong learning, library, media education, adult media education, project.*

**Тетяна Махиня**

професор кафедри педагогіки, адміністрування і соціальної роботи

Навчально-наукового інституту менеджменту та психології, Державний заклад вищої освіти «Університет менеджменту освіти»

Національної академії педагогічних наук України

## **КОМУНІКАЦІЇ ЗАКЛАДУ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ: ПЕРЕВАГИ, ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ**

*У статті увага зосереджується на перевагах, проблемах та можливостях комунікації закладу загальної середньої освіти у соціальних мережах. Зазначається, що в умовах запровадження інституційного аудиту закладів загальної середньої освіти заклад освіти має оприлюднювати інформацію про свою діяльність на відкритих загальнодоступних ресурсах, серед яких особливу увагу у нашому дослідженні приділено можливостям Facebook. Проведено контент-аналіз сторінок та груп закладів освіти Facebook з метою висвітлити найбільш яскраві приклади консолідації учасників закладу освіти в інтерактивній взаємодії у досягненні спільних суспільно важливих інтересів. Наведено практичні поради успішної комунікації закладу загальної середньої освіти у соціальних мережах та алгоритм висвітлення подій при настанні непередбачуваних чи навіть неприємні для закладу освіти події. Також представлено негативні приклади розповсюдження інформації у соціальних мережах, обумовлені низькою медіаграмотністю учасників освітнього процесу.*

**Ключові слова:** заклад загальної середньої освіти, комунікація, взаємодія, соціальні мережі, Facebook, інституційний аудит, консолідація учасників закладу освіти, інтерактивність, інформаційна відкритість, інформаційна безпека, медіаграмотність.

**Постановка проблеми.** З 2020 року для закладів загальної середньої освіти замість атестації запроваджується новий підхід до забезпечення якості шкільної освіти – інституційний аудит. Відтепер оцінювання освітніх і управлінських процесів закладу освіти та внутрішньої системи забезпечення якості освіти буде здійснюватися відповідно до затвердженого наказом МОН України № 17 від 09.01.2019 «Порядку проведення інституційного аудиту закладів загальної середньої освіти» за такими напрямками як освітнє середовище, оцінювання учнів, педагогічна діяльність та управлінські процеси.

Одним із критеріїв дієвої внутрішньої системи забезпечення якості освіти у закладі загальної середньої освіти є комунікація між педагогічними працівниками і батьками здобувачів освіти з питань організації освітнього процесу, яка може відбуватись у різних формах від індивідуальних зустрічей та бесід до он-лайн комунікації за допомогою соціальних мереж або інтерактивної інтернет-платформи.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проаналізувавши останні дослідження і публікації зазначимо, що окремі науково-теоретичні основи обґрунтування використання соціальних мереж як форми сучасної комунікації в інформаційному суспільстві та освіті, зокрема, досліджено у наукових публікаціях М. Безбогової, С. Бирик, Р. Гуревич, Ю. Данька, О. Довженко, С. Івашкової, К. Когана, Д. Ломакіна, Г. Почепцова, Ш. Прімбса, В. Ризуна, І. Шахіної, А. Яцишина та інших. Проте, розвиток комунікацій закладу загального середнього закладу освіти у соціальних мережах, розширення мережевих спільнот і застарілі схеми регулювання віртуальних соціальних зв'язків вимагають глибокого переосмислення з метою вивчення їх впливу на стан взаємодії учасників освітнього процесу в цілому.



**Мета дослідження** – проаналізувати переваги, проблеми і перспектики комунікацій закладу загальної середньої освіти у соціальних мережах.

**Виклад основного матеріалу.** Сучасний інформаційний простір, кількість користувачів якого невпинно зростає (за даними Factum Group Ukraine за 3 квартал 2019 року доля регулярних користувачів Інтернет в Україні становить 22,96 млн або 71% населення), з одного боку дуже ускладнює процес комунікації, з іншого – надає безліч можливостей, яких раніше не було. Мережева комунікація в Facebook, Instagram, Telegram, Twitter, YouTube тощо набувають все більшої популярності, вийшовши за рамки особистого спілкування, виступають найбільш доступним і зручним засобом комунікації за допомогою якого велика кількість користувачів Інтернет отримує додаткові можливості у спілкуванні, розбудові власного бренду та стають потужними комунікаційними платформами для державних та громадських організацій.

На відміну від офіційних сайтів закладів загальної середньої освіти, які потребують більш професійної підготовки до оновлення інформації на ньому та налагодженні зворотного зв'язку, сторінки закладів у соціальних мережах мають свої особливості, які зумовлені властивостями електронної комунікації – оперативність розповсюдження інформації, доступність, спрощений пошук цільової аудиторії, легкість налаштування зворотного зв'язку тощо. Вони мають свою структуру, організаційно-технологічні параметри, що впливають на характер соціальних зв'язків, а також є елементом механізму конструювання комунікативного простору сучасного суспільства, виконують низку функцій, створюючи ціннісний базис свого існування [7].

З урахуванням того факту, що за даними Factum Group Ukraine за грудень 2019 року найбільш популярною мережею в Україні залишається Facebook (становить 30%, що відповідає 13 млн осіб та становить 0,7% від світової аудиторії), побудуємо наше дослідження на контент-аналізі присутності закладів загальної середньої освіти саме у цій мережі, не вдаючись у відмінності між сторінкою чи групою Facebook школи.

У Facebook представлено величезну кількість офіційних сторінок закладів освіти, їх підрозділів, а також науково-педагогічних та педагогічних працівників, що мають переважно до 1000 учасників. Зокрема, Київська гімназія східних мов № 1 має 2700 підписників при тому, що гімназійна родина об'єднує понад 1100 учнів та 118 педагогів (за даними на 01.09.2019 сайту гімназії), у той час, як на особистій сторінці директора закладу Оксани Проскури вийшов ліміт друзів за 5 тисяч. Гімназійна родина Введенської гімназії № 107, яка налічує 965 учнів (станом на 01.09.2019 р.) та 99 педагогічних працівників (05.01.2020 р.), з 20 вересня 2015 року об'єднала на теренах соціальної мережі 1,5 тисячі активних учасників у загальнодоступній групі, а особиста сторінка директора школи Катерини Спітковської становить більше 2100 підписників.

У своєму посібнику «Соціальні медіа для журналістів. Редакційна робота з Facebook, Twitter & Co» Ш. Прімбс визначає основні потреби користувачів у соціальних мережах:

- управління стосунками від фейсбучного знайомства як заміни обміну візитівками до тісних контактів у сімейній спільноті чи спільноті друзів;
- управління інформацією шляхом фільтрування новин та актуальної інформації, базуючись на уподобаннях користувача через друзів та підписки;
- управління власною ідентичністю шляхом формування персонального бренду [11].

Виходячи із вищевикладеного, фоловер сторінки закладу освіти чи керівника школи, самостійно приєднавшись до шкільної спільноти у соціальній мережі, має можливість:

- налагоджувати контакти між учасниками освітнього процесу та можливість самостійно припинити спілкування у будь-який момент і без пояснень;
- налаштувати постійний доступ до інформації про новини діяльності закладу освіти завдяки особливостям роботи пошукових алгоритмів соціальних мереж;
- сформуванню власного ставлення до тих чи інших подій в освітній галузі, спираючись на думку експертів найбільш авторитетних освітніх брендів: в умовах великих масивів інформації щодо освітніх реформ, яку повідомляють тисячі джерел, актуальним для фоловерів стає, власне, не сама інформація, а, безпосередньо, ставлення до неї експертів конкретного закладу освіти та бачення подальшого розвитку подій.



Таким чином, для керівника закладу освіти присутність у соціальній мережі особисто чи через сторінку закладу дозволяє оперативно інформувати учасників освітнього процесу із життям організації, цілеспрямовано управляти потоками різноманітної інформації, впливати на їх свідомість та світогляд тим самим перетворюючи батьків із «читачів/спостерігачів» на активних співпереживачів / шанувальників чи навпаки, проте обізнаність гарантує зменшення негативних проявів індивідуальної автономії.

Повертаючись до посібника Ш. Прімбса, треба наголосити на ролі шанувальників. «Справжні шанувальники – це щось набагато більше, ніж читачі / слухачі / глядачі / цільова група: шанувальники взаємодіють. Шанувальники готові щось зробити для об'єкта вашого поклоніння. Шанувальники першими надсилають фотографії, коли ви оголошуєте фотоконкурс. Шанувальники пишуть перші коментарі під вашими дописами, ламаючи цим кригу. Шанувальники ставлять тролів на місце – і цим звільняють вас від неприємної роботи. Шанувальники також будуть на вашому боці, коли на вас виливається шітсторм. Вони забезпечують розваги за столом постійних відвідувачів у вашій спільноті. І вони дають вам матеріал, з яким ви знову можете працювати» [11, 126-127].

Ефективність комунікацій у мережі виявляється через високий рівень довіри всередині мережі, на протигагу недовіри до сторонніх учасників; наявність об'єднаних ідеологій/ релігії/стилю життя, що дозволяє діяти спільно; адресністю повідомлень, що дозволяє отримати його саме тому, хто його реально потребує, на відміну від комунікації з масовою, але пасивною аудиторією у випадку традиційних ЗМІ [10]. Мова йде про механізми функціонування груп, що забезпечують інтеграцію індивідуальних дій у спільній груповій діяльності та спілкуванні.

Однією із критично значущих складових управлінського процесу у закладі освіти є інформування учасників освітнього процесу та громади про свою діяльність на відкритих загальнодоступних ресурсах [1].

Без оперативного та повного інформування неможливо створити та підтримувати довіру до роботи закладу, що є обов'язковою умовою для ефективної освітньої діяльності. Саме тому керівництво має організовувати діяльність закладу освіти на умовах інформаційної відкритості та комунікації з учасниками освітнього процесу і громадою».

Інформаційна відкритість забезпечується наявністю у закладі освіти майданчиків для інформування учасників освітнього процесу, у тому числі соціальних мережах. Про що саме і як саме інформувати додатково – вирішує сам заклад освіти. Головний принцип інформування – повідомляти про те, що важливо, насамперед для батьків, які є найбільш зацікавленою та критично налаштованою аудиторією.

Задля того, щоб освітні управлінці на місцях вміли швидко, правильно і чітко інформувати про зміни та успіхи, які зараз відбуваються в освітній галузі, не боятися критики та вміли обернути собі на користь кризові ситуації громадською організацією «Смарт Освіта» було розроблено відкритий безкоштовний он-лайн курс «Ефективні комунікації для освітніх управлінців» на онлайн-платформі EdEra, який за 10 місяців 2019-го року переглянуло 4 400 людей [6].

Для того, щоб бути успішними комунікаторами в сучасному інформаційному просторі його розробниці пропонують:

- бути наполегливими та послідовними в донесенні своїх думок, ідей та фактів: аудиторія буде вдячна за точну навігацію в хаосі освітньої інформації;
- щоб бути почутим, повторювати повідомлення багато разів різних форматах через інтерв'ю, подію, фото, інфографіку тощо;
- знати, що турбує та що цікавить ваші аудиторії, та будувати свою діяльність і комунікацію з урахуванням цього;
- завжди тримати у фокусі зусилля та ресурси на місці закладу;
- концентруватися на простоті й доступності повідомлень;
- мати унікальні історії, що надихають;
- максимально наблизитися до своїх аудиторій.

Багато уваги у курсі приділяється антикризовим комунікаціям, мета яких одразу і рішуче відмовитися від спроб приховувати будь-які непередбачувані чи навіть неприємні для закладу освіти події: всеохоплююче проникнення у суспільне життя сучасних засобів комунікації робить абсолютно неможливим будь-яке приховування інформації. Слід пам'ятати один із важливих принципів суспільної комунікації: хто першим повідомив про подію, той значною мірою і визначає подальший розвиток її медійного висвітлення.

Повідомлення про непередбачувану подію має складатися із трьох обов'язкових компонентів, які надають відповідь на наступні запитання:

- «що сталося?» – надаємо повну інформацію про подію, одразу блокуючи або принаймні суттєво зменшуючи можливості недостовірного інформування з цього приводу;

- «що ми робимо?» – школа демонструє свою активну позицію у вирішенні проблеми, яких вжито заходів, щоб усунути проблему, кого додатково було залучено та поінформовано;

- «чого очікувати?» – знімаємо або принаймні суттєво зменшуємо некомфортний для людини стан невизначеності, показуємо найбільш можливі шляхи розвитку події.

Наприкінці, звичайно, треба обов'язково повідомити про те, як вирішено проблему. При цьому також треба бути відвертими – і якщо проблему на шкільному рівні остаточно вирішити неможливо через певні причини – треба обов'язково повідомити про це і проінформувати про подальші дії щодо її вирішення [1].

Оскільки інформування та комунікація базуються на процесах розповсюдження та обміну інформацією, дуже важливо знати, як здійснюються ці процеси і як можна їх ефективно організувати. Побудова якісного інформування учасників освітнього процесу та громади багато в чому може посприяти підвищенню рівня медіаграмотності керівництва та педагогічних працівників закладу.

Головна особливість соціальних мереж – інтерактивність. Відтак, соціальні мережі виступають одночасно сервісом для взаємодії окремих індивідів (лідерів думок, шанувальників закладу освіти) та спілкування великих соціальних груп. У зв'язку з великим обсягом залучених користувачів можна вважати цю середу досить потужним інструментом для підтримки освітніх змін та роз'яснення реформ, механізмом конструювання комунікативного простору та консолідації сучасного суспільства.

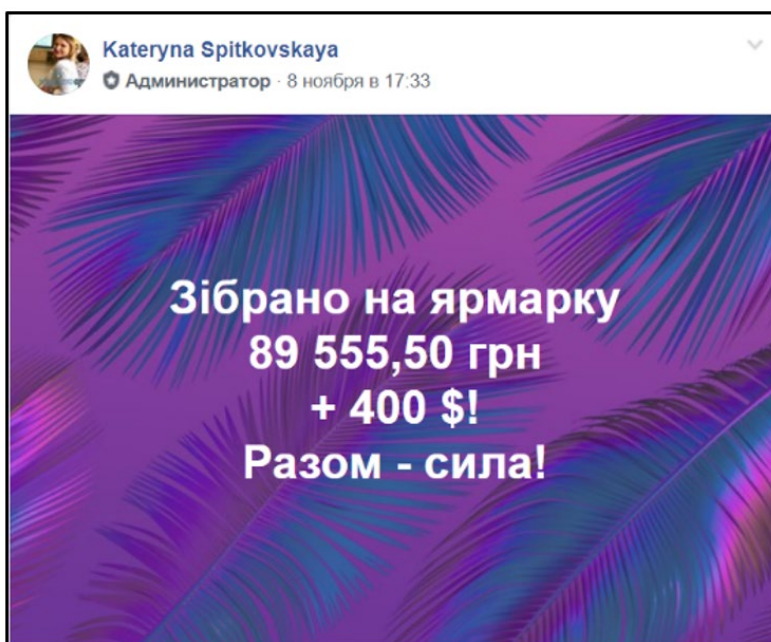
Наведемо найбільш вдалі приклади консолідації учасників закладу освіти в інтерактивній взаємодії у досягненні спільних інтересів. По-перше, треба відзначити, що стрічки новин шкіл у соціальних мережах стали більш емоційними та яскраво проілюстрованими, їх увага зосереджується на нових підходах в організації освітнього процесу: очевидно, що школа більшою мірою не лише місце, де учні набувають теоретичні знання з певних дисциплін за новими формами та методами навчання, а й середовище, де вони навчаються взаємодії із суспільством та ефективно управляти своїм часом.

Учні разом із батьками залучаються до вирішення суспільно важливих проблем – допомога і підтримка воїнів АТО, дітей-сиріт, людей похилого віку, сільських бібліотек, лікарень, безпритульних тварин тощо. Як показує контент-аналіз сторінок та загальнодоступних груп закладів загальної середньої освіти у Facebook, адміністрація шкіл вдається саме до соціальних мереж як найбільш дієвого інструменту організації відповідної роботи та подальшого звітування про неї (Рис. 1.). Завдяки алгоритмам Facebook, інформація про заходи, в яких брали участь учасники освітнього процесу постійно майорить у них у стрічці і дозволяє переоцінити цінності батьків, приєднавшись до соціально важливих проектів, у яких беруть участь їх діти; змінити ставлення до благочинності та меценатства.



*Рис. 1. Скрін зі сторінки гімназії А+ про результати допомоги притулку для тварин «Сіріус»*

дин до декількох днів, а спрямувати кошти на реабілітацію і лікування нашого Нікити Остапенка, в якого попереду довге, щасливе і, безперечно, успішне ЖИТТЯ». Окрім того, було проведено ще серію благодійних ярмарків, кошти від яких пішли на реабілітацію, про результати якої постійно звітували як директор закладу, так і інші зацікавлені в одужанні хлопця у групі гімназії у Facebook (Рис. 2).



*Рис. 2. Скрін зі сторінки гімназії про результати збору коштів на благодійному ярмарку для реабілітації одного із учнів*

Необхідно відмітити неабияку роль соціальних мереж у наданні оперативної адресної підтримки безпосередньо учасникам освітнього процесу. Мова йде про залучення великого числа небайдужих людей до допомоги учасникам освітнього процесу, що потрапили у надзвичайні обставини – пожежа, аварія, оперативне лікування тощо. Така допомога через безпосередній особисті контакти у разі зменшує шахрайства і зневіру у благодійні організації.

Ще одним прикладом консолідації учасників освітнього процесу з використання соціальних мереж є налагодження успішної проектної діяльності, починаючи від конкурсів і завершуючи громадськими бюджетами, тематика освітніх проектів у яких спрямована переважно на ремонт чи облаштування території та приміщень навчальних закладів комунальної форми власності, а також створення творчого, розвивального чи інклюзивного середовища. Вирішальним тут стає об'єднання учасників освітнього процесу при голосуванні. Повертаючись до Київської гімназії східних мов № 1, можемо побачити неймовірний результат – он-лайн підтримка учня 11-А класу Андрія Ковбасюка, еди-



ного представника від України, на 12 Міжнародному конкурсі в Китаї «Міст китайської мови». Чітка комунікаційна стратегія голосування забезпечила учню 2 місце за премію популярності знавців китайської мови у світі (Рис. 3).

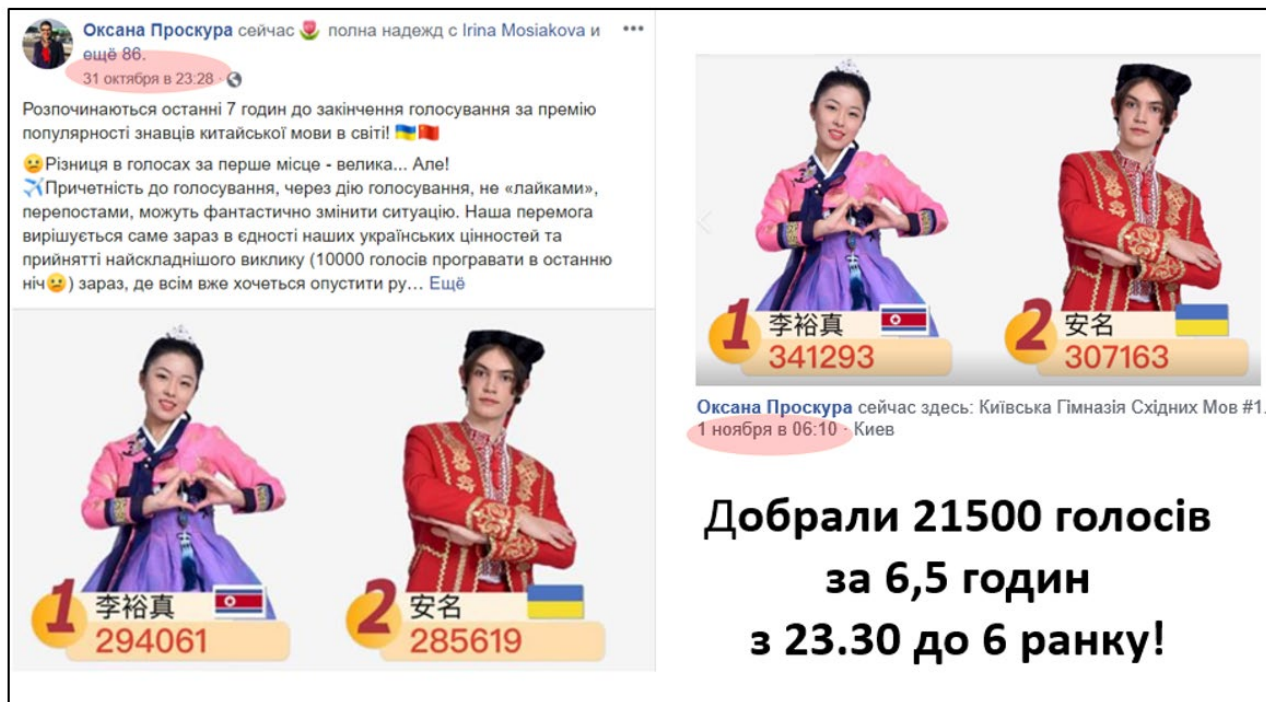


Рис. 3. Скріншоти голосування останніх 7 годин до закінчення голосування із сторінки директора Київської гімназії східних мов № 1 Оксани Проскури

Консолідація учасників освітнього процесу може також сприяти вирішенню кадрових проблем закладу освіти. Так, наприклад, користуючись тим, що чимало колег вже присутні у соціальних мережах, можна розміщувати оголошення про вакансії у спеціалізованих групах, які об'єднують вчителів та/або батьків через соціальні мережі. Прикладом є нещодавно створена група «Вакансії для освітян» у Facebook з метою розміщення повідомлень про наявні вакансії в закладах освіти та для вчителів, які прагнуть знайти роботу. За півтора роки свого існування, з липня 2018 року, група вже налічує більше 5,5 тисяч учасників та кожного дня поповнюється новими оголошеннями. Так само можна це робити і на особистих сторінках у соціальних мережах керівників шкіл та вчителів. Встановлено, якщо керівник має персональний бренд у мережі, то це на 77% підвищує шанси залучити та втримати цінних співробітників [12].

Перевагою сторінки закладу у соціальній мережі, на відміну від офіційного сайту, є наявність «розвантажувальної» інформації. Такою може стати надихаюча інфографіка чи веселі дописи, що сприяють не лише підняттю настоїв учасників спільноти, а й, «ненароком», навчають та виховують (Рис. 4).



Фото взято з сайту  
<https://www.pinterest.ca/pin/416231190561945515/?ip=true>



Фото взято з сайту  
[http://civilrightssociety.blogspot.com/2019/10/blog-post\\_25.html](http://civilrightssociety.blogspot.com/2019/10/blog-post_25.html)

Рис. 4. Надихаючі фото на сторінках та групах шкіл у Facebook

Соціальні мережі стають одним із провідних джерел інформації учасників освітнього процесу, засобом і особливим простором для комунікації, областю різних видів діяльності, відкривають великі можливості, що виявляються у користувачів Інтернету, та містить не менші загрози. Повний перелік переваг та недоліків віртуального спілкування для учасників освітнього процесу можна переглянути в авторській публікації «Чи є межі в соцмережі?» [9]. Свобода поширення інформації у соціальних мережах та спільнотах, незалежно від її змісту і якості, перетворює віртуальний Інтернет-простір у зону ризику для духовно-моральної сфери особистості, трансформуючи класичні цінності та формуючи нову віртуальну культуру [8]. При цьому, для забезпечення внутрішньої системи якості загальної середньої освіти у закладі мають бути створені умови для безпечного використання мережі Інтернет, а в учасників освітнього процесу мають бути сформовані безпечної поведінки в Інтернеті. Використання Інтернет-ресурсів – один із інструментів для навчання та викладання, однак він може створювати серйозні ризики для користувачів, якщо не дбати про безпечний доступ до мережі та не дотримуватись правил користування нею [1].

Властивість соціальних мереж у швидкому та оперативному розповсюдженні інформації має зворотній бік. Яскравим прикладом є розповсюдження батьками через соціальні мережі «безневинних» фейків на прохання адміністрації школи з благою метою попередження наслідків участі у іграх «Синій кіт», «Біжи або помри», «Момо», «Цукерки» і нова гра «Підстрибни!». Низька медіаграмотність учасників освітнього процесу, відсутність вміння розпізнавати ознаки фейкових новин, слабка установка на критичне сприйняття інформації сприяє випробуванню на батьках різного роду технологій вимірювання стану аудиторії та каналів розповсюдження інформації у соціальних мережах.

Інформаційна безпека має починатися з кожного учасника освітнього процесу, а особливо з боку адміністрації школи, та має стати щоденною звичкою аби ми не стали об'єктом розповсюдження фейків, інструментом впровадження брудних технологій, зручною іграшкою у грі маніпуляторів. Такі підсумки підводять у своїх постах українські медіапедагоги Інна Іва-



нова (розбір фейку «Цукерки», вересень 2018 року) та Світлана Ізбаш (розбір фейку «Підстрибни!», лютий 2020 року) і тим самим упереджують батьків від «реклами» таких ігор.

Треба зважити також на інші види небезпек, з якими можуть зустрітися учні при користуванні будь-якою мережею і які необхідно враховувати у політиці закладу:

- зміст (доступ до інформації, яка не призначена для дітей відповідного віку);
- поведінка (пропонування дій, які можуть загрожувати безпеці дітей, шахрайство);
- небезпечні контакти (спілкування через чати, файлообмінники, месенджери) [1].

Аби уникнути таких ризиків, заклад має сформувавти власну політику щодо безпечного користування мережею Інтернет, яка передбачає:

- наявність контент-фільтрів;
- наявність антивірусних програм та їх вчасне оновлення;
- користування Інтернет ресурсами під час навчальних занять під наглядом педагогів;
- моніторинг сторінки у соціальних мережах на предмет розміщення на них несанкціонованої інформації;
- забезпечення і педагогів, і учнів навчанням щодо безпечного користування мережею Інтернет та формування наскрізної інформаційно-цифрової компетентності;
- підвищення он-лайн культури спілкування учасників освітнього процесу;
- збереження персональних даних учасників освітнього процесу [1].

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Отже, наряду із перевагами комунікації закладу загальної середньої освіти у соціальних мережах, головними з яких є інтерактивність, оперативність та швидкість оповіщення одразу всіх учасників освітнього процесу, починаючи від організаційних питань і закінчуючи просвітницькими, мають ряд проблем, пов'язаних із низькою культурою спілкування он-лайн, безпекою в Інтернет, слабкою установкою на критичне сприйняття інформації та низькою медіаграмотністю значної частини освітян в цілому. Інформаційна безпека має починатися з кожного учасника освітнього процесу, а особливо з боку адміністрації закладу освіти, та має стати щоденною звичкою.

Проте, це ніякою мірою не принижує безмежні можливості використання комунікації школи у соціальних мережах через сторінку у Facebook. Серед них спрощений пошук цільової аудиторії, що дозволяє розширювати особистісні та професійні контакти між учасниками освітнього процесу. Через особливості роботи пошукових алгоритмів соціальних мереж цілеспрямовано управляти потоками різноманітної інформації у стрічці новин, впливаючи на свідомість та світогляд батьків, тим самим перетворюючи їх на активних учасників освітнього процесу. У зв'язку з великим обсягом залучених користувачів Facebook, можна вважати цю середу досить потужним механізмом антикризової комунікації, конструювання комунікативного простору та сучасного суспільства створює умови для консолідації всіх учасників освітнього процесу, їх бажання і здатності співпрацювати заради суспільного інтересу – допомоги і підтримки безпритульних тварин, хворих, соціально незахищених верств населення тощо; залучення великого числа небайдужих людей до адресної допомоги окремим учасникам освітнього процесу, що потрапили у складні обставини; налагодження успішної проектної діяльності та навіть вирішенню кадрових проблем закладу освіти.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Бобровський М. В., Горбачов С. І., Заплотинська О. О. Рекомендації до побудови внутрішньої системи забезпечення якості освіти у закладі загальної середньої освіти. – Київ, Державна служба якості освіти, 2019 – 240 с. URL: [https://nus.org.ua/wp-content/uploads/2019/08/Abetka\\_dlya\\_dyrektora\\_15.08.2019.pdf](https://nus.org.ua/wp-content/uploads/2019/08/Abetka_dlya_dyrektora_15.08.2019.pdf) (дата звернення: 12.02.2020).
2. Від керівника до лідера: практичні поради для директорів шкіл та керівників відділів освіти. Центр Інноваційної Освіти «Про.Світ». 2019. 60 с. URL: [https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/521/12.2019.pdf?fbclid=IwAR1\\_\\_uuG7CtLS9-9bmxgHzwP6ekJyNZJbAz0PBArhDkmKfuH95thpbciU](https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/521/12.2019.pdf?fbclid=IwAR1__uuG7CtLS9-9bmxgHzwP6ekJyNZJbAz0PBArhDkmKfuH95thpbciU) (дата звернення: 28.12.2019).

3. Данько Ю. А. Астротурфінг як інструмент віртуальної маніпуляції та політичної пропаганди в умовах інформаційної доби. Сучасне суспільство. – 2015. – Вип. 2(1). – С. 38-49. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/cuc\\_2015\\_2\(1\)\\_6](http://nbuv.gov.ua/UJRN/cuc_2015_2(1)_6)
4. Директор школи – нові виклики та можливості. Їржі Трунда, Вацлав Троян, Каміл Бржіза, Євгенія Бачинська, Віктор Громовий, Олександр Ковтун, Віра Рогова, Галина Усатенко. 2018. 240 с. URL: [https://www.amo.cz/wp-content/uploads/2018/02/school-management\\_ukraine\\_spreads\\_A5\\_2018\\_web\\_02.pdf](https://www.amo.cz/wp-content/uploads/2018/02/school-management_ukraine_spreads_A5_2018_web_02.pdf) (дата звернення: 25.09.2019)
5. Довженко О. Як подружити школу із соціальними медіа URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/16572/2016-05-10-yak-podruzhati-shkolu-iz-sotsialnimi-media/> (дата звернення: 16.02.2020)
6. Коберник І., Краснова К. Ефективні комунікації для освітніх управлінців : посібник. К. : Смарт освіта, 2019. 72 с. URL: <https://osvitoria.media/opinions/yak-vchytelyu-stvoryty-personalnyj-brend-pokrokovaya-instruktsiya/> (дата звернення: 16.01.2020)
7. Коган К. М. Соціальні мережі як елемент нового соціального середовища. Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент : збірник наукових праць / Ред. кол. : Євтух В. Б. (гол. ред.). Київ : ТОВ «НВП «Інтерсервіс», 2014. Вип. 16. С. 61-71. URL: <http://enpuiir.npu.edu.ua/handle/123456789/6197> (дата звернення: 16.02.2020)
8. Махиня Т. А. Трансформація цінностей учасників освітнього процесу у віртуальній культурі соціальних мереж. Теорія та методика управління освітою. Електронне наукове фахове видання. 2017. Випуск 2 (20). URL: <http://umo.edu.ua/katalogh-vidanj/electronic-journal-theory-and-methods-of-educational-management-edition-2-20-2017>
9. Махиня Т. А. Чи є межі в соцмережі? або Нетикет учасників освітнього процесу / Тетяна Махиня // Заступник директора школи. – 2018. – № 7. – С. 28-36
10. Почепцов Г. Контроль над розумом. К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2012. 350 с/
11. Прімбс Ш. Соціальні медіа для журналістів. Редакційна робота з Facebook, Twitter & Co / За загал. ред. В. Ф. Іванова, Пер. з нім. В. Климченко. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2018. 198 с.
12. Як вчителю створити персональний бренд: покрокова інструкція URL: <https://osvitoria.media/opinions/yak-vchytelyu-stvoryty-personalnyj-brend-pokrokovaya-instruktsiya/> (дата звернення: 24.01.2020)

*The article focuses on the advantages, problems and opportunities for school communications on social media. It is noted that in the context of the State Inspectorate introduction the school should publish information on its activities at open public resources the special attention of which is paid to Facebook capabilities within the research. A content analysis of Facebook pages and groups of educational institutions was conducted in order to highlight the most striking instances of consolidation of educational institution participants in interactive communication seeking for common socially important interests. Practical suggestions are exemplified for successful communication of general secondary educational institutions in social media as well as an algorithm for event coverage under unforeseen or unfortunate situation emergency in the educational institution. There are also negative examples of information dissemination on social media due to the low media literacy among participants of the education process.*

**Keywords:** *general educational institution, communication, interaction, social media, Facebook, State Inspectorate, consolidation of educational institution participants, interactivity, information transparency, information security, media competence.*

### **Ірина Сорока**

заступник директора з навчально-виховної та виховної роботи  
Рівненський навчально-виховний комплекс  
«Загальноосвітній навчальний заклад I-III ступенів – дошкільний навчальний заклад № 14»  
Рівненської міської ради

### **Іванна Дашкель**

заступник директора з навчально-виховної та виховної роботи  
Рівненський навчально-виховний комплекс  
«Загальноосвітній навчальний заклад I-III ступенів – дошкільний навчальний заклад № 14»  
Рівненської міської ради

## **ГЛОКАЛІЗАЦІЯ НАВИЧОК КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ В ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ**

**Постановка проблеми.** Особливе місце в сучасному світі коли маніпулюють інформацією посідає критичне мислення. Новим позитивним трендом сучасного світу стало поняття глокальності – зв'язку між локальним і глобальним. Прагнення людини до досягнення усвідомленої взаємодії з інформаційним середовищем та гармонійного перебування в ньому робить актуальним питання глокалізації навичок критичного мислення в школах. Тобто мова йде про розвиток критичного мислення школяра у форматі сполуки освітньо-виховної роботи (глобально) та діяльності органу учнівського самоврядування (локально). Визначено стратегію реорганізації органу учнівського самоврядування через призму медіаосвіти. Доведено, що перезавантаження системи учнівського самоврядування дозволяє учасникам освітнього процесу застосувати навички критичного мислення на практиці.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спирається автор; виділення нерозв'язаних частин загальної проблеми, які розкриває ця стаття.** Уміння критично мислити постійно зростає в ціні. Якщо ми не будемо впроваджувати критичне мислення в навчальний процес, то наші учні будуть поступатися в конкурентній боротьбі [3].

Відповідно до Закону України «Про Освіту» Нова Українська школа формує одинадцять ключових компетентностей, а спільними для усіх компетентностей є наскрізні вміння серед яких – вміння критично мислити.

Отож у Новій українській школі учителі розвивають критичне мислення учнів початкової школи. Разом з тим Типова освітня програма початкової школи передбачає змістову лінію “Досліджуємо медіа”, відповідно до якої учні мають набути навичок медіаграмотної людини. Відомо, що критичне мислення є складовою навичок медіаграмотної людини. Не всі педагоги готові до таких змін та мають багаж практичних вправ для розвитку медіакомпетентності та критичного мислення.

Критичне мислення використовується для вирішення конкретних ситуативних завдань, а це передусім практичне мислення. “Це мислення, – стверджують Н. Шульдик та Г. Шульдик, – в дії, для дії і діями. Воно конкретне, так як “підігнане” до конкретних обставин діяльності” [6].

На думку професора С. Щерби, критичність неодмінна супутниця творчості, критичне мислення обов'язково є продуктивним [7]. Розглядаючи властивості критичного мислення, на цій обставині наголошує й Т. Цигульська, вона навіть називає його критичне творче мислення

[5]. Про це стверджує й президент Асоціації кіноосвіти і медіапедагогіки А. Федоров: «Однак провести чітку межу між критичним і творчим мисленням складно» [4]. Цю особливість відзначають І. Загашев та С. Заїр-Бек: «Критичне і творче мислення розвивають у синтезі, взаємообумовлено» [1]. Можна стверджувати, що визнання творчості як складової критичного мислення є загальноновизнаним положенням.

Елементи критичної моделі потрібні в Україні. Творча модель вважається сьогодні в усьому світі найбільш ефективною: створюючи власну медіапродукцію, дитина найкраще розуміє механізми впливу медіа, критичніше починає ставитись до іншої медіа продукції, і при цьому не пригнічується, а навпаки, наснажується процесом навчання. [2]

В освітньому процесі розвиток критичного мислення здійснюється вчителями-предметниками. Педагог, в межах уроків з різних дисциплін, має велику кількість освітніх завдань, і розвиток критичного мислення, як і медіаграмотності, відбувається фрагментарно, в більшості завдяки його ентузіазму. Учасники освітнього процесу мають спільні творчі завдання в межах класу і це їх об'єднує. Постановка спільних завдань в межах закладу забезпечує ширші можливості для висновків, узагальнень, порівнянь, а отже покращує розвиток критичного мислення.

**Постановка завдань дослідження.** Завдання дослідження поділяються на два етапи.

Перший етап: створити власний медіапростір закладу через перезавантаження системи учнівського самоврядування.

Други етап: дослідити вплив створеного медіа простору на формування критичного мислення учасників освітнього процесу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Концепція Нової української школи передбачає новий зміст освіти, заснований на формуванні компетентностей, потрібних для успішної самореалізації в суспільстві. Випускник освітнього закладу повинен бути особистістю, патріотом, інноватором. Таким чином, сучасна школа повинна дати учням не тільки певні знання, уміння й навички, а й виховати соціально адаптовану та громадсько-орієнтовану особистість, яка успішно займе своє місце в житті. Саме в закладі освіти учням необхідно дати знання та сформувати вміння орієнтуватися в безлічі співтовариств, робити правильний вибір, бо в шкільному віці формується громадський світогляд дитини, соціальні і громадянські компетентності: усі форми поведінки, які потрібні для ефективної та конструктивної участі у громадському житті, на роботі, уміння працювати з іншими на результат, попереджати і розв'язувати конфлікти, досягати компромісів.

Однією з найбільш ефективних моделей залучення школярів до громадського життя є учнівське самоврядування. Діти на практиці вчать демократії: маючи право голосу в керівництві закладом, вони можуть впливати на рішення, які стосуються безпосередньо їх, організовувати життєдіяльність у закладі освіти. Критеріями розвитку учнівського самоврядування є включення учнів у загальне керування школою, здійснення поточного і стратегічного планування діяльності, свідомість відповідальності за реалізацію спільних цілей. Тому в час реформування освіти в Україні та визначення особливих підходів до управління освітнім закладом, питання розвитку учнівського самоврядування залишається актуальним.

Сучасна молодь прагне долучатися до усіх демократичних процесів, в тому числі й до діяльності в органах учнівського самоврядування, але часто в ході роботи учням стає важко, нецікаво, вони не бачать результатів своєї діяльності і починають вважати її беззмістовною. В таких випадках шкільна демократія починає функціонувати лише формально, а це означає, що настав час реформ. Модернізація, удосконалення, збільшення ефективності роботи учнівських об'єднань в рамках змін усієї системи освіти лягає на плечі закладів освіти.

У самій структурі УС щось докорінно змінити неможливо та й не потрібно. Варто лише врахувати вимоги сьогодення і забезпечити чітку взаємодію між структурними підрозділами учнівського самоврядування, швидкий обмін інформацією між виконавчим органом УС, учнівським, вчительським, батьківським колективами.

Створити таку широко розвинену систему органу учнівського самоуправління можливо лише використовуючи інноваційні форми і методи, насамперед, через залучення сучасних



інформаційних технологій. Тому обов'язковою умовою реорганізації учнівського самоврядування є впровадження медіаосвіти в закладі та створення розгалуженої інформаційної системи. Це дасть можливість лідерам УС анонсувати свої заходи, залучати охочих, висвітлювати результати роботи, а усім учасникам освітнього процесу знати, що відбувається в закладі, ділитися ідеями, оперативно відгукуватися на пропозиції участі в заходах відповідно до своїх бажань, можливостей та здібностей. Це спонукатиме учнів включатися у різноманітну діяльність закладу; масово долучатися учнів до організаторської роботи, до управління справами колективу.

Отже, структуру учнівського самоврядування можна оновити, створивши підрозділ, який відповідатиме за швидку передачу, обробку, отримання інформації та підрозділ, який створюватиме медіапродукти з анонсами, рекламами, звітами тощо.

Такими структурними підрозділами можуть стати медіавідділ та міжструктурний підрозділ – PR-центр.

#### **Завдання PR-центру:**

- організація створення інформаційної мережі учнівського самоврядування;
- контроль за інформаційним потоком (передача, обробка, сортування інформації); аналіз запитів, пропозицій, скарг;
- вчасне поширення інформації між відділами;
- налагодження контактів з установами, організаціями міста, з громадою мікрорайону з метою визначення потреб реалізації локальних проєктів;
- створення і поширення оголошень, пресрелізів тощо.

#### **Завдання медіавідділу:**

- створювати медіапродукти: статті, репортажі, відеоролики, рекламу, анонси, постери, банери тощо);
- забезпечувати фото – та відеозйомку заходів, що проводяться в освітньому закладі;
- здійснення пропаганди інформаційної грамотності та медіаграмотності;
- ведення блогів, вебсторінок виконавчого органу учнівського самоврядування у соцмережах;
- контроль за оновленням інформації у вкладці «Учнівське самоврядування» на шкільному сайті.

Як уже зазначалося, учнівське самоврядування може бути ефективним лише в разі швидкої та чіткої взаємодії всіх учасників освітнього процесу. З цією метою в закладі має бути створена інформаційна мережа, організація створення якої є функціональним обов'язком PR-центру.

#### **Алгоритм створення інформаційної мережі:**

1. Обрання єдиного месенджера – програми, мобільного додатка або веб-сервісу для миттєвого обміну повідомленнями (Telegram, Viber, WhatsApp, Signal тощо).
2. Створення головою учнівського самоврядування групи керівників відділів в обраному месенджері, до якої входять голова і керівники відділів виконавчого органу учнівського самоврядування, секретар).
3. Створення в месенджері груп кожного структурного підрозділу, до яких входять керівники відділів та активісти.
4. Створення старостами в месенджері груп кожного класу.

Тобто поширення інформації йде таким шляхом: учень – староста – керівники відділів – структурний підрозділ (відділ).

Окрім того, PR-центр відповідає за створення вебсторінок учнівського самоврядування, на яких можна розміщувати медіапродукти, створені медіавідділом.

Обов'язковою умовою створення інформаційної мережі є функціонування вкладки «Учнівське самоврядування» на сайті закладу та можливість висвітлювати роботу у вкладці «Новини».

Якщо є умови, в освітньому закладі слід створити медіацентр і залучати до його функціонування учнівський актив. Це сприяє розвитку творчих здібностей учнів, формуванню відповідальності за поширену інформацію, розвитку наскрізних умінь.

Серед ключових компетентностей, визначених Законом України «Про освіту» є інформаційно-комунікаційна. Тому в процесі створення інформаційної мережі необхідно пам'ятати, що медіаграмотність є необхідним умінням сучасної особистості. Медіаосвіта є вимогою сьогодення і обов'язком освітнього закладу.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.** У закладі функціонує оптимальна дієва структура учнівського самоврядування. Створено комплексну інформаційну систему (медіапростір) для комунікації учнівського колективу між собою, з вчителями, батьками, громадою. Оновлено форми та методи діяльності учнівського самоврядування, що сприяє ширшому залученню дітей до роботи в ньому. Забезпечено комплексний виховний вплив на учнів шляхом мотивації їх до усвідомленої і систематичної участі у вирішенні важливих питань життя класу, закладу, громади. Забезпечується розкриття, самовдосконалення, самореалізація особистості учня, його моральне й духовне зростання. Формуються лідерські якості підлітків, ініціативність, організаторські навички; вміння налагоджувати взаємодію, співпрацю на принципах партнерства; здатність приймати нестандартні рішення та нести за них відповідальність. Крім того, формується особистість школяра з глибоко усвідомленою громадянською позицією. Запрацювали педагогічно-ділові стосунки між педагогами-консультантами й учнями, відповідальними за певний напрям роботи, що покращило якість освітніх послуг педагогів. Впроваджено практику здійснення проектів соціального, екологічного, культурологічного характеру, що підвищує престиж закладу серед громади.

Навчальний заклад формується як громадсько активна школа. Виконано перший етап завдань.

Розпочато дослідження про вплив створеного медіа простору на формування критичного мислення учасників освітнього процесу.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Загашев И. О. Критическое мышление: технология развития / Загашев И. О., Заир-Бек С. И. — СПб. : Издательство «Альянс «Дельта», 2003. — 284 с.
2. Найдьонова Л.А. Медіаосвіта в Україні: особливості реалізації соціально-психологічної моделі. — Шкільний бібліотечно-інформаційний центр. — №4. — 2013. — с. 91-97
3. Терно С. Критично мисляча особистість: як нею стати? // Історія в рідній школі. — 2018. — № 11. — С. 2-5
4. Федоров А. В. Развитие критического мышления в медиаобразовании: основные понятия / Федоров А. В. // Инновации в образовании. — 2007. — № 4. — С. 30-47.
5. Цигульська Т. Ф. Загальна та прикладна психологія. Як допомогти собі та іншим : [курс лекцій] / Т. Ф. Цигульська — К. : Наук. думка, 2000. — 190 с.
6. Шульдик Н. В. Психологія мислення / Шульдик Н. В., Шульдик Г. О. — К. : Інтеллект, 1999. — 170 с
7. Щерба С. П. Про методологічні засади аналізу мислення / Щерба С. П. // Творче, практичне і критичне мислення : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, (Житомир, 23-24 вересня 1997 р.). — Житомир : Журфонд, 1997. — С. 3-7.

**Лариса Дяченко**

заступник директора з навчально-виховної роботи,  
учитель біології

Харківська загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів

№ 150 Харківської міської ради Харківської області

## **МЕДІАОСВІТА КРИЗЬ ПРИЗМУ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ УЧАСНИКІВ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ**

*Ми медіапедагоги, отримуємо знання та навички з медіаграмотності, разом зі своїми учнями, батьками-медіаспоживачами. У статті автор розкриває основні поняття медіаосвіти крізь призму критичного мислення учасників освітнього процесу та творче застосування медіа-продуктів. Освітня практика впровадження, результативність, ефективність медіаосвіти та інфо-медійної грамотності в контексті виховання культури споживання і обробки сучасної інформації стане в нагоді для використання в практичній діяльності вчителів.*

**Ключові слова:** медіаосвіта, медіаграмотність, креативність, критичне мислення, ключові компетентності, освітнє середовище, успіх, учні, учителі, батьки.

Школа сьогодні – це цікавий і водночас незвіданий освітній простір спрямований для реалізації можливостей кожної дитини, це осередок, який захоплює та спонукає дітей до пізнання нового та неосяжного.

Нова українська школа... Тут учні навчаються не тільки здобувати знання, а розвивають вміння їх застосовувати в майбутньому. Ключовою компетентністю випускника Нової української школи є вміння навчатися впродовж життя. А одна з основних складових цієї компетентності – вміння критично мислити.

На Всесвітньому економічному форумі в Давосі регулярно складають перелік актуальних навичок, необхідних для сучасної кар'єри. І як висловився Джон Локк: «Навряд чи є що – не будь більш важливе для знання, для спокійного життя і для успіху будь – якої справи, ніж вміння людини мислити». Які ж умови спонукають учнів до критичного мислення?...

Безперечно – активна позиція учнів, цінування думок інших, спілкування.

Критичне мислення – ключове поняття медіаграмотності, комплекс усвідомлених дій і навичок, які ми застосовуємо. Медіаосвіта – частина освітнього процесу, спрямована на підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

Питання теорії та методики медіаосвіти вивчені такими авторитетними науковцями як Н. Андерсен, О. Баришполець, К. Безелгет, К. Ворсноп, Б. Дункан та ін. Історичні процеси становлення і розвитку медіаосвіти в західних країнах були проаналізовані в працях Ж. Гонне, Л. Мастермана, Б. Туфте, Е. Харта та інших. Проблеми медіаосвіти та медіа культури розглядали українські науковці, зокрема І. Архангельська, Л. Вовк, О. Галус, В. Ковальчук, Н. Коляда, В. Кравець, М. Мухін, Б. Потятинік, М. Соколова, Г. Трошко та інші. Нам думку академіка С. Гончаренко: «Основним завданням медіаосвіти є підготовка нового покоління до життя у сучасних інформаційних умовах, до сприймання й розуміння різної інформації, усвідомлення наслідків її впливу на психіку тощо» [2, с. 203]. Український вчений А. Литвин вважає, що медіаосвіта – це навчання на матеріалі та за допомогою ЗМІ, кінцева мета якого – медіаграмотність, здатність до критичного сприйняття медіа-повідомлень [5, с. 17].

Критичне мислення суттєво забезпечує свідоме споживання медіа-продукції на основі ефективного орієнтування в медіа-просторі.

Показниками розвитку знань і умінь медіаосвітньої діяльності вчителя є: мотиваційний, інформаційний, методичний та креативний рівні. А медіа грамотність – складова медіакультури особистості.

Тому актуальним є сформулювати бачення медіаосвіти крізь призму критичного мислення учасників освітнього процесу (учнів, учителів та батьків). Для сучасної людини вміння критично сприймати інформацію, вміння її аналізувати, визначати, чи не є ця інформація маніпулятивною. Це – одна із найцінніших життєвих компетенцій, які дозволяють адекватно сприймати навколишній світ і ухвалювати правильні рішення.

Медіаосвіта... Її кінцева мета – критичне мислення. Медіаосвіта – це навчання теорії та практичних умінь. Відіграє найважливішу роль у здатності людей оцінювати й реагувати на будь-яку інформацію.

Як знаходити необхідну інформацію? Як відокремлювати пропаганду від фактів? Як фільтрувати інформацію в ситуаціях конфлікту? Що таке інформаційна безпека і чим вона відрізняється від цензури? Як розпізнавати маніпуляцію? Це повний комплекс умінь і навичок з медіаграмотності, які необхідні сучасній людині в житті.

Медіаграмотність розкриває широкі можливості:

- аналізувати, критично осмислювати і створювати медіатексти;
- визначати їх джерела: політичні, соціальні, комерційні, культурні інтереси й контекст;
- інтерпретувати медіатексти й цінності, що несуть у собі медіа;
- добирати відповідні медіа для створення та розповсюдження власних медіатекстів і залучення зацікавленої в них аудиторії;
- уможливити вільний доступ до медіа для споживання та виробництва власної медіа продукції [6, с. 10].

Підвищення рівня медіаосвіти проводиться вже більш ніж сорок років, зокрема, у таких країнах, як Канада, Австралія, США та Сполучене Королівство. В Європі вчені переважно послуговуються терміном «медіаосвіта». Так, британські вчені, зокрема, Л. Мастерман (він багато років був консультантом Ради Європи і ЮНЕСКО в цій галузі) обґрунтував причини актуальності цього педагогічного напрямку в світі [3, с. 178].

Актуальність проблеми використання медіаосвіти в освітній сфері спонукає до організації педагогічних досліджень, з'ясуванні педагогічних умов застосування медіаосвітніх технологій для формування інформаційної компетентності учасників освітнього процесу.

Найвідоміший сучасний реформатор Кен Робінсон вважає, що «кожна дитина – неповторна, наділена від природи унікальними здібностями, талантами та можливостями» [4, с. 14]. А «досвідчені вчителі виконують чотири головні ролі: вони зацікавлюють, заохочують, сподіваються і мотивують» [4, с. 111]. Треба вірити в наших учнів, усе залежить від бажання педагога це зробити. Учителі мають пам'ятати, що те, як вони навчають, є таким-же важливим, як і те, чому вони навчають [7, с. 53]. Варто зазначити, що тут можна використати будь-яку форму роботи. Головне, щоб завдання містили проблемність, змушували учнів аналізувати інформацію, порівняти її з існуючими знаннями і досвідом.

Провідним фактором у навчанні є особистість вчителя, яка істотно впливає на міжособистісні взаємовідносини «учень-учитель». Тільки у такій тісній співпраці формується позитивна самооцінка учня, розвиваються розумові процеси високого рівня. У 150-й школі створено комфортні умови для творчої і професійного розвитку педагогів, які з натхненням та розумінням прищеплюють учням вміння та навички з основ медіаграмотності. Для вчителів, організовується цикл тематичних методичних заходів: тренінг-панорама «Інновації в освіті. Критичне мислення на уроках предметів природничого циклу в умовах переходу до Нової української школи», навчальний семінар-практикум «Педагогічний тренінг або як уникнути «позаштатних ситуацій» під час тренінгу», засідання педагогічної ради «Усвідомлення учнями мотивації до навчання упродовж життя». З 2018 року школа була включена до участі у Міжнародному проєкті «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», учасниками якого стали вчителі історії української мови та літератури, мистецтва. Вчителі активно взяли участь



у тренінгах, разом з адміністрацією закладу брали участь у освітньому симпозиумі «Роль освіти в епоху дезінформації та технологічного процесу», м. Київ. Завдяки участі у проєкті школа перейшла на більш потужний рівень професійної підготовки педагогів, учителів та батьків з упровадження навичок медіаграмотності.

Щороку у світі та Україні відзначається День безпечного інтернету. Це можливість підвищити освіченість учнів, батьків з питань безпеки в мережі, дізнатися: як захиститись від шахраїв та відрізнити рейкову інформацію від справжньої; які існують правила спілкування в Інтернеті, та можливості дає Інтернет. У рамках проведення Дня безпечного інтернету у закладі організуємо: батьківські лекторії для учнів та батьків 1-11-х класів щодо перевірки рівня обізнаності з безпечною поведінки дітей у Всесвітній мережі; конкурси, ігри з основ кібербезпеки; бесіди про небезпеки, які чатують у мережі інтернет. Такі заходів допомагають дітям аналізувати та критично оцінювати інформацію, здобувати знання та корисні навички. А ще плідна робота органів учнівського самоврядування та редакційної колегії шкільної газети «ПеремеШка», де щомісяця висвітлюються цікаві шкільні події та світові новини.

Результативність роботи педагогів з учнями та їх батьками висвітлюється на шкільному сайті, засобами мас-медіа, соціальних мереж, Інтернету.

Медіаграмотний вчитель – готовий до педагогічної діяльності в умовах освітніх реформ, критично і креативно мислить, володіє системою теоретичних знань і професійних умінь, які допоможуть йому сформувати медіаграмотну особистість школяра, виховувати свідомого громадянина України.

Медіаграмотний педагог сучасного закладу освіти – організує безпечний повноцінний освітній процес, використовуючи інформаційно-технічні досягнення останнього покоління.

Медіаграмотний учень – опановує навички інформаційної культури – показник загальної та фахової культури людини; спроможність протистояти агресивному медіасередовищу і збереженню відчуття психологічного благополуччя при споживанні медіа продукції.

Медіаграмотні батьки – перебувають поряд з дитиною, коли вона в мережі і разом з дітьми активно обмінюються своїми інтернет-практиками; заохочують дитину до відповідального і безпечного використання інтернету; встановлюють правила обмеження в часі, проведеного в мережі інтернету, місце використання, а також зміст і діяльність; використовують програмне забезпечення і технічні засоби для фільтрації, відстеження і обмеження використання дитиною інтернету, що передбачає формування у дітей технічних навичок з установа фільтрів контенту; перевірка того, на які сайти заходять діти; спільний аналіз медіапродуктів.

Тож нехай плідне навчання, виховання, спілкування, співпраця, взаєморозуміння, взаємодопомога, взаємоповага між учасниками освітнього процесу стане справжнім задоволенням: насолоджуйтесь можливостями, що пропонують медіа [1, с. 22].

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Батьки, діти та медіа: путівник із батьківського посередництва / О. Волошенюк, О. Мокрогуз; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. – К.: ЦВП, АУП, 2017. – 79 с.
2. Гончаренко С. І. Український педагогічний словник. – Київ: Либідь, 1997. – С. 376.
3. Дяченко Л. Центри медіаосвіти як осередки професійного розвитку вчителів у ФРН / Л. Дяченко // Міжнародна науково-практична конференція «Інформаційно-комунікаційні технології в сучасній освіті: досвід, проблеми, перспективи» (3): зб. наук. праць. – Л., 2012. – С. 177–180
4. Кен Робінсон і Лу Арніка. Школа майбутнього. Революція у вашій школі, що назавжди змінить освіту/ Переклала з англ. Ганна Лелів. – Львів: Літопис, 2016. – С. 258.
5. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд/ В. Іванов., О. Волошенюк., Л. Кульчинська та ін. – 2-ге вид., стер. – К.: АУП, ЦВП, 2012. – 58 с.

6. Медіаграмотність: Підручник для вчителів / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу / Перекл. з англ. С.Дьома; за загал. ред. В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк. — К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2017. — 319 с.
7. Нова українська школа: poradnik для вчителя/Під заг. Ред. Бібик Н. М. – К.: ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2017.-206 с.

*We are media teachers, who acquire knowledge and skills through media literacy together with our students and their parents, who are media consumers.*

*In this article, the author reveals the basic concepts of media education through the prism of critical thinking of the participants in the educational process as well as the basics of creative use of media products. The article deals with media education and media literacy in the context of cultivating the culture of consuming and processing information, which may be useful for school teachers, who will learn about the educational experience of introduction and effectiveness of media literacy.*

**Keywords:** *media education, media literacy, creativity, critical thinking, key competences, educational environment, success, pupils, teachers, parents.*

**Тетяна Шкуринська**

Заступник директора з навчально-виховної роботи  
Комунальний заклад «Спеціалізована школа  
I-III ступенів Маріупольської міської ради  
Донецької області»

## **РОЗВИТОК М'ЯКИХ НАВИЧОК ШЛЯХОМ ІНТЕГРАЦІЇ МЕДІАГРАМОТНОСТІ В ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС**

*У статті розглядаються види м'яких навичок soft skills, які є вкрай важливими для того, щоб бути успішною, щасливою, реалізованою людиною в епоху інформатизованого суспільства. Наведено приклади використання форм і методів роботи в освітній діяльності, подано короткий огляд засобів та інструментів медіаграмотності, які реалізують засвоєння навичок soft skills.*

**Ключові слова:** *медіаграмотність, навички soft skills, соціальні мережі, контент.*

Ми живемо в час надпотужних змін. Життя стрімко мчить уперед і, щоб залишатися сучасними, ми повинні так само стрімко йти в ногу з ним.

Якщо колись єдиними необхідними для кар'єри навичками були ті, що стосувалися конкретної професії (так звані жорсткі навички), то сьогодні процесом керують soft skills. Саме вони є архіважливим показником нашої «життєвої» компетентності, вагомим чинником для кар'єрного росту та успіху в повсякденному житті.

На думку експертів, успішними в найближчому майбутньому будуть ті, хто вмітиме навчатися впродовж життя, ставитиме чітку мету та цілеспрямовано досягатиме її, працюватиме в команді, успішно спілкуватиметься в мультикультурному середовищі та володітиме іншими сучасними вміннями та навичками.

Українська школа тільки зараз починає вносити зміни на покращення ситуації в освіті. За новим освітнім законом, Україна переходить від школи накопичення знань до школи здобуття компетентностей. [4]

Сучасні учні не тільки отримують знання, а й вчаться їх застосовувати: шукати інформацію, критично до неї ставитися, уміти працювати в команді та навчатися впродовж життя.

Можемо виділити найважливіші компетенції: особистісні (вміння приймати рішення, логічно організувати свою діяльність, правильно розподіляти час, критично, нестандартно мислити, виходити за рамки комфорту, продукувати інноваційні та корисні ідеї) і соціальні (уміння спілкуватися, працювати в команді, знаходити консенсус та йти на компроміс).

Залежно від цього поступово змінюється і місія школи. Сьогодні виникає потреба не тільки давати учням знання з певних предметів (жорсткі навички), але й формувати і розвивати життєво необхідні компетентності, так звані навички 4К: креативність, критичне мислення, кооперація та комунікація.

Інтеграція медіаграмотності в освітній процес допоможе нам систематично «прокачувати ці скіли».

Саме тому, інтегруючи медіаграмотність в уроки української мови та літератури, ми ставимо за мету донести до своїх учнів 5 меседжів.

1. Діти повинні зрозуміти, що кожне медіа – це не об'єктивна інформація. Цього вони доходять самі, наприклад, під час переказу твору від імені різних героїв. Спочатку учень переказує подію від імені позитивного персонажа, а потім – від імені негативного. Таким чином діти створюють власний медіапродукт. Вони знайомляться із поняттям джинса, намагаються впливати на почуття та емоції глядачів, вчаться емпатії. В учнів розвиваються такі якості, як

усвідомленість, співпереживання, залученість. Вони починають розуміти, як можна через почуття людини впливати на її дії.

### **Так ми формуємо критичну дистанцію до медіа.**

2. Учні повинні усвідомлювати, щоб докопатися до істини, потрібно обов'язково перевіряти інформацію в різних джерелах. Отже, вчимося робити фактчекінг.

Під час вивчення біографій письменників, знайомимося з інформацією із різних джерел. Тут і підручник, і Вікіпедія, й інші сайти... Доходимо висновку, що, наприклад, в угоду політичним амбіціям, творчість будь-якого автора можна перекрутити. Таку роботу ми проводимо зі старшими учнями.

А з молодшими дітьми можемо робити фактчекінг, аналізуючи їхні ілюстрації до творів.

Учні вчать не тільки розпізнавати фейки, а й самостійно створювати їх під час виконання вправи «Вірю – не вірю».

Під час виконання подібних вправ діти усвідомлюють, що фейки можуть ховатися всюди: і в серйозній інформації, і в розважальній.

Знайти істину учням допомагають методи і прийоми, які розвивають критичне мислення. На нашу думку, одним із найкращих є метод «Шести капелюшків мислення». Під час виконання прийомів цього методу учні усвідомлюють хід власних думок і свідомо змінюють його. Метою використання методу «Шести капелюшків мислення» є спосіб навчити дитину в процесі вивчення теми осмислювати інформацію, що подається, сполучати її з власним досвідом і формувати на її основі самостійні аналітичні судження. Також не можна не згадати такі методики, як мапи думок (представлення даних у графічному вигляді), моделювання та завдання, під час виконання яких учні продумують власну доказову лінію, вчать добирати аргументи і факти (дискусійні клуби, дебати, прес-конференції, судові слухання).

### **Таким чином ми розвиваємо креативний потенціал школярів.**

3. Школярі повинні знати, що кожне медіа комусь належить. І цей «хтось» заробляє на цьому гроші. Тому потрібно серйозно аналізувати інформацію. Під час такого аналізу учні розуміють, що журналісти яскравими заголовками прагнуть привернути увагу читачів. Усвідомлення цього дає можливість уникати таких серйозних проблем, як клікбейт і скіммінг. Ми переконуємо учнів у тому, що шерити й лайкати абищо, не перевіряючи, може бути небезпечним як для них, так і для людей, які їм довіряють. Під час роботи над цим питанням можемо виконати вправи на декодування медіатексту (аналіз обкладинок різних років видань твору), створення ескізу власної обкладинки до твору.

### **Так ми вчимо дітей аналізувати інформацію.**

4. Звертаємо увагу здобувачів освіти на те, що одним із пріоритетних завдань усіх онлайн-платформ є робота над тим, щоб якомога довше утримувати увагу користувачів. Сьогодні можна зайти на якусь платформу, щоб зробити домашнє завдання, а через кілька годин знайти себе за переглядом якогось розважального контенту. Подолати цю проблему нам допомагають вправи для розвитку тайм-менеджменту (метод Парето, «Розріж слона на біфштекси», «швейцарський сир», «бій з хронографом» і подібні).

### **Так ми вчимо дітей концентруватися і вивчати інформацію не по верхах.**

5. Ми прагнемо переконати своїх учнів у тому, що «зависання» у соцмережах краде їхнє реальне життя і заважає їхньому становленню як особистості. Копирсаючись у чужому житті, вони втрачають безліч своїх можливостей.

На уроках мови добираємо певний мовний матеріал, який стосується зазначеної проблеми. Наприклад, ми аналізуємо заголовки (як з боку синтаксису, так і з боку медіаграмотності), вчимося складати тези «Я – висловлювання», присвячуємо цій темі класні години та бесіди.

**Так ми переконуємо учнів у тому, що їх особисте життя варте уваги більше, ніж будь-які соцмережі.**

На нашу думку, завданням найкрутішого коуча (ким ми, до речі, повинні стати в НУШ) є вміння вибрати найголовніше із величезного океану інформації; здатність організувати певну ситуацію, щоб учні, спираючись на свій життєвий досвід, самі дійшли правильного висновку, проговорили його, осмисли.



Це дуже важливо. Як тільки людина починає переживати свій досвід через дію, вона починає аналізувати свої вчинки. Це біологія. І тут ми задаємо вкрай важливі запитання:

- що ви відчуваєте?
- що ви думаєте з цього приводу?
- чому так, на вашу думку?
- що можемо з цим зробити, щоб було краще?

Ці питання стимулюють в учнів розвиток критичного та креативного мислення, критичного ставлення до текстів. Вони починають створювати свої медіатексти, хоча спочатку це лише прості повідомлення.

Не менш важливим є розвиток комунікативних навичок. Комунікація – це суспільний процес, під час якого відбувається обмін інформацією. Вона може відбуватися у будь-якій формі. Це і написання власного висловлювання, і читання матеріалів з метою підготовки до виступу, і підготовка презентацій, і участь у прес-конференціях, і інтерв'ю.

Можемо стверджувати, що комунікація міцно переплітається з кооперацією. Це міжособистісна комунікація, тобто вміння працювати в команді, спроможність розв'язувати конфлікти, здатність формувати управлінські здібності. Працюючи в групах, учні функціонувати в тих колективах, які їм не завжди здаються комфортними. Слід пам'ятати про те, що необхідно добирати для кожного учня різні ролі. Під час групової роботи варто давати завдання на кшталт не просто генерувати ідеї, а визначати якийсь спільний пріоритет. Формувати комунікативні компетентності нам також допомагають методи й прийоми (колесо емоцій Роберта Плутчика, тренінг для емоцій), що вчать принципів ненасильницького спілкування, розвивають емоційний інтелект, емпатію.

**Таким чином, ми формуємо наші наскрізні вміння:**

- мислити критично, креативно;
- висловлювати логічно, стисло та обґрунтовано власну думку;
- системно осмислювати інформацію;
- відрізняти факти від суджень;
- перевіряти та знаходити фейки, маніпуляції чи мову ворожнечі;
- протистояти маніпуляціям;
- виконувати кілька завдань одночасно й концентрувати увагу на важливих деталях;
- оцінювати надійність і довіру до різних джерел інформації;
- поважати різні точки зору.

**Висновки.** З огляду на викладене можемо зробити висновок, що опанування м'якими навичками є безумовною вимогою нашого сьогодення і тим більше майбутнього. Важливу роль у вирішенні цієї проблеми відіграє інтеграція медіаграмотності в освітній процес. Медіа-засоби – це ті інструменти, що викликають неабияку зацікавленість учнів. Саме тому школярі із задоволенням опановують нові навички. Проте для того, щоб учителі володіли потрібними формами й методами проведення навчальних занять, треба більше часу надавати підвищенню кваліфікації педагогів. Подальше вивчення зазначеної проблеми – простір для ґрунтовного аналізу форм і методів роботи для застосування у навчальному процесі.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. [Електронний ресурс] – Режим доступу : [https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/)
2. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://gurt.org.ua/articles/42722/>
3. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/23631/2019-10-10-chomu-same-tak-5-tez-pro-rozvitok-kritichnogo-mislennya-ukraintsv/>
4. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf>
5. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://artterra.club/2017/11/13/%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D>

6. Іванов В. Ф., Волошенюк О. В. Медіаграмотність: Підручник для вчителів. – К. : Центр вільної преси, Академія Української преси. – 2017. – С. 319.
7. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна – Київ: Центр вільної преси, 2012.
8. Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів / За загал. ред. В. Ф. Іванова. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. – 100 с.

*In this article we consider the kinds of «soft skills which are so important for successful and happy person in our informationally developed century. We have examples as for using forms and methods of work in educational activity and there are given a short overview of media literacy means. They realize learning of soft skill.*

**Keywords:** *media literacy, soft skill, social nets, content.*

**Сергій Іванов**

Комунальний заклад «Запорізький обласний інститут післядипломної педагогічної освіти»  
Запорізької обласної ради

## **РЕСУРСНІ ЦЕНТРИ ЯК МОДЕЛЬ УПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ**

*У статті розглядається медіаосвіта як цілеспрямована діяльність, уточнюється мета медіаосвіти для учнів та навчальних закладів. Пропонується модель упровадження медіаосвіти в навчальних закладах шляхом утворення шкільних медіахолдингів (медіацентрів). З метою організаційно-методичного та технічного супроводження цієї моделі пропонується створення районних ресурсних центрів.*

**Ключові слова:** *медіаосвіта, медіакультура, цілеспрямована діяльність, медіаінформаційна компетентність, інформаційна картина світу, медіаінформаційні технології, медіа холдинг, медіацентр, шкільне самоврядування, ресурсний центр.*

**Постановка проблеми.** Навчальні заклади Запорізької області беруть участь в експерименті з упровадження медіаосвіти з 2011 року. За цей період проведено багато медіа освітніх заходів, включаючи курси підвищення кваліфікації вчителів, семінари, тренінги, медіафестивалі. За останні роки увагу приділялося у напрямку створення шкільних медіахолдингів. Однак останні були створені лише у невеликому числі навчальних закладів. З метою поширення досвіду цих шкіл медіаосвіту було розглянуто як цілеспрямовану систему діяльності. Тому завданням цієї статті є пошук організаційно-методичного супроводження, тобто системи операторів, які збільшують ймовірність досягнення мети упровадження медіаосвіти.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** За останні роки важко навіть перелічити наукові статті та методичні розробки з упровадження медіаосвіти у навчальну діяльність. Однак дуже мало статей, метою яких є ставлення до упровадження медіаосвіти як до системної діяльності. Тому нами вперше робиться спроба розглядати медіаосвіту як цілеспрямовану систему діяльності. Такий підхід надає можливість запропонувати інноваційні підходи до упровадження медіаосвіти у навчально-виховну діяльність, зокрема, розглядаючи її як складову шкільного самоврядування.

**Виклад основного матеріалу.** Сьогодні на сучасному етапі розвитку інформаційних та медійних технологій, що відбуваються на фоні соціально-економічних, політичних та екологічних змін планетарного масштабу, вже не варто акцентувати увагу на важливості медіаосвіти. Усвідомлення глобальних завдань у цьому напрямку перейшло у сферу практичної діяльності, що передбачає, у кінцевому рахунку, формування системи навчальних та інших заходів, які б збільшували вірогідність досягнення мети медіаосвіти. У дискурсі теоретичних розмислів медіаосвіту слід розглядати як діяльність, яка прагне до виконання (досягнення) мети, що декларована. Однак, вже на цьому найважливішому етапі визначення мети являє собою філософсько-методичну проблему. Справа в тому, що на сьогодні існує багато концепцій медіаосвіти, в яких визначення мети іноді не співпадають. Наприклад, у соціально-педагогічній концепції мета медіаосвіти визначається таким чином: «... підготувати нове покоління до життя в сучасних інформаційних умовах до сприйняття різної інформації, навчити людину розуміти її, усвідомлювати наслідки її впливу на психіку, опановувати способами спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів» [1]. У культурологічній концепції мета визначається як «формування культури взаємодії індивіда із медіа, тобто вміння сприймати, аналізувати та інтерпретувати різні медіа повідомлень, а також формування критичного мислення, навчання різного формату самовираження, розвитку творчих здатності через медіа»

[8]. Згідно нової редакції Концепції упровадження медіаосвіти в Україні її головною метою є «...формування медіа культури особистості в середовищі значущих для неї спільнот (малих груп, родин, навчальних і виробничих колективів, місцевих громад тощо)» [5]. Звернемо увагу на те, що в останніх визначеннях використовується як ключовий концепт *медіакультура*, яка сама по собі є «... дуже складним явищем і не вписується в головні соціокультурологічні теоретичні напрямки» [2].

Виходячи з інформаційно-семантичної точки зору медіакультура існує у трьох основних аспектах: як система артефактів, символів і знаків, а її специфікою є «...знаки та сукупності знаків (тексти), в яких зашифрована соціальна інформація, тобто викладений в них зміст і сенс» [4]. Таким чином, метою медіаосвіти індивідів можна вважати *формування когнітивних та метакогнітивних компетенцій як інтегральних якостей особистості, що забезпечують її прагнення і готовність реалізувати свій пізнавальний потенціал для успішного вирішення проблемних завдань у напрямку розуміння змісту і сенсу медіакультури в процесі навчальної та інших видів діяльності*. На наш погляд, головним завданням людини, на яке має бути спрямований пізнавальний інтерес – це «інформаційна картина світу». У принципі всі можливі стратегії можна звести до двох визначальних стратегій: 1 – згода прийняти інформаційну картину світу, яка створена відомими або анонімними агентами впливу, тобто свідомо чи несвідомо бути об'єктом для маніпуляцій; 2 – прагнення до вміння створювати власну інформаційну картину світу шляхом напруженої інтелектуальної роботи з потоками інформації. Зазначимо додатково, що людина, яка прагне до самостійного створення власної інформаційної картини світу, починаючи з певного віку, повинна розуміти (мати відповідну метакогніцію), що тільки вона сама відповідає за її зміст і повноту.

Досягнення мети, яку сформульовано, зокрема, для школярів і молоді можливо лише шляхом створення відповідного освітньо-пізнавального середовища. Таким чином мету медіаосвіти в освітньому процесі для навчальних закладів можна визначити дуже коротко і конкретно, – *створити умови, тобто відповідне середовище для формування та розвитку компетенції будувати та постійно перебудовувати власну інформаційну картину світу засобами медіа*. Тому, у подальшому зосередимось саме на цьому питанні, розглядаючи медіаосвіту на рівні навчальних закладів як **цілеспрямовану систему діяльності (ЦСД)**.

Головним у методології ЦСД є питання: яким чином досягти мети, що поставлена, які дії чи заходи треба при цьому проводити, щоб домогтися максимального результату, виходячи з існуючого стану при наявності вихідних ресурсів? Слідуючи телеологічній теорії рух до мети у дискурсі ЦСД відзначається таким співвідношенням [6]:

$$[R, S] Q P > p \rightarrow [Z, W], (1)$$

де  $Z$  – мета діяльності навчального закладу у напрямку упровадження медіаосвіти,  $S$  – поточна ситуація, в якій знаходиться навчальний заклад,  $R$  – наявні в його розпорядженні, які можна застосовувати для досягнення мети  $Z$ ,  $Q$  – оператори, тобто продумані та ефективні організаційні структури та методологічні алгоритми, що забезпечують досягнення мети з ймовірністю  $P$ . Причому ймовірність  $P$  цілеспрямованих дій більше або набагато більше ймовірності того, що організаційні та методологічні заходи на шляху до мети відбуватимуться безсистемно (з ймовірністю  $p$ ). Нарешті, у даному співвідношенні параметр  $W$  – це деякі побічні продукти на шляху до мети, які або сприяють досягненню мети (збільшують ймовірність  $P$ ) або заважають (зменшують цю ймовірність).

Зрозуміло, що кожний навчальний заклад має свою поточну ситуацію ( $S$ ), свої ресурси ( $R$ ) для досягнення мети медіаосвіти, що сформульована. Труднощі виникають при виборі системи операторів ( $Q$ ). Досвід останніх років свідчить, що існуючі медіа інформаційні та педагогічні технології, по-перше, не стали невід'ємною частиною освітнього процесу, а, по-друге, – упровадження цих технологій відбувалося лише в навчальних закладах, де було усвідомлено важливість медіаосвіти ( $S$ ) й був відповідний ресурс ( $R$ ) у вигляді зацікавлених активних вчителів, зокрема, вчителів-організаторів.

На нашу думку, більше глибоким є підхід до формування системи управлінських, мето-



дичних та виховних заходів (операторів Q), яку можна було б назвати *моделями упровадження медіаосвіти*. Важливо підкреслити, що у дискурсі цілеспрямованої системи діяльності така система операторів, по-перше, має збільшувати ймовірність досягнення мети, що поставлена (Z), а, по-друге, – відтворювати обрану модель упровадження освіти як по аудиторії, так й по часу.

Згідно нашої концепції, основні ідеї якої виникли теоретичних розмислів та практичної діяльності найбільш ефективним шляхом досягнення декларованої вище мети для навчального закладу є створення шкільного медіахолдингу (медіацентр) [3]. Насамперед треба особливо підкреслити, що для відтворення моделі упровадження медіаосвіти у навчальному закладі, шкільний медіахолдинг (медіацентр) має стати невід’ємною складовою системи шкільного самоврядування. Метою створення шкільного медіахолдингу (медіацентру) є не тільки формування медіакомпетентності, умінь та навичок роботи з медіа, але й включення учнів у суспільне життя навчального закладу шляхом соціально-значимої діяльності, висвітлення діяльності школи, розвиток інформаційно-комунікаційної бази школи.

В останні роки в Запорізькій області створено більше десяти шкільних медіа холдингів (медіацентрів), серед яких лідируючі позиції займає Запорізькій навчально-виховної комплекс №19 [7]. В цих навчальних закладах, створено певну систему відповідних структур (операторів), ініціаторами були керівники навчальних закладів і вчителі (насамперед учителі-організатори), які мають достатньо високий рівень інтелектуальної активності, що дозволяє їм самостійно опановувати новітні медіатехнології та стати частиною шкільного самоврядування.

Проте слід зауважити, що створення шкільних медіахолдингів зустрічає на своєму шляху багато перешкод (фактори W у співвідношенні (1), серед яких провідне місце займає, на наш погляд, брак підготовлених вчителів (ресурс R). В таких умовах можна запропонувати такий оператор як ресурсний центр на рівні міста, сільського району або району обласного центру. Основною метою діяльності ресурсного центру є поширення науково-методичного досвіду з питань створення мережі шкільних медіахолдингів (медіацентрів), формування медіакультури учнів в умовах сучасного інформаційно-комунікаційного середовища. Головною метою ресурсного центру має стати науково-методична та організаційна допомога у створенні системи шкільних медіахолдингів (медіацентрів) у навчальних закладах.

Завданнями ресурсного центру мають стати:

- навчання працівників навчальних закладів (заступників директорів з виховної роботи та вчителів-організаторів) з метою створення мережі шкільних медіахолдингів (медіацентрів)
- створення бази матеріально-технічних та інформаційних ресурсів для проведення практичних занять, тренінгів, семінарів, інших форм підвищення кваліфікації вчителів у напрямку розвитку медіаінформаційного середовища/
- розповсюдження педагогічного досвіду з питань формування і розвитку медіаінформаційної компетентності вчителів і школярів навчальних закладів;
- створення бази даних з медіахолдингів (медіацентрів), призначеної для роботи з медіа-педагогами та школярами району;
- інформування громадськості щодо мети, завдань та можливостей діяльності ресурсного центра;
- організація консультаційної діяльності.

Сьогодні відбувається створення Ресурсного центру у Комунарському районі міста Запоріжжя на базі позашкільного закладу Районного центру молоді та школярів. У цьому районі працюють 14 навчальних закладів, серед яких було проведено анкетування щодо бажаності підготовки заступників директорів з виховної роботи та активних учителів у напрямку упровадження медіаосвіти. Слід особливо підкреслити, що створення Ресурсного відбувається у результаті спільної роботи, творчого співробітництва з обласним інститутом післядипломної педагогічної освіти, та кафедрою журналістики Національного університету «Запорізька політехніка».

**Висновки.** Подальший розвиток медіаосвіти у навчальних закладах слід розглядати як складову системи шкільного самоврядування. Підхід до упровадження медіаосвіти має базуватися на теорії цілеспрямованих систем діяльності, що дозволяє керівництву навчальних закладів визначати початковий стан упровадження медіаосвіти, визначення власних та інших ресурсів та створення системи операторів (організаційно-методичних заходів у вигляді шкільних медіахолдингів (медіацентрів), спрямованих на досягнення мети медіаосвіти.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Актуальные вопросы теории и практики медиаобразования в педагогической сфере. Сб. трудов научно-практической конференции в рамках международного форума «Медиаобразование в педагогической сфере: опыт и новые подходы к управлению». – под ред. И. В., Жилавской и И. А. Фатеевой, – 2017, – С.438.
2. Заржевська Н. Медіакультура як об'єкт соціокомунікаційних досліджень // Теле – та радіо-журналістика, 2014. – Випуск 13. С. 76.
3. Іванов С. А., Іванова Л. С. Напрями формування медіаінформаційної компетентності // Збірник статей П'ятої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ. : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2017. – С.27-36.
4. Кириллова Н. Б. Медиакультура как объект исследования // / Н. Б. Кириллова // Известия Уральского государственного университета. — 2005. — № 35. — С. 63-74.
5. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція)/ за ред. Л. А. Найдьонові, М. М. Слюсаревського. – Київ, 2016. – 16 с.
6. Соснин Э. А., Шувалов А. В., Пойзнер Б. Н. Лидер и управление жизненным циклом системы: шкала творче – ства, примеры, патографии [Електронний ресурс] / Э. А. Соснин, А. В. Шувалов, Б. Н. Пойзнер // Лидер и управление жизненным циклом системы: шкала творче – ства, примеры, патографии. – Електронні дані. – [Томск: Изд-во Том. ун-та, 2004. – 184 с. ] . – Режим доступу: [http://www.al24.ru/wp-content/uploads/2013/08/%D0%A1%D0%BE%D1%81\\_1.pdf](http://www.al24.ru/wp-content/uploads/2013/08/%D0%A1%D0%BE%D1%81_1.pdf).
7. Шкільний портал «Вісник мрії – Новий формат».– Режим доступу: <https://vestnikm.wixsite.com/zps19>.
8. Bazalgette C., Bevort E. & Savino J. L'Education aux medias dans le monde: Nouvelles orientations. . – Paris-London BFI, CLEMI, UNESCO, 1992. – 120 p.

# **VI. МЕДІАСВІТА ТА МЕДІАГРАМОТНІСТЬ У ВИЩІЙ ОСВІТІ**

**Ліна Анищенко**

старший викладач кафедри педагогіки та психології  
Чернігівський обласний інститут післядипломної  
педагогічної освіти імені К. Д. Ушинського

## **ДО ПИТАННЯ ПРОФІЛАКТИКИ МЕДІАТРАВМАТИЗАЦІЇ ПЕДАГОГІВ**

*Обґрунтовано актуальність дослідження типів медіатравматизації педагогів. Визначено медіатравму, специфічною ознакою якої є задіяність медіа як засобу або джерела травматизації педагогів та профілактика медіатравматизації.*

**Ключові слова:** *медіа, травма, педагоги, сприймання інформації, профілактика, медіактивність.*

Медіатравматизація педагогів, інформаційні, комунікативні, емоційні перевантаження, виснаження адаптивних ресурсів, актуалізують проблему збереження їх фізичного та психічного здоров'я.

Чинниками, що посилюють питому вагу наслідків медіатравми на педагогів можуть виступати: висока відповідальність, покладена на них з боку суспільства та родини за життя й здоров'я, виховання і навчання дітей, психічні перевантаження, дисбаланс між затратами та винагородою тощо. Окрім того, професія вчителя – з «жіночим обличчям», тому вплив цих наслідків посилюють домашні обов'язки, дефіцит часу для родини, що вимагає компромісного балансування між роботою та сім'єю і призводить до зростання психоемоційної напруги, фізичного та психічного виснаження тощо.

Актуальності дослідженню додають і негативні наслідки медіатравми педагогів для дітей, з якими працюють вчителі: діти перебувають у стривожено-напруженому стані, невротизуються, гальмується їх розумова та фізична активність тощо.

Поняття травми, запозичене з медицини, досить швидко знайшло застосування в психології, а вже звідти увійшло в науки гуманітарного циклу, ставши важливим елементом інших дискурсів. У цьому сенсі українська традиція вивчення травм є відображення загальносвітової тенденції, оскільки можна констатувати певне розмаїття дослідницьких підходів і трактувань процесу травматизації в т.ч. в медіа.

Психологічний зміст трактування травми, бере початок з теорії З. Фрейда і найбільш чітко сформульована К. Карут, що акцентує увагу на загальних механізмах переживання травматичного минулого [1, с. 562].

Ця гіпотеза, що була вироблена в 70-ті роки минулого століття в США в якості реакції на так званий «в'єтнамський синдром» і отримала згодом поширення в психології та психотерапії. Основою вивчення психічних травм є теорія З. Фрейда, а саме – становлення специфіки травми як зацикленості свідомості на певних подіях індивідуального минулого.

Фрейд вказує, що термін «травматичний »передбачає, що« синдром викликаний саме нещасним випадком» [19, с. 17].

До цієї ж теми в 1900 році звертався і Е. Крепелін. Він розглядав проблематику психічної травми з тих же позицій, що і Фрейд, у своїй роботі «Введення в психіатричну клініку»[8]. У цьому дослідженні Крепелін говорить про існування двох категорій травми: «Невроз страху» і власне «травматичний невроз», хоча відмінності між ними невеликі.

Властиво, травма перешкоджає переміщенню будь-якого факту із сьогодення в минуле, травмована людина знаходиться у «вічному сьогодні», постійному переживанні подій, що зафіксувалися лише в її свідомості, в тому числі побачене в медіа (катастрофи, бойові дії, поховання померлих бійців).



На думку української медіапсихологині О. Вознесенської, медіатравма – це психічна травма, що виникла під інтенсивним впливом медіа-повідомлень, медіа-контенту, отримана з використанням медіа-засобів, як шкідлива для психіки реакція на емоційно значущу подію, що зачіпає значущі сфери існування людини, і яка пов'язана із сильними, стресовими впливами на психіку, загрозою (чи така, що сприймається загрозовою, порушує відчуття безпеки) для життя.

В одній з останніх праць А. Еткінд безпосередньо звертається до проблематики травми, акцентуючи увагу на різних механізмах звернення до травматичного минулого. В якості таких механізмів розглядаються «травма» і «горе», яким надається навіть не стільки психологічне, скільки культурне значення. Спорідненим для обох механізмів є періодичне звернення до минулого, яке призводить до неможливості адекватного сприйняття дійсного. «Травма є відповіддю на стан, в якому опинилося Я; горе є відповіддю на стан іншого» [9, с. 27]. Якщо травма передбачає неможливість репрезентації, оскільки людина не в змозі відрізнити власне стан від зміненого біографічного і культурного контексту, то відчуття горя якраз будується на історичності часу, розриві між минулим і сьогоденням, який не тільки усвідомлюється, а й потребує відповідної репрезентації. При цьому горе потребує створення певних ритуалів, які дозволяють примиритися з тим, що сталося, вибудувати не лише тимчасову, але і символічну дистанцію, по відношенню до травматичних подій, що дозволяє спільноті існувати далі, зберігаючи і відтворюючи колективну пам'ять як джерело спільної скорботи, а не фрустрованих емоцій.

Згідно з класифікацією, прийнятою в тілесно-зорієнтованій психотерапії, в напрямку бодинаміки, психічна травма може виникнути як наслідок безпосереднього насильства над людиною (terror trauma), так і через переживання нею жаху та безпорадності, коли вона спостерігає за якимись страшними подіями, не будучи залученою до них (horror trauma). Медіа, що висвітлюють травматичні події, особливо трагічні – війни, теракти, катастрофи, природні катаклізми тощо, викликають у глядачів психологічну напруженість, створюють враження, що світ надзвичайно небезпечний, тоді як насправді частота, інтенсивність та руйнівна сила зазначених катастроф із плином часу та розвитком цивілізації зменшуються, людство стає гуманнішим, скрізь у світі зменшується смертність та підвищується якість життя [6].

Згідно DSM-IV, вважається, що людина пережила травматичну подію, якщо існують одночасно дві умови:

1) Людина пережила або спостерігала в т.ч. в медіа одну або більше подій, в яких з ним або з іншими людьми відбулося наступне: виникла загроза смерті, потенційна або реальна; отримано серйозне поранення або виникла загроза отримання інвалідності.

2) Людина реагувала на це інтенсивним страхом і почуттям безпорадності [7].

Ситуації, що вимагають сили, які перевищують звичайний адаптивний потенціал, описуються в різних термінах: життєві труднощі, критичні ситуації, негативні життєві події, стресові життєві події. Кожна з цих ситуацій таїть в собі виклик або загрозу життєдіяльності людини, або призводить до непоправних втрат. Кожна з цих ситуацій обмежує активність індивіда, має вимоги, часто перевищують його здібності, моральні та матеріальні ресурси. Тобто, ці ситуації відносяться до факторів, що викликають стрес [8, с. 113].

Почуття, які супроводжують травми і їх наслідки, можуть бути дуже різними:

- образа: «це несправедливо, так не має бути, все проти мене»;
- тривога, страх, які починають проявлятися пізніше як почуття невпевненості в собі, неадекватності, дефіцитарності;
- сором і почуття вини (коли вина спонукає людину не до покаяння, а до переживань);
- ізоляція, розгубленість;
- відчуття безглуздя життя, втрати сенсу в цілому [9, с. 121].

Е. М. Черепанова описує травмовану особистість, як таку, що не лише сформувалася під дією травматичного стресу, але яка стала вважати позитивними патологічні зміни, що відбулися з нею, знаходити психологічні вигоди в цьому, іноді навіть пишатися цим. Травматична

особистість, за визначенням Е. М. Черепанової – це більш-менш стійкий набір рис, які формуються під впливом травми, які людина не змогла або не захотіла проаналізувати, та вибудувала на місці зруйнованих базових ілюзій інші [10, с. 50]

За дослідженнями (Якиманська, 2015) педагоги найчастіше реагують на травматичні події переживаннями гіркоти, скорботи, досади, боязні, образи. Трохи рідше зустрічаються реакції у вигляді відчуття безпорадності, ошелешеності, роздратування.

Профілактикою медіа травматизації педагогів може бути формування у них таких якостей як:

1) самомотивація на критичне ставлення до інформації і пріоритет раціонального сприймання різних видів медіапродукції від теленовін, аналітичні програми до політичних ток-шоу тощо;

2) здатність до рефлексії власних емоцій/почуттів щодо споживаного медіаконтенту;

3) критичне осмислення сприйнятого, фокус на здоровий глузд, а не на емоції, аргументоване оцінювання;

4) переосмислення сприйнятого, надання йому нових, власних смислів;

5) медіаторчість як здатність профілактики деструктивним впливам у медіа та інше.

Варто пам'ятати, що медіатравма може мати екзистенційний характер і є прикладом ситуації, в якій є вірогідність виразити екзистенціальні існування особистості. Медіатравматичний досвід часто дозволяє актуалізувати відчуття страху, який має як конструктивний, так і деструктивний потенціал. Травма у медіа як досвід, пов'язаний з внесенням змін до звичного кола речей і поширенням недовіри, травматичні переживання, пов'язані зі спогляданням видовища смерті інших людей у мас-медіа часто стають завадою подальшій медіаторчості педагога та можуть спровокувати медіа-аскетизм. Водночас медіатравматичний досвід має шанси стати ситуацією, з якої починається посттравматичне зростання. Особа, яка є психологічно і екзистенційно готовою до медіатравмуючих переживань, готова і до такого зростання.

Найближчою перспективою нашого дослідження має бути: розробка критеріїв деструктивних інформаційних впливів і емпірична перевірка засобів медіапсихологічної профілактики педагогів; створення системного комплексу медіапсихологічних засобів, спрямованих на реалізацію медіаінформаційної безпеки у сфері медіа і особистої безпеки у першу чергу для педагогів в Україні.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Карут К. Травма, время и история // Травма: пункты. М.: НЛЮ, 2009. С. 561-581.
2. Фрейд З. Исследование истерии. СПб.: ВЕИП, 2005. 464 с.
3. Крепелин Э. Введение в психиатрическую клинику. М.: БИНОМ, 2004. 493 с
4. Вознесенська О. Л. Імплицитна типологія медіатравм в контексті медіаактивності особистості [Електронний ресурс] / О. Л. Вознесенська // Медіатравма в умовах інформаційної війни: психологічний та педагогічний аспекти: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф 20-21 червня 2017 р. – К., 2017. – Режим доступу : <http://mediaosvita.org.ua/book/voznenska-o-l-implitsytna-typologiyamediatravn-v-konteksti-mediaaktyvnosti-osobystosti/>
5. Эткинд А. Кривое горе. М.: НЛЮ, 2016. 328 с
6. Roser M. The short history of global living conditions and why it matters that we know it [Electronic resource] / Max Roser. – 2017. – Access mode :
7. <https://ourworldindata.org/a-history-of-global-living-conditions-in-5-charts/>.
8. American Psychiatric Association. Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (4th ed.). Washington, D. C.: American Psychiatric Association, 1994 (<http://trevoga.depressii.net>, 25.04.2008).
9. Муздыбаев К. Стратегия совладания с жизненными трудностями // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т. 1. № 2. С. 100–110.

10. Черняева С. А. Развитие личности и психологическая помощь в свете христианского мировоззрения. СПб.: Речь, 2007. 191 с.
11. Черепанова Е. М. Психологический стресс. М.: Изд. центр «Академия», 1997. 96 с.
12. Якиманська І. С. Соціальні представлення о дитячих травмах у фахівців допоміжних професій освіти і охорони здоров'я // Вісник РГПУ ім. А.І. Герцена. 2015. №177. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-predstavleniya-o-detskih-travmah-u-spetsialistov-pomogayuschih-professiy-obrazovaniya-i-zdravoohraneniya> (дата обращения: 19.02.2020).

*The relevance of the study of types of media traumatization of teachers is substantiated. Mediative trauma is defined, the specific feature of which is the involvement of the media as a means or a source of traumatization of teachers and prevention of media traumatization.*

**Keywords:** *media, trauma, teachers, information perception, prevention, media activity.*

**Галина Єрко**

викладач кафедри суспільних дисциплін,  
викладач-методист  
Комунальний заклад вищої освіти  
«Луцький педагогічний коледж»  
Волинської обласної ради

**Тетяна Жалко**

доцент, кандидат філологічних наук, завідувач  
кафедри інформаційної діяльності та туризму  
Луцький інститут розвитку людини Університету  
«Україна»

## МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ЦИКЛУ ДИСЦИПЛІН ГУМАНІТАРНОЇ ТА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ПІДГОТОВКИ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ: МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ

*У статті розглянуто необхідність впровадження медіаграмотності в освітній процес циклу дисциплін гуманітарної та соціально-економічної підготовки у закладах вищої освіти. Акцентовується увага на необхідності впровадження медіаосвіти у викладання навчальних дисциплін.*

**Ключові слова:** *медіаграмотність, медіакомпетентність, освітній процес, дисципліни гуманітарної та соціально-економічної підготовки.*

**Постановка проблеми.** На сьогодні актуальним є твердження, що медіаосвіта тісно взаємопов'язана з усіма видами медіа й інноваційними технологіями. Саме через впровадження медіаосвіти суспільство має можливість зрозуміти, як саме масова комунікація використовується в сучасному соціумі і, що важливо, навчитися вміло й доречно користуватися медіакомунікаціями. На думку фахівців ЮНЕСКО, «медіаосвіта – частина основних прав кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження і права на інформацію та інструмент підтримки демократії» [7].

Важливою складовою впровадження медіаграмотності в освітній процес є розробка навчальних програм і матеріалів, а також підготовка викладачів, які розуміють значення медіаосвіти на сучасному етапі та специфіку її використання в освітньому процесі. Нині необхідність її впровадження в Україні визначається реаліями сьогодення.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Для розуміння медіаосвітніх процесів у незалежній Україні важливе значення має Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [4].

На сьогодні є чимало наукових статей, у яких порушуються питання вивчення перспективи розвитку медіаосвіти, можливостей впровадження медіаресурсів задля забезпечення формування медіакомпетентності студентства: підручник для вчителів С. Шейбе, Ф. Рогоу «Медіаграмотність: Підручник для вчителя» (2014) [12]; підготовлені й видані Академією української преси посібники для вчителів «Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник для роботи педагогічних коледжів» (2014) [9], «Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства» (2016) [7], «Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: посібник для вчителя» (2016) [6].

Водночас недостатньо висвітленим є питання інтеграції медіаосвіти в цикл дисциплін гуманітарної та соціально-економічної підготовки на практиці викладання у вишах.

**Мета статті** – продемонструвати особливості впровадження медіаграмотності в освітній процес закладів вищої освіти на прикладі викладання циклу дисциплін гуманітарної та соціально-економічної підготовки.

**Виклад основного матеріалу.** Навчання медіаграмотності студентів має стати пріоритетним напрямком в освітній політиці нашої держави, адже саме від медіаграмотності сучасної молоді багато в чому буде залежати майбутнє нашої нації.

Сучасний етап розвитку освітнього процесу є стартом для практичного впровадження медіаосвіти в навчання. Досить важливо, аби цей етап не закріпився як вибіркового у сучасній вищій школі, а проходив наскрізно в усіх освітніх предметах.

Медіапедагог має йти на контакт зі студентством, провокувати їх на діалог, навчити не боятись озвучити свою думку, а також аргументувати її. Важливо на практиці зрозуміти як можна і варто впроваджувати медіаосвіту та формувати критичне мислення у молоді.

Сьогодні медіаосвіта має бути спрямована на забезпечення всебічної підготовки студентів до життя в інформаційному суспільстві. Саме громадянська та медіакомпетентність стає для сучасної молоді людини інструментом, за допомогою якого він формує найважливіші людські якості.

Наведемо приклади формування медіаграмотності на заняттях циклу дисциплін гуманітарної та соціально-економічної підготовки.

На сьогодні поняття «реальність» витісняється поняттям «подія». Тому, вивчаючи з історії України будь-яку історичну подію, варто зазначити, що взаємовідношення між інформаційно-комунікаційними та реальними подіями мають суттєві відмінності: перші дотримуються власних законів та світів, що принципово відрізняються від існуючого життєвого світу, на які вони можуть впливати і втручатися.

Французький філософ Жиль Делез зазначав, що подію не варто зводити до простого соціального обмеження, «подія сама по собі полягає у відокремленні або в розриві з різноманітними видами причинності: це біфуркація, відхилення від законів, нестабільний стан, що відкриває новий спектр можливостей» [3, 69].

Досить важливо при вивченні тої чи іншої події з історії усвідомити її характер. Суспільство має створити підвалини, які відповідають події, що відбулася. Лише в такому випадку воно залишиться достовірним події та реалізує нові можливості, що відкриваються в ній.

Виконуючи практичне завдання на заняттях з історії, варто здійснити підбір публікацій зі ЗМІ. Важливою складовою при вивченні історичного матеріалу є місцеві видання, які акцентують увагу на минулому та сьогоденні регіону та Волині зокрема.

Так при вивченні краєзнавчого матеріалу ефективним буде використання таких видань як Хроніки Любарта [11], ВолиньPost [1] та ін.

Наприклад, вивчаючи тему «Волинь у роки Першої світової війни», студенти отримують завдання: причитати назви статей з історії Волині та міста Луцька з різних інформаційних платформ (таблиця 1). Проаналізувати назви статей з позицій минулого та сьогодення.

Таблиця 1

### Обробки інформації на індивідуальному рівні

Погляд з минулого	Назва статті	Погляд з сьогодення
	На чому літали повітряні розвідники над Волиню у 1915. URL: <a href="https://bit.ly/2vGelve">https://bit.ly/2vGelve</a>	
	Хрисанф Бірич – каторжанин, великий промисловець із Волині. URL: <a href="https://bit.ly/2OYmMbX">https://bit.ly/2OYmMbX</a>	
	Африканські фортифікації на Поліссі. URL: <a href="https://bit.ly/39zX6Ko">https://bit.ly/39zX6Ko</a>	
	Луцьк у Першій світовій: як ми вижили. URL: <a href="https://bit.ly/3bDyt1z">https://bit.ly/3bDyt1z</a>	



Основна частина практичних занять з історії України передбачають аналіз наукових історичних джерел та представлення результатів. Так при вивченні теми «УРСР в другій половині 1940-х – першій половині 1980-х: проблеми суспільно-політичного та економічного розвитку» варто об'єднати студентів/студенток у дві групи для виконання самостійної роботи, а результати роботи презентувати на практичному занятті (таблиці 2, 3).

*1-ша група* аналізує та презентує результати роботи над книгою: Кісь О. Українки в ГУЛАГу: вижити значить перемогти (Кісь О. *Українки в ГУЛАГу: вижити значить перемогти: монографія*. Львів: Інститут народознавства НАН України, 2017. 288 с.). Студенти здійснювали аналіз за такою схемою:

*Схема аналізу наукового джерела*

**АВТОРСТВО:** Хто автор?

**МЕТА:** Яку мету ставив перед собою автор монографії? На яку цільову аудиторію розрахована праця?

**ЕКОНОМІКА:** Хто за це заплатив?

**ВПЛИВ:** Хто може отримати користь від цієї монографії? Кому вона може завдати шкоди? Що ця інформація означає для мене?

**ТЕКСТ І ЗНАЧЕННЯ:**

*Таблиця 2*

*Схема аналізу наукового історичного джерела*

<b>ФАКТИ</b>	Мені про це було відомо	
	Для мене абсолютно нове, неочікуване	
	Суперечить моїм знанням та уявленням	
<b>МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ</b>	Які методи дослідження використано?	
	Чому використано саме ці методи?	
	Як вони передають зміст?	

**РЕАКЦІЯ:** Якими можуть бути мої дії у відповідь на цю інформацію?

Обговорюючи зі студентами запропонований матеріал, варто поставити запитання для обговорення: «Які факти дали Вам можливість більше зрозуміти зміст поданого матеріалу? Чому?»

*2-га група* аналізує та презентує результати роботи над книгою: Епплбом Енн. Історія ГУЛАГу (Епплбом Енн. *Історія ГУЛАГу. Переклад з англійської Андрія Іщенка*. Київ: ВД «Ки-

«сво-Могилянська академія», 2006. 511, [16] с.: іл., табл.). Аналіз запропонованого джерела здійснюється за такою схемою:

Таблиця 3

Схема аналізу наукового джерела

<b>АУДИТОРІЯ ТА АВТОРСТВО</b>	АВТОРСТВО	Хто написав монографію?
	МЕТА	Чому її написано?
	ЕКОНОМІКА	Яка цільова аудиторія (та звідки Ви це знаєте)?
	ВПЛИВ	Хто за це заплатив?
	РЕАКЦІЯ	Хто може отримати користь від цієї монографії?
<b>ТЕКСТ І ЗНАЧЕННЯ</b>	ЗМІСТ	Про що це (і що змушує Вас так думати)? Які ідеї, цінності, інформація та/або погляди очевидні/імплицитні (зовнішньо не виявлені)? Про що не згадується у цій монографії, що було б важливо знати?
	МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	Які методи дослідження використано? Чому використано саме ці методи? Як вони передають зміст?
	ІНТЕРПРЕТАЦІЇ	Як люди можуть зрозуміти цю інформацію? Яка моя інтерпретація цього? Що я дізнаюся про себе зі своєї реакції або інтерпретації?
<b>ПОДАННЯ РЕАЛЬНОСТІ</b>	КОНТЕКСТ	Коли це зроблено? Де або як нею поділитися з аудиторією?
	НАДІЙНІСТЬ	Це факт, думка, чи щось інше? Чи монографія варта довіри? Якою мірою? (що змушує Вас так думати)? Які джерела інформації, думок, припущень?

Обговорюючи зі студентами поданий матеріал, ставимо питання для обговорення: «*Чи достатньо було фактів для висвітлення теми дослідження? Яких саме фактів?*»

Вплив соціальних мереж на повсякденне життя інтернет-користувачів важко переоцінити. Тому на практичному занятті з соціології на тему «Методика та техніка соціологічних досліджень» ефективним буде вивчення соціальних мереж. Таке дослідження сприятиме розумінню майбутніми педагогами особливостей соціальних мереж та їх вплив на сприйняття оточуючого світу. Студенти, об'єднавшись у групи, мають розробити індикатори для створення сценарію користування соціальними мережами, даючи відповіді на три запитання:

1. *Які сайти/сервіси соціальних мереж Ви регулярно відвідуєте?*
2. *Для яких цілей Ви використовуєте сайти/сервіси соціальних мереж?*

3. *Які дії Ви зазвичай виконуєте/яким саме функціоналом користуєтесь, проводячи час на сайтах/сервісах соціальних мереж?*

На підставі отриманих індикаторів студентам необхідно визначити:

- п'ять найпопулярніших соціальних мереж;
- ідентифікувати найпоширеніші категорії цілей, для досягнення яких вони вдавалися, використовуючи можливості ресурсів соціальних мереж;
- отримати інформацію про головні складові моделі взаємодії студентів безпосередньо з елементами використання інтерфейсу соціальних мереж.

Невід'ємним атрибутом сучасної дійсності стала реклама. І, хоча пряме її призначення – стимулювати попит або ж ідеї (відповідно комерційна та політична й соціальна реклама), можна з упевненістю констатувати, що на сьогодні реклама здатна формувати не лише потреби, але ж вона навіть соціальні стереотипи, моделі поведінки, тим самим соціалізує особистість.

Експерт з комунікацій Георгій Почепцов стверджує, що з давніх часів стояло питання «контролю за розумом», а тепер воно є надзвичайно гострим [9]. Суспільство XXI століття – «суспільство спектаклю», поверхнєве, яке реагує на певні події вже зовсім не так, як іще кілька десятиліть тому. «Сучасний фільм повинен мати, умовно кажучи, 40 трупів, щоб стати цікавим ... Статус новинної події повинен мати найвищу амплітуду. Цим також можна пояснити кількість смертей, якими рясніють наші теленовини...» [2]. Оскільки медіасередовище є водночас полем продукування смислів для масової свідомості та засобом маніпулювати нею, кожному пересічному громадянину, особливо молоді, важливо вміти критично осмислювати, визначати можливості позитивного чи негативного впливу інформації, поширюваної різними видами медіа.

У процесі вивчення навчальної дисципліни «Естетика реклами», студенти на практичних заняттях, використовуючи різні технології критичного мислення, вчать бути медіаграмотними й медіаосвіченими та регулювати інформаційні потоки; визначати психологічні аспекти соціальної реклами та пропаганди; визначати, які стратегії допомагають застосовувати навички критичного мислення при роботі з інформацією.

На практичних заняттях пропонуємо студентам переглянути кілька рекламних роликів, різних за змістом, а потім ставимо запитання:

1. *Яка мета цієї інформації? Думку аргументуйте.*
2. *Які слова-символи використані в рекламному ролику?*
3. *З'ясуйте джерело походження інформації?*
4. *Чи застосовувалися маніпулятивні способи при створенні цієї інформації? Якщо так, назвіть їх.*
5. *Чи не містить рекламний ролик яких-небудь стереотипів?*
6. *Які наслідки від рекламної інформації? Для якої цільової аудиторії призначений рекламний ролик?*

7. *Які думки пропагують автори рекламного ролика? Чи можна підсвідомо/свідомо вплинути на глядача/слухача?*

Студентам можна запропонувати, наприклад, створити комерційну і соціальну рекламу приватного закладу освіти, використовуючи різний медіаматеріал, а також аргументовано ви-

брати ті типи регіональних медіа, через які варто цю рекламу поширювати.

У процесі виконання таких робіт студенти з'ясовують, яка інформація про заклад освіти є важливою з позиції потенційного споживача послуг, а також – які саме риси працівників є за-требуваними за таких умов. Варто також повторити правила розміщення реклами в мас-медіа, риси власне реклами й реклами прихованої, навчити знаходити приховану рекламу. При цьому варто нагадати студентам про п'ять принципів медіа:

- 1) медіаповідомлення – це конструкції;
- 2) медіа мають унікальну мову, форми і системи символів;
- 3) повідомлення є представленнями соціальних реалій;
- 4) різні люди реагують на одне повідомлення по-різному;
- 5) повідомлення виробляються із соціальною, політичною, історичною, економічною та естетичною метою.

Щоб закріпити у здобувачів освіти вміння аналізувати, синтезувати, експериментувати, інтерпретувати і створювати власний медіа продукт, пропонуємо переглянути першу частину відеокліпу/ів будь-якої телевізійної реклами.

Завдання студентам:

- 1) спробуйте закінчити ролик/и реклами;
- 2) зверніть увагу на візуальні маркери рекламного/их ролика/ів; на звернення, що використані у рекламі, який їх вплив на глядача/слухача?;
- 3) визначте головний «меседж» рекламного/их ролика/ів?
- 5) які технології пропаганди і маніпуляцій характерні сучасним мас-медіа у рекламі?
- 6) чи можемо назвати рекламистів (авторів рекламного/их ролика/ів) маніпуляторами масовою свідомістю?

У процесі реалізації цього завдання у студентів формуються навички критичного мислення: вони вивчали вплив суб'єктивних факторів на об'єктивність журналістики; формували інтерес до вивченні різних джерел медійної інформації для співставлення різних думок. Кожна група представила різні варіанти відповідей, що зайвий раз підтвердило тезу про те, що у реальному житті кожен з нас керується своїми уявленнями про цінності, мораль, поведінку, власними політичними вподобаннями та різними стереотипами поведінки. Те саме стосується і масмедіа, які висвітлюють той або інший продукт (факт, подію). Вони мають прагнути до об'єктивності (і в ідеалі прагнуть до цього!), але дуже часто поняття об'єктивності кожна зацікавлена сторона трактує по-своєму.

Доцільним на практичних заняттях з дисципліни «Естетика реклами» буде виконання вправи «Як здійснити експертизу новинного медіатексту». Кожна група студентів отримує різний за змістом роздатковий матеріал з описом способів маніпуляцій у масмедіа (в т.ч. у рекламі). Учасникам пропонується оцінити якість медійного продукту в Україні, послуговуючись уже вивченим матеріалом про технології маніпуляцій, пропаганди і фейків.

Запитання до груп:

1. Які саме способи маніпуляції використані в цьому фрагменті реклами?
2. Чи пропагує реклама глядачеві певний спосіб життя? Чому?
3. Чи використовують автори реклами клікбейти? З якою метою?
4. Чи використовуються масмедійні фейки у цьому рекламному ролику? Чий інтереси вони презентують і чому?
5. Який висновок може зробити ваша група?
6. Наскільки важко чи легко було розрізнити способи пропаганди і масмедійні фейки?
7. Які властивості (ознаки) інформації треба враховувати при створенні рекламного/их ролика/ів?
8. Як можна убезпечити себе від впливу рейкової інформації, пропаганди, маніпуляції?

У самостійній роботі студентів з циклу дисциплін гуманітарної та соціально-економічної підготовки невід'ємною складовою є написання есе.

Есе – невеликий за обсягом прозовий твір, що має довільну композицію і висловлює індивідуальні думки та враження з конкретного приводу чи питання і не претендує на вичерпне і визначальне трактування теми [5, 242]. Мета есе – з'ясувати продуктивність пізнавальної діяльності студента, його здатності аналізувати історичну, соціальну інформацію, інтерпретувати її, порівнювати факти, вибудовувати міркування, обґрунтовувати особисту оцінку, формувати висновки та ін.

Важливим при написанні есе є вміння сформулювати проблему та добрати аргументацію. По першому важливо дати відповіді на такі запитання:

- *Які думки можна висловити стосовно названої теми?*
- *Над яким із них вам цікаво було б поміркувати? Чому?*
- *Чим варто поцікавитись, щоб ваші міркування дали позитивний результат?*

Добираючи аргументи, доцільно дати відповіді на такі запитання:

- *Які джерела інформації допоможуть найкраще розкрити тему есе?*
- *Які судження науковців, факти, джерельні дані найкраще зображають сформульовану вами проблему?*
- *Які з відібраних вами суджень та фактів підтверджують висунуту вами гіпотезу розв'язання проблеми, а які спростовують?*
- *Які додаткові докази (свідчення, факти, статистику та ін.) можна навести на користь ваших суджень (припущення та його аргументації)?*

Для того, щоб відбулось правильне формування певних уявлень, знань і навичок медіаосвіти, потрібна молодь, яка не лише має теоретичні знання з питань медіаграмотності, а й є медіакомпетентною.

Таким чином, медіаосвіта на заняттях з циклу дисциплін гуманітарної та соціально-економічної підготовки є важливою складовою формування життєвих компетентностей здобувачів освіти, а саме орієнтування їх в інформаційному просторі, його усвідомлене сприйняття, переробка медійних даних, формування власної критично вираженої аргументованої думки.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Сьогодні молоді люди досить швидко опиняються під тиском інформації, яка надходить як із соціальних мереж, так і зі ЗМІ. Саме тому важливою складовою навчальних дисциплін має стати медіаграмотність, яка є засобом заохочення молоді в навчальній діяльності, забезпечить студентам та викладачам глибоке розуміння самих себе і власного світу, зміцнить їх внутрішню впевненість щодо використання інформації на практиці. Одним із кроків щодо забезпечення функціонування медіаосвіти в освітньому просторі є інтеграція медіаграмотності в цикл дисциплін гуманітарної та соціально-економічної підготовки у закладі вищої освіти.

Подальшого вивчення потребує поєднання елементів медіаосвіти під час викладання інших дисциплін, передбачених навчальними планами підготовки студентів усіх спеціальностей.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. ВолиньPost. URL: <http://www.volynpost.com/articles/tag/istoriia>.
2. Дебор Г. Общество спектакля. URL: [krotov.info/libr\\_min/d/donini/debor\\_0.html](http://krotov.info/libr_min/d/donini/debor_0.html).
3. Делёз Ж. Мая 68-го не было. Москва: АД Маргинем Пресс, 2016. 96 с. (Серия Minima).
4. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). URL: <https://goo.gl/ubhjQz>.
5. Літературознавчий словник-довідник / За ред. Р. Т. Громяка, Ю. І. Коваліва, В. І. Теремка. Київ: ВЦ Академія, 2006. 752 с.
6. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: посібник для вчителя / За ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза. Київ: Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. 201 с.
7. Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства: посібник для вчи-



- теля / Т. Бакка, О. Бурім, О. Волошенюк, Р. Євтушенко, Т. Мелешенко, О. Мокрогуз; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. Київ: ЦВП, АУП, 2016. 243 с.
8. 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. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник для роботи педагогічних коледжів / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За наук.ред. В. В. Різуна. Київ: Центр Вільної Преси, 2014. 431 с.
  10. Почепцов Г. Контроль за розумом: від минулого до сьогодення. Діалог. Медіа-студії. Одеса-2012. С. 6–17.
  11. Хроніки Любарта. URL: <https://www.hroniky.com/>.
  12. Шейбе, С., Рогоу, Ф. Медіаграмотність: підручник для вчителя / перекл. з англ. С. Дбюма; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ: Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. 319 с.

*The article deals with the necessity of introducing media literacy in the educational process of the cycle of disciplines of humanitarian and socio-economic training in higher education institutions. Emphasis is placed on the need to introduce media education in the teaching of disciplines.*

**Keywords:** *media literacy, media competence, educational process, disciplines of humanitarian and socio-economic training.*

**Вікторія Герман**

доцент кафедри української мови і літератури  
Сумський державний педагогічний університет  
імені А. С. Макаренка

## **ФОРМУВАННЯ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ПІД ЧАС ВИВЧЕННЯ КУРСУ «ТИПОЛОГІЯ ПОМИЛОК»**

*У статті окреслюється можливість інтеграційного підходу до впровадження проєкту IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» у курс «Типологія помилок»; доводиться, що таке поєднання дозволить покращити якість підготовки й формування компетентностей майбутніх педагогів, а саме: здатність фіксувати відхилення від норм сучасної українського літературної мови та редагувати тексти й медіакультуру (критичне мислення, інфо-медійну й візуальну грамотність, соціальну толерантність, стійкість до впливів та ін.).*

**Ключові слова:** візуальна грамотність, інфо-медійна грамотність, критичне мислення, медіакультура, медіаграмотність, помилка.

**Постановка проблеми.** Підготовка висококваліфікованих медіаграмотних учителів, які майстерно володіють уміннями ефективного пошуку інформації, її систематизації, запобігати ризикам у комунікації, обґрунтовувати власну позицію, оцінювати та інтерпретувати події, протидіяти мові ворожнечі, ідентифікувати прояви пропаганди, ботів, тролів, фейки, маніпуляцію, втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам тощо – одне з найважливіх завдань реформування вищої педагогічної освіти.

Автор статті є учасником проєкту IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», який виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів за підтримки Посольства Сполучених Штатів Америки та Посольства Великої Британії в Україні, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією української преси. Основне завдання проєкту, а отже, й нашої діяльності, вбачаємо у створенні ефективної сталої моделі інтеграції навичок критичного сприйняття інформації в навчальний процес вищої і загальної середньої освіти.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Актуальність проблеми формування медіакультури майбутнього педагога зумовлена потребою формування навичок критичного сприйняття інформації та усвідомлення цінності високоякісної інформації в контексті реалізації цих компетентностей у шкільній освіті. Формування інфо-медійної грамотності сучасного вчителя набуває особливої значущості на етапі впровадження Міністерством освіти і науки України навчальної дисципліни «медіаграмотність» у шкільний курс. Проблеми медіаосвіти, медіакультури й медіаграмотності перебувають в полі зору українських учених, таких як О. Волошенко, В. Даниленко, І. Задорожня, В. Іванов, Т. Іванова, Л. Калініченко, Т. Кузнецова, В. Лісостанський, В. Мележик, О. Тараненко та ін. [3; 4].

**Постановка завдань дослідження.** Автор статті поставив за мету інтегрувати деякі аспекти проєкту IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» у курс «Типологія помилок» (освітній рівень «бакалавр», спеціальність «Українська мова і література. Редактор освітніх видань»), зокрема розробити практичні заняття на такі теми: «Загальна типологія помилок. Мовні помилки»; «Редакторський аналіз помилок у тексті».

**Виклад основного матеріалу.** Навчальний курс «Типологія помилок» є частиною низки професійно орієнтованих дисциплін, що сприяють удосконаленню фахової роботи з підготовки майбутніх учителів. Він передбачає усвідомлення феномену помилки в різних галузях

наукового знання, досягнення конструктивної типології помилок, розуміння причин їх появи, адекватне оцінювання мовних фактів із погляду нормативності / ненормативності та функціональної доцільності. Професійна діяльність потребує, окрім теоретичних знань, специфічних умінь і навичок, пов'язаних із підвищенням рівня мовної культури будь-якого тексту. Пропонований курс має на меті допомогти майбутнім фахівцям філологічного профілю виробити такі вміння й навички.

Завдання навчальної дисципліни – формування культуромовної особистості студента через дослідження наукових поглядів на аномативи; з'ясування основних аспектів вивчення феномена помилки в різних галузях науки; усвідомлення вербальних і невербальних причин появи помилок; вироблення навичок самостійних спостережень над мовними фактами, їх аналіз, класифікація, виявлення помилок і редагування; вироблення умінь знаходити шляхи подолання аномативів у писемному й усному мовленні. Основна компетентність, яку надає опанування дисципліни, – здатність фіксувати відхилення від норм сучасної українського літературної мови та редагувати тексти.

Вважаємо, що визначені завдання є цілком придатними для інтеграції компетентностей проєкту IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», а саме:

- *критичне мислення*: вміння ставити запитання, обґрунтовувати власну думку, оцінювати та інтерпретувати події, проводити паралелі з сучасністю, аналізувати передумови та причини події;

- *інфомедійна грамотність*: вміння ефективно шукати інформацію, працювати з джерелами й першоджерелами; вміння відрізнити факти від суджень; уміння систематизувати інформацію, висувати гіпотезу та оцінювати альтернативи;

- *соціальна толерантність*: уміння ідентифікувати та протидіяти мові ворожнечі, стереотипам і дискримінації; формувати навички етичного спілкування;

- *цифрова безпека*: розуміння цифрового сліду;

- *візуальна грамотність*: уміння аналізувати фото, символи, інфографіку;

- *стійкість до впливів*: уміння ідентифікувати прояви пропаганди, фейки й маніпуляцію, вплив медіа на емоції;

- *інноваційність*: уміння втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам тощо.

Формування в майбутніх учителів критичного мислення, інфомедійної грамотності, соціальної толерантності, цифрової безпеки й інших компетентностей забезпечуємо під час практичних занять із курсу «Типологія помилок».

Практичне заняття на тему «Загальна типологія помилок. Мовні помилки» проводимо за таким планом:

1. Погляди вчених на загальну типологію помилок.

2. Класифікація помилок: мовні, логічні, комунікативно-прагматичні, композиційні помилки; помилки редактора.

3. Мовні помилки.

3.1. Орфоепічні та акцентуаційні помилки.

3.2. Орфографічні та пунктуаційні помилки.

3.3. Помилки у слововживанні.

3.4. Помилки-інтерферени.

3.5. Помилки у зв'язку слів.

3.6. Стилистичні помилки.

Студенти під час підготовки до заняття виконують такі практичні завдання:

1. Ґрунтовно опрацюйте такі матеріали:

– Складні випадки слововживання.

– Складні випадки керування.

– Назви мешканців населених пунктів України (див. додатки до книги В. Герман, Н. Громоваї Культура української мови. Суми, 2014) [1].

– Правильні відповідники до слів інтерферентної будови.

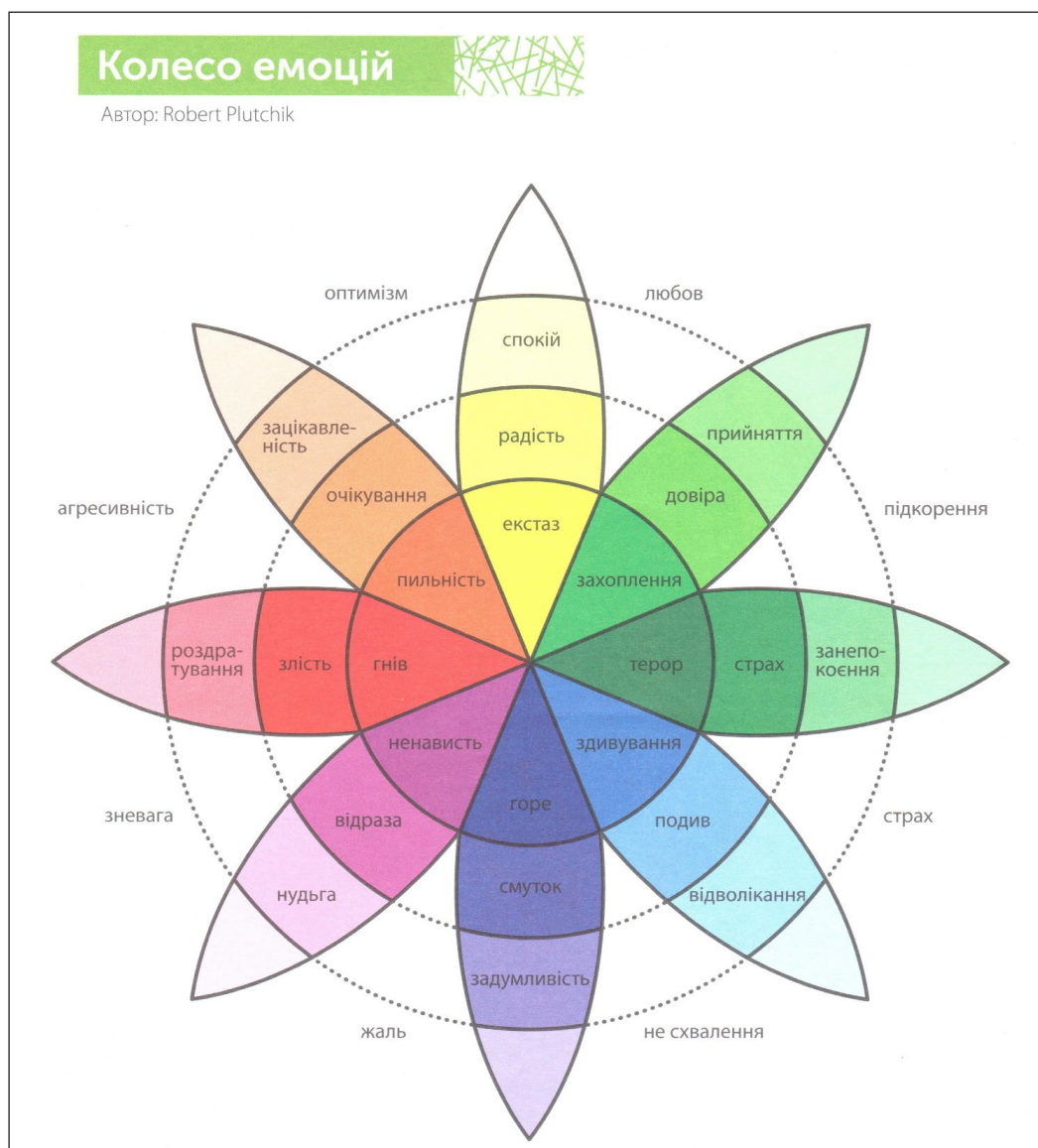
– Типові лексичні й граматичні помилки та їхні правильні відповідники (Див. додатки до книги Фаріон І. Мовна норма: знищення, пошук, віднова(культура мовлення публічних людей. Івано-Франківськ, 2013) [4].

2. Перегляньте освітні друковані або інтернет-видання, запропоновані у списку літератури в робочій навчальній програмі, підберіть і роздрукуйте 5 топ-новин у галузі освіти (фрагменти текстів обсягом 100-150 слів) із мовними помилками різних типів. Поміркуйте, які емоції викликають ці топ-новини (див. схему «Колесо емоцій»).

Запропонуйте відредаговані варіанти та подайте інформацію про джерело:

– для газети та журналу: точна назва видання; число, день, місяць, рік; бажано вказати й автора та назву статті;

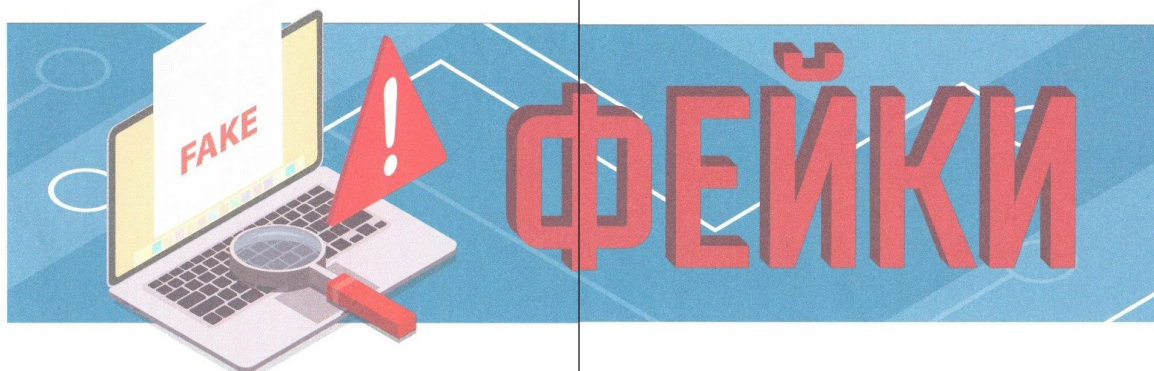
– для книги та наукової статті: опис згідно з вимогами ВАК (прізвище та ініціали автора, назва книги, місто, назва видавництва, рік видання, сторінка; для статті в збірнику – автор, назва статті, назва збірника і його вихідні дані, сторінка).










3. Проведіть відеоопитування студентів на факультеті чи в студентському містечку на тему: «Що ви чули про реформи в освіті? Чи підтримуєте Ви їх?». Представте відеоінтерв'ю в мультимедійному форматі на занятті. Проаналізуйте мовні помилки, які Ви зафіксували під час інтерв'ювання.

Запишіть ваш *відеоблог* на цю ж тему, розмістіть його в соціальних мережах. Намагайтеся не припускати мовних помилок. Не створюйте *фейки* (Зверніть увагу на слайд «Фейки»). Представте відеоблог в мультимедійному форматі на занятті.






### ОЗНАКИ

-  шокуючий характер новини, потужна емоційність повідомлення;
-  відсутність посилання на будь-яке джерело;
-  узагальнене посилання/апелювання до авторитетів, вагомих джерел (*британські вчені, експерти ООН*);
-  використання готових, аксіомічних, беззаперечних тверджень без надання аргументації (*«українці завжди не задоволені владою»*);
-  конспірологічні версії (*«всесвітня змова», «ви ніде про це не прочитаете», «від нас приховують інформацію»*);
-  заклики до очевидного (*абсолютно зрозуміло, очевидно*);
-  «розмитість» трактувань, оцінок (*більшою мірою, по суті, як правило*).

### ЗАГРОЗИ

-  нав'язування матриці сприйняття події, моделі реакції на подію;
-  формування стереотипу – «я знаю про подію все» (насправді – я знаю тільки те, що фрагментально почув від інших джерел);
-  знецінення критичного мислення - «навіщо мені аналізувати факт – за мене це зроблять інші»;
-  сприйняття споживачами інформації скандальних фактів, подій як елемента «розваги», а не фактора спонукання до критичного мислення;
-  знецінення «експертів» як носіїв достовірних, ексклюзивних даних;
-  руйнування у споживачів інформації сталих морально-етичних норм у зв'язку з різкими кардинальними змінами до вагомих подій / персон.

Практичне заняття на тему «*Редакторський аналіз помилок у тексті*» проводимо за таким планом:

1. Поняття редакторського аналізу помилок у текстах.
2. *Структура редакторського аналізу помилок у текстах.*
  1. *Мовні помилки.*
    - Орфографічні та пунктуаційні помилки.
    - Помилки у слововживанні.
    - Помилки-інтерференми.
    - Помилки у зв'язку слів.
    - Стилістичні помилки.
  2. *Логічні помилки.*
    - Порухення логічних зв'язків між елементами повідомлення.
    - Помилки в порушенні закону тотожності.
    - Помилки в порушенні закону несуперечності.
    - Помилки в порушенні закону достатньої підстави.
  3. *Комунікативно-прагматичні помилки.*
    - Помилки на етапі добору елементів майбутнього висловлювання (помилки етапу членування початкового задуму).
      - Помилки в означенні ключових моментів (аспектів) майбутнього повідомлення.
      - Вади в словесному вираженні задуму (лексична розгортка і граматичне конструювання).
      - Помилки на етапі побудови поверхневої структури висловлювання.
  3. *Композиційні помилки* (порушення рубрикації тексту): послідовності й пропорційності розташування складових частин, порушення норм оформлення сторінки, недотримання абзаців, нумерації, членування на частини, оформлення заголовків, підзаголовків, таблиць, покликань, літератури тощо.
  4. *Копіювальні помилки (спотворення).*
5. Редакторський висновок про мовну, логічну, комунікативну, композиційну культуру автора тексту.



Студенти під час підготовки до заняття виконують такі практичні завдання:

1. Підготуйтеся до редакторського аналізу текстів за поданою вище структурою.

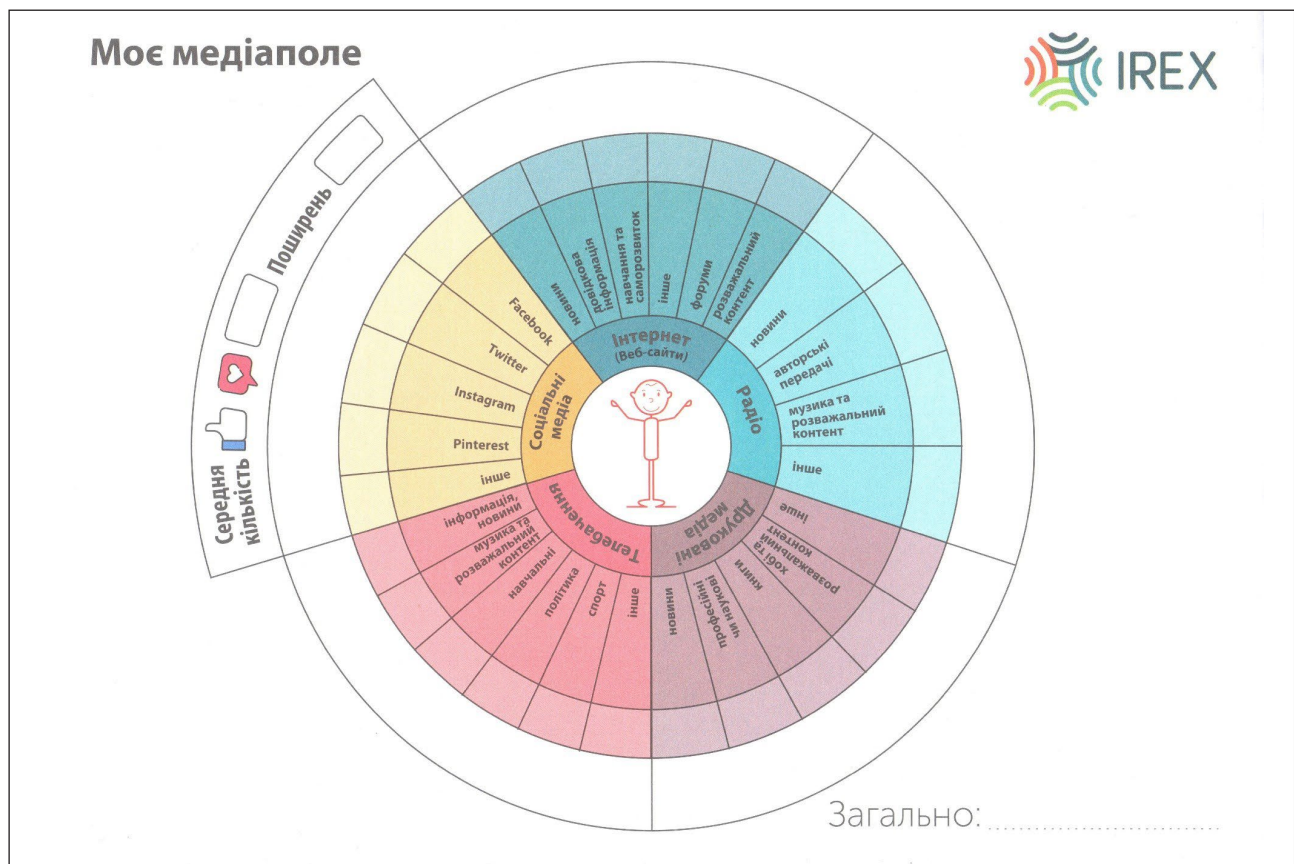
2. Для редакторського аналізу помилок оберіть медійну діяльність певного політика, який опікується питаннями освіти.

2.1. Дослідіть його публічну медійну діяльність: виступи в парламенті, у громадських місцях, у мас-медіа (телебаченні, радіо, друкованих медіа, соціальних мережах, інтернет-сайтах). Використовуйте інформацію різного формату: блоги, відео, новини, соціальні мережі тощо. Пригадайте схему «Моє медіаполе».

2.2. Проаналізуйте обрані Вами медіатексти, використовуючи всі подані в робочій навчальній програмі слайди, за схемою:

- автор тексту;
- тип контенту;
- цільова аудиторія;
- упередженість/неупередженість тексту;
- наявність/відсутність фейків;
- факти/судження;
- відсутність/наявність маніпуляції, пропаганди, дезінформації;
- соціальна толерантність: наявність/відсутність мови ворожнечі, наявність/відсутність етичних норм, стереотипів.

2.3. Виконайте редакторський аналіз помилок двох медіатекстів обраного Вами політика за поданою вище структурою редакторського аналізу помилок у текстах.



2.4. Пошук інформації проводьте ефективно:

- використовуйте конкретні описові ключі слова для звуження пошуку та одержання точніших результатів;
- використовуйте для пошуку синоніми;
- використовуйте символи \*, <<, & для виділення конкретних слів або висловів;
- зосереджуйте увагу на типах доменів URL: .com = компанія, .gov = веб-сайт державно-

го органу, .edu = навчальна установа, .org = організація;

- чітко визначайте формат інформації (блог, відео, новини, соціальні мережі);
- використовуйте якомога більше джерел інформації.

Використайте *корисні посилання*:

- <http://www.blogsearchengine.org> – пошук інформації про людину в блогах
- [https://drive.google.com/open?id=1RMxKPgySv\\_krybLmQOMbSSdD0D5IMcFqJ](https://drive.google.com/open?id=1RMxKPgySv_krybLmQOMbSSdD0D5IMcFqJ) – пошук по фото
- <https://whois.net/>
- <https://www.ip-tracker.org/locator/ip-lookup.php>
- [www.pravda.com.ua](http://www.pravda.com.ua)
- [tochka.net](http://tochka.net)
- [1plus1.ua](http://1plus1.ua)
- [vesti.com](http://vesti.com) – визначення власника ресурсу
- <https://webmii.com>
- <https://www.facebook.com/friends/requests/>
- <https://www.social-searcher.com> – цифровий слід

2.5. Переглядаючи *телевізійні передачі* з участю вибраного вами політика, аналізуйте:

- хто власник каналу і чому саме на ньому виступає політик (пригадайте табл. «*Власники медіа*»);
- чи є політик справжнім експертом у питаннях освіти та інших проблемах, які він коментує;
- чи можна, як і де перевірити інформацію, джерела інформації, подію, матеріали тощо, про які говорить політик;
- чи апелюють його виступи до ваших емоцій і яких саме (перегляньте «*Колесо емоцій*»).

## ЗАПИТАЙТЕ СЕБЕ, КОЛИ ДИВИТЕСЬ ТЕЛЕВІЗОР

**ВЛАСНИК**

- ? Хто є власником цього каналу ТБ?
- ? Чи просуває інтереси власника поширювана інформація?
- ? Чому це повідомлення саме на цьому каналі і саме зараз?
- ? Чи замовчують на цьому каналі те, про що говорять інші? Кому це вигідно?

**ДЖЕРЕЛА**

- ? Чи вказані джерела інформації та чи є можливість її перевірити?
- ? Де ще можна почути інформацію про подію, висвітлену на певному каналі ТБ (Інтернет джерела, інші канали)?

**ЕМОЦІЇ**

- ? Чи апелює телевізійне повідомлення до ваших емоцій?
- ? Для чого нам відкрито показують сильні емоції (сльози, крики, біль, відчай), а деколи ще й занадто детально/довго?
- ? Чому до відео додано музику, шуми та додаткові ефекти?
- ? З якою метою журналіст може тиснути на героїв, нав'язуючи свої судження глядачеві?

**КАРТИНКА**

- ? Чи відповідає зміст телевізійного сюжету зображенню, текст – картинці, твердження журналіста – тому, що показують? Якщо ні – чому?
- ? Чи ми впевнені, що кадри «з місця події» є саме такими і що час події і телевізійної картинки співпадають?
- ? Чи не спотворилась реальна картина події через монтаж?
- ? Хто озвучує думки та твердження героя – сам спікер чи журналіст? Чи є впевненість в тому, що слова героя не перекручені?



**ОЧЕВИДЦІ**

- ? Чи є впевненість, що вказані очевидці були присутніми на місці події?
- ? Чим діляться з нами очевидці – емоціями та оцінками чи повідомляють факти?

**ЕКСПЕРТИ**

- ? Чи є телевізійні експерти насправду фахівцями в тих питаннях, які оцінюють та коментують?
- ? Що ми знаємо про них, чи можемо знайти інформацію про цих експертів в інших, не телевізійних, джерелах?





## ПРАКТИЧНІ МАРКЕРИ: ШІСТЬ ТИПІВ КОНТЕНТУ

ТИП КОНТЕНТУ	ІНФОРМУВАННЯ	СУДЖЕННЯ	РЕКЛАМА	СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА	PR	ПРОПАГАНДА
Чи використовується тут факт або судження?	Як правило факти. Судження, висловлені іншими спікерами, не є думкою автора	Автор (він/вона) висловлює своє судження. Думки можуть підтверджуватися фактами	Судження про те, що вам слід придбати (продукт або послугу)	Судження про те, як вам слід поводитися	Судження про дану компанію	Судження (зазвичай на політичну тему)
З якою метою?	Інформувати	Впливати (на те, в що ти віриш)	Впливати (на вибір при купівлі)	Впливати (на те, як ти поведишся, у власних інтересах або в інтересах суспільства)	Впливати (на те, що ти думаєш про компанію)	Впливати на зміну або ствердження судження (на ваші політичні погляди, політичний вибір, т.д.)
Які емоції, враження, наслідки це викликає?	Допитливість, інтерес, нові знання	Страх, гнів / гордість, стурбованість / заспокоєння	Бажання, радість, стурбованість	Альтруїзм, страх, стурбованість	Позитивні емоції щодо компанії	Гордість, почуття, що ти є частиною цього / злість, ненависть, страх, жах; бажання діяти
Як це працює (за допомогою, яких механізмів)?	Опис, відображення, порівняння	Аргумент, опис, порівняння, гра на емоціях	Апелювання до бажань, привабливий / вражаючий образ або музика	Апелювання до моральності, симпатії, почуття відповідальності, бажання до самовдосконалення. Може використовувати техніки комерційної реклами.	Гра на позитивних емоціях, асоціації	Образ, інсинуація, перебільшення, відволікання уваги, погляди авторитетних осіб, підтасовування фактів, маніпулювання позначеннями та стереотипами, постійне повторювання
Яке його ставлення до предмету?	Нейтральне	Позитивне або негативне	Позитивне.	Позитивне (як в запобіганні, дії з метою вирішення проблеми) та/або негативне (щодо проблеми)	Позитивне	Різно позитивне або негативне
Цей тип контенту є формою:	<b>Інформації</b>	<b>Впливу</b>	<b>Впливу</b>	<b>Впливу</b>	<b>Впливу</b>	<b>Впливу</b>

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Таким чином, інтеграційний підхід до впровадження проекту IREX «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», зокрема в курс «Типологія помилок», дозволить покращити якість підготовки й формування компетентностей майбутніх педагогів, а саме: критичне мислення, інфо-медійну й візуальну грамотність, соціальну толерантність, стійкість до впливів тощо.

Перспективу вбачаємо в окресленні інтеграційних можливостей проекту з іншими темами курсу «Типологія помилок».

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

- Герман В., Громової Н. Культура української мови: навчальний посібник для студентів філологічних (гуманітарних) факультетів вищих навчальних закладів. Суми: Сум ДПУ ім. А. С. Макаренка, 2014. 376 с.
- Задорожня І. Т., Кузнецова Т. В. Медіаосвіта. Енциклопедія освіти / гол. ред. В. Г. Кремінь. Київ: Юрінком Інтер, 2008.
- Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник/ ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; наук. ред. В. В. Різун. Київ: Центр вільної преси, 2012.
- Фаріон І. Мовна норма: знищення, пошук, віднова (культура мовлення публічних людей). Івано-Франківськ: Місто НВ, 2013. 332 с.

*The article outlines the possibility of an integration approach to the implementation of the IREX project «Study and distinguish: info-media literacy» in the course «Typology of mistakes», it is proved that this combination will improve the quality of training and formation of competencies of future teachers, namely: ability to fix deviations from the norms of the modern Ukrainian literary language and edit texts and media culture (critical thinking, info-media and visual literacy, social tolerance, resistance to impacts, etc.).*

**Keywords:** *visual literacy, info-media literacy, critical thinking, media culture, media literacy, mistake.*

**Ольга Зима**

доцент кафедри управління соціальними  
комунікаціями  
Харківський економічний університет  
імені Семена Кузнеця

## **ФОРМУВАННЯ У СТУДЕНТІВ-ЖУРНАЛІСТІВ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТЕЙ**

*Стаття присвячена проблемам формування компетентностей у студентів-журналістів. Зокрема йдеться про відповідальність сучасного журналіста під час створення контенту й комунікації зі споживачами інформації. У статті виділені журналістські стандарти, які впливають на якість журналістського матеріалу.*

**Ключові слова:** журналіст; інформація; відповідальність; компетентності; журналістські стандарти.

Сучасні ринкові відносини потребують підготовки висококваліфікованих фахівців у кожному виді діяльності, зокрема пов'язаною зі створенням та розповсюдженням інформації. Формування інформаційного простору потребує наявності високого рівня професіоналізму фахівців – журналістів. Причому формування компетентностей таких фахівців має здійснюватися під час отримання журналістської освіти студентами у закладах вищої освіти.

Серед головних завдань, які поставлені в Концепції [1], яка розроблена для впровадження медійної освіти в Україні, можна виділити такі складові як: медіаінформаційна грамотність; медіаімунітет особистості; рефлексія і критичне мислення; здатність до медіаторчості; спеціалізовані аспекти медіакультури, зокрема візуальна, аудіальна і музична медіакультури, розвинені естетичні смаки щодо форм мистецтва, опосередковані мас-медіа, сучасні напрями медіа-арту тощо.

У дослідженні [2, с. 180] наголошується що, застосування певних медіаосвітніх елементів у закладах вищої освіти сприяє формуванню медіакомпетентностей і медіакультури, запобіганню вразливості людини до медіаманіпуляцій і медіанасильства, втечі від реальності, у профілактиці поширення залежностей від медіа. “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” [2, с. 180].

Тобто, отриманні під час навчання знання, уміння і навички, сприятимуть формуванню грамотного й соціально відповідального журналіста

Дослідженням аспектів медіаосвіти та формування медіаграмотності 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 процесів формування компетентностей у студентів-журналістів щодо аналізу інформації та створення контенту.

Метою статті є обґрунтування необхідності формування у студентів-журналістів медіакомпетентностей, медіакультури та соціальної відповідальності під час створення контенту для підвищення довіри до інформації з боку читачів.

Законом України “Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів” [3] закріплені основні ознаки поняття “журналіст” – це творчий працівник, який професійно збирає, одержує, створює і займається підготовкою інформації для засобів масової інформації, виконує редакційно-посадові службові обов'язки в засобі масової ін-

формації (в штаті або на позаштатних засадах) відповідно до професійних назв посад (роботи) журналіста, які зазначаються в державному класифікаторі професій України.

У Класифікаторі професій [4] доведено, що журналіст може мати такі посади як: іноко-респондент; коментатор; кореспондент; кореспондент власний; кореспондент спеціальний; літературний співробітник; оглядач; оглядач політичний. Причому, посадові службові обов'язки журналіста, який має будь-яку з наведених посад, включають відповідальність за порушення ділової етики та надання недостовірної інформації.

Тобто, студент – майбутній журналіст, має розуміти, що несе відповідальність за створення контенту.

Існування людей у суспільстві неможливо без отримання та обміну інформацією. Причому сутність будь-якої інформації може змінюватися під час її отримання та у процесі розуміння читачем. Інформація також вважається таким продуктом, за допомогою якого суспільство може розвиватися, вирішувати нагальні проблеми, здійснювати комунікацію тощо. Також треба враховувати те, що інформація як первинний продукт має бути перероблена для отримання наступного контенту.

Важко не погодитися з науковцями [5, с. 95], які у своєму дослідженні доводять, що “людина не може охопити й частки того потоку, який проходить різними інформаційними каналами щодня. Цю проблему можна розв'язати лише через упорядкування інформації, її сортування і спеціалізацію, внутрішню селекцію людиною”.

Також треба враховувати думку науковців [5, с. 96], що сучасний студент повинен розуміти, що для журналістики поняття “інформація” дуже й дуже важливе, бо саме через збирання, оброблення та розповсюдження інформації здійснюється професійна журналістська діяльність.

Країні потрібна незалежна та якісна журналістика. Але такою вона стане, коли буде професійною та відповідальною. І студенти під час навчання і формування компетентностей мають розуміти, що відповідальність, як соціальне явище, охоплює практично усі без винятку види діяльності як їх якісного показника, тому вимір відповідальності притаманний будь-якому явищу суспільного життя. Окрім цього, доцільно стверджувати й про відповідальність конкретної особистості за власні вчинки зокрема, а не лише про відповідальність суспільства чи держави загалом. Отже, саме відповідальність особистості становить стержневий еквівалент вимірювання рівня сучасних суспільно-соціальних і державотворчих процесів [6, с. 47].

У процесі створення журналістського матеріалу студентам пропонується замислюватися на філософією Г. Сковороди, який наголошував на відповідальності людини під час здійснення вибору між добром і злом, правдою і облудою [7].

Що стосується соціальної відповідальності людини, то, на думку достатньої кількості науковців [8; 9, с. 20], вона пов'язана з наявністю в структурі її “особистісного потенціалу таких цінностей, як совість, довіра, толерантність, чесність, співучасть, обов'язковість, співчуття, почуття справедливості, правдивість, любов до ближнього, доброта та виявлення їх у соціально відповідальній поведінці. Вищим орієнтиром соціальної відповідальності людини є ведення такого способу життя, використання таких способів досягнення особистих цілей, які не завдають шкоди ані їй самій, ані іншим людям, ані природі, ані суспільству”.

Як доводять науковці [9, с. 24], правомірним є твердження, що відповідальність – це єдність об'єктивних і суб'єктивних її аспектів, зокрема – це одночасно взаємодія складових, що наведені на рис. 1.

Тобто, під час створення будь-якого контенту, студент – журналіст повинен враховувати наведені на рис. 1 аспекти. При цьому треба враховувати й те, що на діяльність сучасної людини впливають також і зовнішні фактори, а це породжує зовнішню відповідальність і передбачає обмеження свободи вибору. Отже, науковці наголошують [9, с. 26], що “зовнішня форма соціальної відповідальності постає як міра несвободи, що регламентує поведінку людей, обмежує їхню свободу, однак надає вчинкам вектора, за якого не утискаються інтереси соціуму або це утискання мінімізується”.



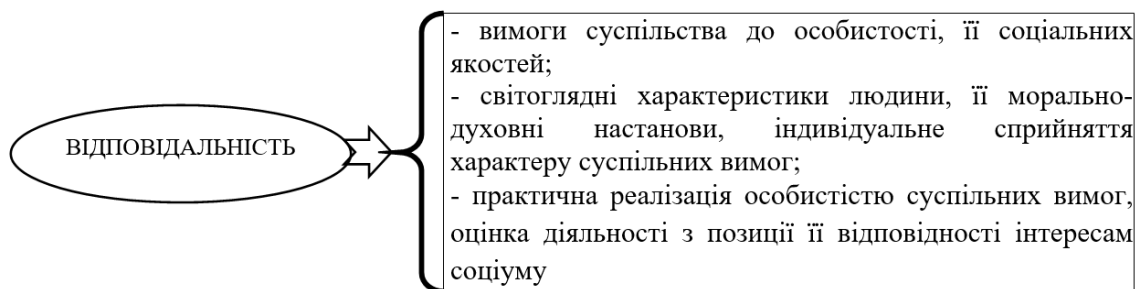


Рис. 1. Аспекти щодо формулювання поняття “відповідальність”

Студенти під час навчання професії мають знати, що права й обов’язки журналіста закріплені Законами України “Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні”, “Про інформацію” та іншими законодавчими актами. Також журналіст несе відповідальність в межах чинного законодавства за перевищення своїх прав і невиконання обов’язків.

Умовно соціальну відповідальність поділяють на нормативну (юридичну) та фактичну (соціальну).

Нормативною підставою соціальної відповідальності як негативної (ретроспективної), так і позитивної (перспективної), є система наявних чинних соціальних норм, що функціонують у даному суспільстві [6, с. 63].

О. Охріменко та Т. Іванова [8, с. 13] пропонують розрізняти такі види соціальних норм як: звичаї, традиції, норми моралі, релігійні (канонічні) норми, етичні норми, політичні норми, корпоративні норми, норми громадських організацій, технічні норми, норми культури, норми права тощо.

Головними нормативними джерелами, де відображені стандарти якості журналістського матеріалу є Кодекс професійної етики українського журналіста, Етичний кодекс українського журналіста, Декларація принципів поведінки журналістів (Міжнародної федерації журналістів), та міжнародні стандарти та принципи журналістської етики [10, с. 11–13].

Основними журналістськими стандартами [11], якими повинен керуватися журналіст у своїй професійній діяльності є такі, що наведені в табл. 1.

Таблиця 1

### Основні журналістські стандарти якості матеріалу [5; 11; 12, с. 281–282]

Стандарт якості матеріалу	Умови виконання стандарту
Баланс думок і точок зору	Мають бути представлені різні погляди на подію, яка розглядається. Тобто демонструється неупередженість журналістів, здійснюється відображення та аргументація позиції різних сторін.
Своєчасність, оперативність	Новини та інформація мають бути актуальними для аудиторії в момент її споживання.
Достовірність (посилання на джерела)	Новинний матеріал має містити посилання на компетентне джерело отримання інформації. Журналіст не має використовувати незаконні або недостойні методи збирання інформації. Анонімне джерело допускається тільки, якщо передається виключно важлива для суспільства інформація.

Відокремлення фактів від коментарів	Журналіст повинен бути нейтральним, коли працює в інформаційному жанрі. Завданням журналіста має бути саме збирання фактів, робота з інформацією, а не висловлювання власних міркувань та інтерпретація фактів.
Точність	Журналіст має здійснювати ретельну перевірку назв, імен, цифр, понять; виправлення своїх помилок (за наявності).
Повнота представлення фактів та інформації по проблемі	Під час підготовки матеріалу передбачається вичерпне подання ключових фактів з теми матеріалу, новини. Інформація має відповідати на чотири головні питання: Що за інформація? Де відбуваються події? Коли подія виникла? Як сталася подія?

Треба враховувати те, що наведені вимоги щодо дотримання журналістських стандартів, які впливають на якість журналістського матеріалу, ставляться, в основному, до інформаційно-новинних матеріалів. Саме під час створення новин журналісти мають дотримуватися не тільки журналістської етики, а і норм і положень, що закріплені законодавством.

При зіткненні конфліктних точок зору журналіст не може виступати на боці одного з опонентів. Завдання сучасного журналіста полягає в іншому – повідомляти громадськість про конфлікт, подаючи збалансовано різні думки.

Таким чином, сучасний студент – майбутній журналіст, має розуміти, що його незалежність та свобода передбачають відповідальність перед власною аудиторією. Причому, відповідальність за сформований контент розглядається як обов'язкове дотримання журналістських стандартів та етичних принципів. Тільки на цьому базується якісна журналістика, і тільки якісна журналістика спроможна викликати довіру у читача.

## 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](http://www.ispp.org.ua/news_44.htm).
2. Зима О. Обґрунтування застосування медіаосвітніх елементів у вищій школі // Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ. : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018. – 240 с.
3. Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-вр>.
4. Класифікатор професій ДК 003:2010. Національний класифікатор України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#n4>.
5. 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.
6. Гришук В. К. Соціальна відповідальність: навчальний посібник. – Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2012. – 152 с.
7. Сковорода Г. Разговор пяти путников о истинном щастии в жизни [Разговор дружеской о душевном мире] / Григорій Сковорода // Григорій Сковорода. Твори: в 2 т. / упор. І. А. Табачников. – К.: Вид-во АН УРСР, 1961. – Т. 1. – С. 207–248.
8. Охріменко О. О., Іванова Т. В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. – 180 с.

9. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / [А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін.] ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота. – К. : КНЕУ, 2012. – 501 с.
10. Практикум із журналістської етики [Текст]: Навчальний посібник / Передм. В. П. Мостового. – В. Ф. Іванов, С. В. Штурхецький. – Під ред. проф. В. Ф. Іванова. – К. : видавець О. Зень, 2012. – 320 с.
11. Чоповський Д. Журнестандарти: огляд-2011. Інститут масової інформації [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://imi.org.ua/monitorings/journalistski-standarti-normativna-dovidka-i28622>.
12. Практична медіаосвіта: авторські уроки. Збірка / Ред. – упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. – 447 с.

*The article is devoted to the problems of formation of competencies among students-journalists. In particular, it is the responsibility of the contemporary journalist to create content and communicate with consumers of information. The article highlights journalistic standards that affect the quality of journalistic material.*

**Keywords:** *journalist; information; responsibility; competence; journalistic standards.*

**Ольга Жорнова**

доктор педагогічних наук, професор  
Академія моніторингу і експертизи

**Олена Жорнова**

доктор педагогічних наук, професор  
Інститут консолідації і партнерства

## **ЗДАТНІСТЬ ДО ВИРІЗНЕННЯ ТОКСИЧНОГО КОНТЕНТУ ЯК ВІДПОВІДНІСТЬ РІВНЯ ЦИФРОВИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ВИКЛАДАЧІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ПОТРЕБАМ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА**

*В статті описана проблема формування у викладачів закладів вищої освіти здатності до вирізнання токсичного контенту. Визначено труднощі формування готовності науково-педагогічних працівників закладів вищої освіти до його попередження. Проаналізовано основні виклики щодо покращення ситуації.*

**Ключові слова:** вища освіта, токсичний контент, цифрова компетентність, фейк, фільтрація інформації.

Нині потребою українського суспільства є інтеграція вітчизняного цифрового ринку в єдиний європейський простір. Проте її реалізація зазнає перешкод, подолання яких обумовило значну кількість ініціатив та затребувало великих ресурсів від суспільства.

Один із напрямів приєднання української цифрової галузі до стандартів і вимог європейського ринку – це підготовка фахівців із належними кваліфікацією й компетентностями. До його реалізації й залучені заклади вищої освіти (далі – ЗВО). Тому впродовж кількох останніх років актуальність питання про вдосконалення цифрової компетентності викладачів ЗВО є вельми відчутною. І, ймовірно, залишиться такою ще чималий час.

Питання медіаграмотності, протидії фейкам, підготовки фахівців, здатних розрізнити неправдиву інформацію, порушувалися багатьма дослідниками. Вітчизняні науковці розробили методологію, моделі, механізми протидії негативним впливам від фейків (Г. Онкович, Л. Найдьонова, ін.).

Нами досліджено такі аспекти порушеної проблеми: мультимедійна компетентність особистості як соціально-психологічний базис одночасного зростання її соціальності та індивідуальності [5], інформаційно-комунікаційні технології та їхнє значення для вищої школи [2], мультимедійність та її роль для вищої школи [1], соціально-психологічні чинники в епоху історичних розломів [3], електронне навчання в Україні [6], нові грані психологічної науки третього тисячоліття [8], звичаєвість і соціально-психологічне мислення в добу екстремального насилля: компетентність викладача ВНЗ як соціальний ресурс у надзвичайних обставинах [4], готовність науково-педагогічних працівників до досліджень в епоху відкритої науки [7], якість вищої освіти України та медіаграмотність науково-педагогічної спільноти [9], ін.

Окремий аспект цифрової компетентності викладачів ЗВО – це через вивчення навчальної дисципліни сформувати у студентів здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел і розрізнити в її масиві неправдиву інформацію від правдивої, а також свідомо відмовлятися від споживання й оцифрування шейків. Це потребує сформованого у викладача досвіду вирізнати токсичний контент в інформації, яку необхідно донести до студентів в статусі інновацій, трендів, нововведень, як правдиву або фейк.



Завданнями цієї статті є: обговорення ситуації, яка склалася в ЗВО, аналіз бар'єрів, проблем та можливостей, а також на основі проведеного серед викладачів опитування сформулювати пропозиції для покращення ситуації.

В даній публікації під «токсичним контентом» будемо розуміти змістову характеристику інформації, яка може завдати шкоди студентам через їхню невідповідність до диференціації інформації на правдиву чи неправдиву.

Отже, феномен, названий як “токсичний контент” не є інновацією по суті, проте можливості ери цифрових технологій створюють тло, яке актуалізує зусилля спільноти на протидію свідомого і спрямованого використання негативного впливу певної виду інформації на особу, спільноту, суспільство.

Вироблення токсичного контенту стає все частіше інструментом тиску на публічних осіб, при тому, що мільйони споживачів такого контенту перетворені на пасивних учасників мобінгу, булінгу, травлі.

За прогнозами в найближчі десятиліття темп впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій буде зростати, тоді як власне інноваційні цикли ставати коротшими. При тому, що вирішення багатьох проблем можливе лише інструментами державної політики, є площини, до яких дотичні викладачі й менеджери ЗВО. Це стосується підтримування роботи викладачів щодо самовдосконалення рівня цифрових компетентностей загалом і здатності до вирізнення токсичного контенту зокрема, їхнього стимулювання, поширення досвіду роботи – вони настільки непоказні, що ставлять під сумнів пріоритетність цифрового розвитку вищої освіти.

Для протидії токсичному контенту зі сторони викладачів ЗВО реальною стала перспектива освоєння функції “фільтрувальника” контенту при інтенсивному обміні інформацією й десформованому досвіді студентів щодо диференціації інформації на правдиву й фейк.

Вважаємо, що необхідно зосередити увагу на осмисленні того, які фактори/здатність особи сприяють/стримують використання нею та подальше відтворення токсичного контенту.

За результатами аналізу ситуації нами виокремлено такі тенденції:

- зростання частки т.зв. “побутового” токсичного контенту через зміщення уваги з дій публічної особи (політика, очільника влади, ін.) на життєдіяльність громадянина, а саме — студентів;
- трансформація ЗМІ у т.зв. “фаблес-ЗМІ” через переважаючі капіталовкладення у виробництво токсичного контенту (пояснимо: фаблес-ЗМІ — назва, похідна від фаблес-компаній, під якими мають на увазі ті компанії, спеціалізацією яких є розробка і продаж мікроелектроніки, проте які не виробляють її, бо не мають власних виробничих потужностей, а лише замовляють її вироблення іншим компаніям).

Відтак, фаблес-ЗМІ — це ЗМІ, котрі центровані на виробленні не повідомлень, а на перетворенні інформації в інструмент тиску й токсикації.

Саме тому на кафедрі зародилася ініціатива методологічних семінарів, майстер-класів та консультування студентів і колег, які спрямовані на формування високого рівня здатності до вирізнення токсичного контенту. Так, методологічні семінари стають платформою для обговорення політики України в цифровій галузі й протидії фейкам, обмеження токсичного контенту. Зокрема, через вивчення Концепції розвитку цифрової економіки й суспільства України в 2018-2020 роках та обговорення викладених у ній основних цілей і принципів цифрового розвитку нашої країни, запропонованого плану їхньої реалізації, завдань вищої школи. Викладачі розглядають різні аспекти міжнародної співпраці в даному контексті, знайомляться з проектом міжнародної програми Еразмус+»Digital competence framework for Ukrainian teachers and other citizens», а також із досвідом та результатами роботи найбільш підготовлених колег і ЗВО.

Обов'язковою є участь у заходах, які висвітлюють нагальні проблеми діджиталізації й протидії фейкам, медіаграмотності та токсичному контенту. Такими стали: круглий стіл «Розвиток цифрових навичок та компетентностей в Україні: передумови та практичні кроки» (грудень, 2019, м. Київ), проект «Посилення участі громадськості в створенні й імплементації

цифрового порядку денного України та гармонізації цифрових ринків з ЄС і країнами Східного партнерства при підтримці проекту «Громадська синергія»; ін.

За результатами (само)аналізу, (само)оцінювання цифрової компетентності викладачів кафедри став відчутним брак єдиного підходу в межах країни. Викладачі дійшли висновку, що самостійного оволодіння навичками виокремлення токсичного контенту з масиву інформації недостатньо, якщо мова йде про їхнє застосування в професійній діяльності на високому рівні. Більше того, для посиленого ефекту від синергії цифрових компетентностей важливо синхронізувати їхній розвиток у всіх викладачів.

Проте є такі сторони цифрового розвитку ЗВО, які викладачі підтримують як обов'язковий напрям самовдосконалення. Можна навіть говорити про те, що викладачі і є його амбасадорами – це перехід в найближчій перспективі до застосування санкцій проти навмисного спотворення правдивої інформації.

Ще одним важливим аспектом сформованої і у викладачів, і у студентів здатності до вирізнення токсичного контенту є визначення її як обов'язкової. Варто зауважити, що мова про розробку переліку цифрових компетентностей для різних цільових аудиторій окремих галузей на ґрунті фреймворка Digital Competence 2.0 порушується вже якийсь час. Беручи до уваги практику впровадження й використання цифрової сервісної інфраструктури eHealth, її успіхи й прогалини, настав час порушити питання про механізми обміну інформацією між освітніми інформаційними системами й усунення токсичного контенту з найбільш популярних серед студентської молоді джерел інформації.

Розуміючи важливість інтеграції вітчизняного цифрового ринку в єдиний європейський простір і роль ЗВО у цьому процесі викладачі ініціювали дослідження стану розвитку цифрових компетентностей і досвіду вирізнення токсичного контенту в різних джерелах інформації. Його результатами стали такі висновки:

1. До цього часу при здійсненні наукових досліджень використовують застарілі програми й технології, які жодним чином не фільтрують інформацію як правдиву чи неправдиву.

2. Відсутні:

- урегульований підхід щодо використання механізмів фільтрації інформації на рівні ЗВО;
- задекларований механізм електронного обліку найбільш популярних серед студентської молоді джерел інформації;
- інституціональний механізм для захисту персональних даних і авторського права в межах інтелектуальної власності.

Також:

- не налагоджено наскрізну дискусію з питань цифрової безграмотності викладачів ЗВО;
- не сформований офіційний дискурс, який би відповідав реальному стану речей;
- в гуманітарних ЗВО мало цифрових робочих місць;
- відсутні стандарти, інструменти моніторингу й оцінки цифрових навичок викладачів; ін.

З метою викорінювання недоліків варто ініціювати комплексний експертний аналіз стану із рівнем цифрових навичок у викладачів ЗВО, досвіду вирізнення токсичного контенту, протидії фейкам, ін., а за його результатами реалізувати низку заходів з розвитку цифрових компетентностей із залученням усіх стейкхолдерів.

Важливо сфокусувати увагу на розробці комплексної методології, яка б містила і новий дискурс, і новий поняттєвий апарат, і нові дефініції («цифрова неосвіченість», «електронна культура», «електронне здоров'я», ін.). Можливо, слід думати про застосування механізму незалежної сертифікації цифрових компетентностей викладачів відповідно до вимог ЗВО.

Водночас варто формувати довіру й безпеку до тих джерел інформації, які стануть засадами для формування цифрової культури і викладачів, і студентів. І тільки такий підхід забезпечить українському суспільству електронне здоров'я.

Висновуємо з вищевикладеного:

У складних обставинах із рівнем підвищення цифрових компетентностей у ЗВО та переходу к активним діям у цьому напрямі діяльності, за винятком успіхів у спеціалізованих і

ресурсоспроможних ЗВО, кожний структурний підрозділ мусить:

– сприяти вдосконаленню електронних компетентностей викладачів: через розробку методологічної бази для діяльності національних цифрових коаліцій; через самостійні «зрізи» знань, умінь, навичок у колег; через розробку й поширення передових кейсів; через рекомендацій щодо розробки та впровадження рамки цифрових компетентностей для ЗВО;

– обговорити питання перспектив розвитку цифрових навичок та компетентностей в українських ЗВО;

– розробити/адаптувати напрями діяльності структурного підрозділу в контексті підвищення професійної майстерності й рівня цифрових компетентностей співробітників;

– створити умови для підтримування викладання із демонстрацією високого рівня цифрових навичок, і, передусім, у спосіб оцінки й самооцінки відповідності рівня цифрових компетентностей викладачів потребам українського суспільства.

Амбітною метою вітчизняних ЗВО зобов'язаний стати їхній набутий статус електронних лідерів в Україні. І в такому контексті цифрова компетентність викладача ЗВО – це соціокультурний ресурс в інтеграцію вітчизняного цифрового ринку в єдиний європейський простір і електронне здоров'я нації.

Тому подальші дослідження варто спрямувати на розробку механізмів, моделей і способів протидії шкідливим чинникам електронного здоров'я українців.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Zhornova E., Zhornova O. Readiness of University Lecturers for Multimedia (MM) Technologies Application as a Resource of Professional-Pedagogical Activity // DisCo 2013 New technologies and media literacy education : 8th conference reader DisCo 2013; Jan Beseda and Zbynik Machat (ed.) . – Pragua., 2013 – P. 232-235.
2. Zhornova O., Zhornova E. University Teaching Staff Training for Application of Informational-Communication Technology (ICT) // DisCo 2013 New technologies and media literacy education : 8th conference reader DisCo 2013 ; Jan Beseda and Zbynik Machat (ed.). – Pragua., 2013. – P. 243-248.
3. Zhornova O. Social-psychological thinking in the epoch of historical breaks: a step from richness to poverty and back // Psychology of economic self-determination of person and community : Proceedings of the II International scientific and practical seminar, Sibiu, April, 2014. – Sibiu : Editural Universitatii “Lucian Blaga” din Sibiu, 2014. – P. 79-83.
4. Жорнова О. Звичаєвість і соціально-психологічне мислення в добу екстремального насилля: компетентність викладача ВНЗ як соціальний ресурс у надзвичайних обставинах / Ольга Жорнова // Компетентнісний підхід в освіті: теоретичні засади і практика реалізації: матеріали методол. семінару 3 квіт. 2014 р., м.Київ: [у 2 ч.]. Ч.2 / Нац. акад. пед. наук України; [редкол.: В.Г. Кремень (голова), В.І. Луговий (заст. голови), О.І. Ляшенко (заст. голови) та ін.] – К.: Ін-т обдарованої дитини НАПН України, 2014 – С.46-55.
5. Жорнова О. І. Мультимедійна компетентність особистості як соціально-психологічний базис одночасного зростання її соціальності та індивідуальності / Ольга Іллівна Жорнова // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей / НАПН України, Ін-т соціальної та політичної психології ; [ред. рада: М. М.Слюсаревський (голова), В.Г. Кремень, С. Д. Максименко та ін.]. – К. : Міленіум, 2013. – Вип. 33 (36). – С. 87-97.
6. Жорнова О., Жорнова О. Дослідження в еру відкритої науки та готовність науково-педагогічних працівників до нових викликів / Ольга Жорнова, Олена Жорнова // Нові інформаційні технології управління бізнесом : Зб. тез II Всеукраїнської науково-практичної конференції . – К.: 2019. – С. 85-91.
7. Жорнова О., Жорнова О. Готовність науково-педагогічних працівників до досліджень в епоху відкритої науки / Ольга Жорнова, Олена Жорнова // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Європейські виміри сталого розвитку», 23-24 квітня 2019.

– К.: НУХТ, 2019 . – С. 87-88.

8. Жорновая О., Жорновая Е. Обдумывая очевидное: новая психология без нового человека или новый человек без новой психологии / Ольга Жорновая, Елена Жорновая // «Психология третьего тысячелетия»: I Международная научно-практическая конференция: сборник материалов / под общей ред. Б.Г. Мещерякова. – Дубна: Международный университет природы, общества и человека «Дубна», 2014. – С. 51-54.
9. Жорнова О. І., Жорнова О. І. Якість вищої освіти України та медіаграмотність науково-педагогічної спільноти: виклики без відгуків / Олена Іллівна Жорнова, Ольга Іллівна Жорнова // Якість вищої освіти України та медіаграмотність науково-педагогічної спільноти: виклики без відгуків // Вища школа. — 2019. – № 10. — С. 38-44.

*The article is devoted the problem of formation of ability to counteract toxic content. This ability is important for higher education teachers. The difficulties of forming the readiness of scientific and pedagogical workers of higher education institutions to its prevention are determined. The main challenges for improving the situation are analyzed.*

**Keywords:** *higher education, toxic content, digital competence, fake, information filtering.*



**Олена Аксьонова**

кандидат технічних наук, доцент кафедри хімії,  
мікробіології та гігієни харчування  
Харківський державний університет харчування  
та торгівлі

**Олена Зіненко**

старший викладач, аспірант кафедри  
медіакомунікацій соціологічного факультету  
Харківський національний університет  
імені В. Н. Каразіна.

## **ДОСВІД ІНТЕГРУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ МЕДІАГРАМОТНОСТІ У НАВЧАЛЬНИЙ ПРОЦЕС ТЕХНІЧНОГО ЗВО**

*В мережі Інтернет можна знайти інформацію з будь-якої області знання: від кулінарії до ядерної фізики. Між тим значна частина медіаконтенту науково-популярної тематики, присвяченого питанням дієтології, нутриціології і, взагалі, здорового способу життя містить «міфи» та недостовірну інформацію. Тому інтеграція медіаграмотності у навчання майбутніх фахівців-дієтологів є необхідною і актуальною. Існує проблема, яка полягає у тому, що з одного боку серед населення є зацікавленість у питаннях пов'язаних із можливостями здорового харчування, дієтичного харчування, схуднення, але з іншого боку, відчувається брак достовірної інформації щодо цих тем в медіа. Експеримент з фактчеку щодо міфів про здоровий спосіб життя було проведено під час підготовки магістрів за спеціалізацією «Дієтичне харчування та харчова безпека», колективом кафедри хімії, мікробіології та гігієни харчування ХДУХТ, чому присвячено дану статтю.*

**Ключові слова:** *медіаграмотність, нутриціологія, фактчек, здоровий спосіб життя.*

Освіта на сьогоднішній день вже не є чимось недосяжним, чимось, про що говорять із пієтетом. Більш того, ми звикли до виразу “освітні послуги”. Тобто маючи час, натхнення, та певний бюджет кожна людина може отримати освітні послуги – тобто чомусь навчитися. І медіа відігравали, відіграють та будуть відігравати в цьому процесі визначну роль. Зокрема у соцмережах зараз можна знайти відео з будь-якої області знання: від кулінарії до ядерної фізики. Суспільство активно використовує освітні ресурси медіа – це бюджетно, це модно, це дозволяє планувати гнучкий графік навчання тощо. Між тим, скільки існує наука, існує потреба в її популяризації. І в інформаційному суспільстві про біохімічні процеси можна дізнатися, наприклад, із коміксу, а можна прочитати підручник, виданий академічним видавництвом.

Під час підготовки магістрів за спеціалізацією «Дієтичне харчування та харчова безпека», колективом кафедри хімії, мікробіології та гігієни харчування ХДУХТ було відзначено, що магістранти готуючись до семінарських та практичних занять, наряду із науковими виданнями, статтями в академічних журналах знаходять величезну кількість інформації, яка містить не зовсім коректні факти, а деякий процент медіаконтенту, присвяченого питанням дієтології, нутриціології і, взагалі, здорового способу життя містить «міфи» та недостовірну інформацію. Як зазначав соціолог П'єр Бурдьє, ще досліджуючи телебачення минулого століття, “журналістика народжується поспіхом, а наука потребує часу”, і треба враховувати, що те, що на телебаченні говорять про науку не відноситься до істини речей [1, с. 51, переклад — авт.] Тому розгляд інструментів запобігання поширення подібних міфів та виховання вмінь грамотно перевіряти та у подальшому використовувати інформацію є метою роботи.

Медіа поширюють міфи, не завжди коректно використовуючи інформацію. І якщо деякі факти, про які йдеться в медіа, можливо перевірити, звернувшись до відкритих джерел, то такі складні наукоємні теми, як фізіологія, гігієна харчування, нутриціологія, потребують більш глибоких знань, на здобуття яких у журналіста не завжди є час. Таким чином, стає зрозумілим, що є потреба виховання медіаграмотних спеціалістів в галузі дієтології, тому інтеграція медіаграмотності у навчання майбутніх фахівців-дієтологів є необхідною і актуальною.

Людство хоче отримувати інформацію швидко, зручно та не докладаючи зусиль, можна сказати «на бігу». І, слід відзначити, саме ця інформація сприймається, як дуже надійна. Саме тому в українській мові з'явилося та закріпилося, наприклад, поняття «самолікування». Тому під час підготовки майбутніх фахівців дуже актуальним є озброєння їх «протиотрутами» щодо існуючих міфів та фейків. Дієтолог, який консультує людей, несе відповідальність за їх здоров'я, тому він має бути готовим до подібних викликів.

В якості однієї із форм вивчення дисципліни «Нутриціологія та харчова безпека» магістрам було запропоновано наступне завдання: кожен із студентів обирає популярний тренд (наприклад, твердження про те, що не важливо що саме ти їси, важливо скільки кілокалорій ти вживаєш). Студент мав опрацювати цю інформацію та на семінарі підтвердити або заперечити це твердження, користуючись достовірною інформацією. На наш погляд подібна форма роботи із майбутніми фахівцями-дієтологами є дуже корисною, оскільки у майбутньому вони будуть консультувати звичайних людей, які перед тим, як звернутися до спеціалістів, здебільшого користуються науково-популярним контентом та, навряд чи читають товсті та нудні підручники.

Питанням здорового способу життя, здорового харчування, поширенню інформації стосовно способів худнення присвячено багато медіаресурсів. На запит «здорове харчування» Google видає приблизно 17500000 результатів, на запит «здоровий спосіб життя» – 19500000, на запит «погані цукри» – 673000, «способи схуднення» – 1230000 результатів. На сайті <https://trends.google.com> порівняння серед українського сегменту популярності тем «здоровий спосіб життя», «схуднення» та «цукор» показує, що найбільш популярною серед цих трьох є тема «цукор», в той час як теми «здоровий спосіб життя» та «схуднення» за своєю популярністю приблизно однакові, але зацікавленість у них приблизно в три рази менша за тему «цукор». Слід також зазначити, що тема «цукор» є популярною в усіх регіонах України. Крім Волинської, Івано-Франківської, Рівненської та Тернопільської областей, у яких запитів за темою «здоровий спосіб життя» більше. Світ цікавлять однаково сильно «цукор» та «здоровий спосіб життя», тема «схуднення» не викликає такої зацікавленості, як в Україні так і глобально. Слід також відзначити, що теми «здоровий спосіб життя», «схуднення», «цукор» не є найбільш популярними в світі. Вони не можуть конкурувати із «Game of Thrones» та «iPhone 11» [2].

Тим не менш, певна частина населення України цікавиться питаннями здорового способу життя. Мотивацією щодо бажання розібратися в цій темі з великою вірогідністю можна назвати проблеми наявності зайвої ваги або ожиріння. Мова може йти як про власні зайві кілограми, так і про виникнення надлишкової ваги у людей, що належать до ближнього кола. У роботі [3, с. 1] йдеться про те, що кожний 13 випадок смерті в Євросоюзі пов'язують із ожирінням. При чому ожиріння не є проблемою лише дорослого населення, у кожній сьомій дитини в Україні виявлені або ожиріння або надлишкова вага. За останні роки про збільшення випадків ожиріння серед дітей та підлітків говорять по всьому світу, Україна не є виключенням. Дитяче ожиріння пов'язане з розвитком системних порушень здоров'я, об'єднаних у метаболічний синдром, тобто у майбутньому сьогоднішня дитина з великим відсотком вірогідності матиме проблеми із здоров'ям.

Таким чином, виникає проблема, яка полягає у тому, що з одного боку серед населення є зацікавленість у питаннях пов'язаних, наприклад, із можливостями здорового харчування, дієтичного харчування, схуднення, але з іншого боку відчувається брак достовірної інформації щодо цих тем в медіа. Слід зазначити, що в Україні майже відсутні освітні програми, пов'язані напряму із дієтологією, нутриціологією. Крім того, у населення нашої країни існує звичка вирішувати питання власного лікування звертаючись не до фахівців, а до Google. Попит народ-

жує пропозиції. На сьогоднішній час існує величезна кількість медіаконтенту, який стосується здорового способу життя, тощо. Але, інформація, що міститься на сайтах, у книгах, обговорюється на форумах не завжди є правдивою. Мають місце маніпуляції та навіть залякування.

У книзі нутриціолога Дж. МакКейт «Ви є тим, що ви їсте» [4, с. 14-15 переклад — авт.] обговорюються 12 страв, що найбільш часто вживаються пересічними громадянами. Серед цих страв – піца, спагеті болоньезе, так зване «Бургер меню», «Англійський сніданок». Під кожною назвою наводиться калорійність, кількість білків, жирів, вуглеводів та волокон. А трохи нижче доктор Дж. МакКейт наводить «цукровий еквівалент» цих страв, тобто кількість ложок цукру, які за калорійністю відповідають певній страві. Але авторка не пише, що наводячи «цукровий еквівалент» вона говорить лише про вуглеводи, оскільки цукор – це і є хімічна речовина, яку ми називаємо сахарозою. В той час як всі вище перелічені страви, до яких так погано ставиться Дж. МакКейт містять такі важливі для організму білки, жири та волокна. Розділ, присвячений цьому питанню закінчується фразою «Choose your poison – or as I hope, don't!» («Обери свою отруту — або, я сподіваюсь, ти не зробиш цього». – переклад авт.). Можливо, авторка має шляхетні цілі оздоровлення своїх читачів, але, на наш погляд – це просто маніпуляція. Оскільки Дж. МакКейт не просто пропонує подивитися на знайомі страви у «цукровому еквіваленті», а свідомо не розкриває питання харчової цінності страв, що обговорюються. Дієтологами вже давно доведено, що їжа є збалансованою, якщо співвідношення білків жирів та вуглеводів складає 14%:30%:56%. Зрозуміло, що чистий цукор, яким Дж. МакКейт лякає своїх читачів не підпадає під цю формулу, бо він на 100% складається з вуглеводів.

Взагалі слово «цукор» в медіаконтенті, присвяченому здоровому способу життя вживається з негативною коннотацією. Величезний внесок в це зробив фільм «Цукор» австралійського режисера Деймона Гамо, який вийшов у 2015 році і зібрав лише на youtube мільйони просмотрів. Хоча основною метою був експеримент, який режисер проводив на собі. Експеримент полягав у тому, що протягом 45 днів головний герой вживає лише так звану «healthy food», тобто знежирені йогурти, протеїнові батончики, мюслі тощо. Результатом експерименту головного героя є збільшення ваги та усі признаки початку цукрового діабету. Але головним злом визнається цукор. Саме його звинувачує автор у своїх проблемах із здоров'ям. Але чому б не акцентувати наприкінці фільму увагу глядача на те, що харчування було в першу чергу незбалансованим! Так, зрозуміло, головний герой вживав таку ж саму кількість калорій, як і до експерименту. Але як він набирав калорії раніше? У фільмі Деймон Гамо сам говорить, що калорійність набиралася за рахунок риби, м'яса, горіхів, овочів та фруктів. Тобто автор фільму вживав достатні кількості білків та жирів, а щодо вуглеводів, то він їх також вживав, але не у вигляді цукру. Тобто складається враження, що декларувалася боротьба із «healthy food», а результатом стало звинувачення всіх цукрі (які у фільмі називають вуглеводами) у розладах здоров'я не тільки головного героя, але й людства у цілому. Крім того, цей фільм взагалі є дуже цікавим матеріалом для обговорення майбутніми дієтологами або нутриціологами. Оскільки, завдяки «Цукру» пана Гамо з одного боку, можна навчитися у дуже зручній та цікавій формі подавати складну інформацію, а з іншого боку на його основі можна розібратися із багатьма «міфами» щодо стилю харчування.

У статті «10 плоских питань про цукор до лікарів» [5] вже не просто маніпуляції, там просто зустрічається недостовірні інформація. Цитата перша «Цукор потрібен для енергії, а кілокалорії для того, щоб організм жив, думав, рухався, ріс. Але енергія є позитивна і якісна, а не швидка і не потрібна». Але енергію саме в кілокалоріях і вимірюють. Не може бути енергії позитивної та негативної. Може бути надлишок вжитих калорій. Може бути незбалансоване харчування, а ось ділити енергію на позитивну та негативну не коректно. Більш того, слід зазначити, що людині інколи необхідно вжити так звані «швидкі калорії», які можна отримати із сахарозою (тобто із цукром). Цитата друга: «Цукрозамінники – це також шкідливі речовини, в основі яких є хімічні речовини аспартати, сластиліни, сахарини, цикламат, тобто, це є хімія, що викликає онкологію підшлункової залози». Всі цукрозамінники, що використовуються у технологічних процесах виготовлення їжі є харчовими добавками. Їх використання в Україні регламентується наказом МОЗ «Про затвердження Санітарних правил і норм по застосуванню харчових добавок»

[6]. Мається на увазі, що всі вони пройшли клінічні дослідження перед тим, як були включені до цього переліку. Крім того, слід відзначити, що для хворих на діабет використання цукрозамінників є принципово важливим. Цитата три: «Вся молочна продукція має галактозу». Тут взагалі слід відзначити, що молочні продукти містять молочний цукор – лактозу, яка складається з глюкози та галактози. Галактоза утворюється в наслідок процесів травлення. Але галактоземія, недостатність галактокінази відноситься до вроджених порушень вуглеводного обміну. Тому, чи слід акцентувати увагу саме на цьому сахариді? І взагалі, звідки таке вороже ставлення до цукрів? Як зазначається у статті В. Чарочкіної «Кто здесь сладсть: Почему в мире растут продажи заменителей сахара» зазначається: «Споживання штучних цукрозамінників росте – тільки в США з 1999 по 2012 рік стало на 200% більше дітей, які вживають їжу, що містить замінники, і на 54% більше дорослих. Всього такі продукти вживають 25% дітей і 41% дорослих. Не дивно – зараз цукрозамінники містяться в 74% упакованих продуктів харчування і напоїв – їх використовують у виробництві коли, випічки, жуйок, цукерок, льодяників і т. п» [7, переклад — авт.]. Тобто, на перший план виходять цукрозамінники. А чи не є тотальний наступ на цукор спланованою акцією, яку фінансують виробники цукрозамінників? Можливо, на цей час ми спостерігаємо війну між світовим цукровим лоббі та активними гравцями ринку штучних замінників цукру.

Всі вищенаведені факти свідчать про те, що критичне мислення поєднане із інструментами медіаграмотності як споживачів так і фахівців, що працюють в області дієтології, нутриціології є важливим для з'ясування істинності тих чи інших повідомлень у медіа. Фахівцям спеціальних галузей знань базові основи із медіаграмотності допоможуть бути готовими до подолання «міфів» та «страхів», що існують у суспільстві.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бурдые, П. Поле политики, поле социальных наук, поле журналистики. Б : О телевидении и журналистике. Фонд научных исследований «Прагматика культуры». Институт экспериментальной социологии. Москва. с. 107–109.
2. Trends. URL: <https://trends.google.com>. (результати отримані 29.01.2020)
3. Огнев В. А., Помогайбо К. Г. Анализ та оцінка справжнього рівня поширеності надмірної ваги та ожиріння серед дітей шкільного віку м. харкова україна // здоров'я нації. 2016. № 4/1 (41), с. 172-176.
4. Gillian McKeith . You Are What You Eat : The Plan that Will Change Your Life // Penguin books Ltd, England, first published 2004, 224p
5. 10 пласких питань про цукор до лікарів. Конкурент. 02 липня 2019. URL: <https://konkurent.in.ua/publication/42685/10-plaskih-pitan-pro-tsukor-do-likariv/>
6. Верховна рада. Закон про затвердження Санітарних правил і норм по застосуванню харчових добавок. Редакція від 15.09.1998. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0715-96>.
7. Чарочкіна В. «Кто здесь сладсть: Почему в мире растут продажи заменителей сахара. Secretmag. 02 березня, 2017. URL: <https://secretmag.ru/trends/whatsup/sugar.htm>.

*On the Internet, you can find information from any area of expertise, from cooking to nuclear physics. Meanwhile, much of the media content of popular science topics on nutrition and, in general, healthy lifestyles contains «myths» and false information. Therefore, integrating media literacy into the training of future nutritionists is necessary and relevant to the current situation. Problem is that, on the one hand, the public is interesting in issues such as healthy eating, dieting, weight loss, but on the other hand, there is a lack of credible information on these topics in the media. An experiment to fact check on myths about healthy lifestyles was conducted during the preparation of Masters in the specialty «Dietary Nutrition and Food Safety», the staff of the Department of Chemistry, Microbiology, and Hygiene of KSUFTT, which is dedicated to this article.*

**Keywords:** media literacy, nutriциology, fact check, healthy life style.



**Ніна Курмишева**

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри  
менеджменту освіти

Полтавський обласний інститут післядипломної  
педагогічної освіти імені М. В. Остроградського

## **ІНФОМЕДІЙНА ГРАМОТНІСТЬ У ПЕДАГОГІЧНІЙ СУБ'ЄКТ-СУБ'ЄКТНІЙ ВЗАЄМОДІЇ**

*Досліджено особливості розвитку медіаграмотності у педагогічній суб'єкт-суб'єктній взаємодії. Уточнено поняття інфомедійної грамотності; визначено причини, чому використання медіаресурсів поки що не набуло пріоритетного значення у освітньому закладі; окреслено можливості застосування інфомедійної ресурсів у освітньому процесі; визначено рівні розвитку інфомедійної грамотності суб'єктів освітньої діяльності.*

**Ключові слова:** *інфомедійна грамотність, медіаосвіта, медіаграмотність, педагог, медіаресурс, електронний ресурс, освітній процес, освітня діяльність, заклад освіти, суб'єкт-суб'єктна взаємодія.*

### **Постановка проблеми та її зв'язок із важливими та практичними завданнями.**

Надзвичайно динамічні зміни у розвитку сучасних технологій, що просякнули в усі сфери життєдіяльності людини, не оминули освіти.

Глобальна мережа стала засобом комунікації, пізнання, дозвілля, особистісного розвитку практично кожного. Та найбільш активним користувачем ІКТ є молодь.

Фахівці соціологічної компанії GfK Ukraine за підтримки центру «Нова Європа» та Фонду Фрідріха Еберта у 2017 році опитали молодь 14-29 років з усієї України на предмет інтересів і життєвих цінностей української молоді [4]. Вибірка становила 2000 осіб.

Було встановлено цікаві і водночас такі, що вимагають усвідомлення і замислення факти: на соцмережі «підсів» 91 % респондентів, хоча постійний доступ до Інтернету є у 86 % опитаних. У всесвітній павутині молодь в основному слухає музику, живиться фільмами і відеоролики спілкується з друзями і «лайкає» кумедні картинки. Майже по всій Україні новини для молоді залишилися в пріоритетні телеперегляди а кожен п'ятий взагалі не читає книг.

Вільний час молодь приділяє музиці, фільмам і зустрічам з друзями. При цьому дівчата більше цікавляться читанням, спортом і творчістю, тоді як хлопцям цікавіше відеоігри і посиденьки в кафе і барах [4].

Коли говорити про підлітків і дітей шкільного віку, найчастіше відвідування ними світової павутини відбувається поза контролем дорослих, і відбувається цей процес стихійно, як правило, без особливого «фільтрування» великих потоків інформації.

Дитиноорієнтований процес навчання та освітній процес, організований на засадах дитиноцентризму сприяв зміні цінностей та ставлень усіх суб'єктів освітнього процесу: учнів, вчителів, батьків дітей.

ЮНЕСКО визнала інфомедійну освіту пріоритетним напрямом розвитку освіти XXI століття. І не дарма: щороку об'єми інформації у мережі подвоюються, зростаючи у геометричній прогресії. І розібратися у цій лавині «правди і брехні» досить складно навіть дорослій особистості із розвиненим критичним мисленням.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У вітчизняній науковій думці питання інфомедійної грамотності і медіаосвіта почало розглядатися відносно недавно.

Теоретичні і світоглядні засади медіаосвіти розглядалися Ю. Доброгосовою, О. Зізенко, Ю. Казаком, М. Коропатником, І. Ладикою, Г. Старковою, О. Федорович, Ю. Ярославцевою. Медіаосвіта та медіаграмотність у ЗДО та початковій школі стали предметом вивчення



В. Голощапової, Г. Дегтярьової, І. Іваново, Т. Комінарець; у ЗЗСО – В. Блогури, В. Казимір, В. Коваленка, А. Лозіцької. Медіаграмотність як наскрізна компетентність досліджувалася І. Белан, І. Заворотнюк, І. Земелько, О. Ігнатенко, Г. Сенкевичем. Як педагогічна компетенція медіаграмотність розглядали Л. Дух, А. Кожевников, О. Кравченко, С. Луценко, О. Мокрогуз, Г. Онкович, Л. Остапенко, О. Соловійова, І. Шепенюк. Із позицій упровадження засад медіаграмотності і медіаосвіти у вищій школі представлені праці О. Зими, Т. Шроль; у позакласній та позашкільній діяльності – А. Бондаренко, Т. Євтухової, С. Стерденко. Технологіям, що вирішують низку проблем інформатизації освіти присвятили свої праці В. Биков, Р. Гуревич, І. Захаров, І. Роберт, О. Співаковський, О. Спирін. Застосування ІКТ у освітньому процесі та їх вплив на зміст і особливості підготовки майбутніх фахівців – Б. Гершунський, М. Жалдак, Н. Морзе; використання хмарних технологій – Е. Аблямінова, В. Биков, Д. Бодненко, М. Кадемія, С. Литвинов, Л. Меджитова, Н. Морзе, В. Олексюк, З. Сейдаметова, С. Сейтвелієва, С. Семеріков, О. Спирін, В. Темненко, М. Шишкіна.

Напрями включення елементів медіаосвіти в освітній процес ЗЗСО досліджені Є. Бондаренко, С. Пензін, Г. Полічко, Ю. Рабиновичем, Т. Свістельніковою, Ю. Усовим, А. Федоровим, А. Шариковим.

**Виділення нерозв'язаних частин загальної проблеми, які розкриває ця стаття.** Проте варто зазначити, що у більшості досліджень увагу зосереджено на упровадженні і застосуванні сучасних медійних та інформаційних технологій, а не інфомедійній грамотності у педагогічній суб'єкт-суб'єктній взаємодії.

**Мета статті** – дослідити особливості розвитку медіаграмотності у педагогічній суб'єкт-суб'єктній взаємодії.

**Завдання:**

- уточнити поняття інфомедійної грамотності;
- визначити причини, чому використання медіаресурсів поки що не набуло пріоритетного значення у освітньому закладі;
- окреслити можливості застосування інфомедійних ресурсів у освітньому процесі;
- визначити рівні розвитку інфомедійної грамотності суб'єктів освітньої діяльності.

**Викладення основного матеріалу дослідження.** ЮНЕСКО вказує, що медіаосвіта є правом кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження і право на інформацію, і є інструментом підтримки демократії [5].

Оксфордська енциклопедія тлумачить це поняття (media literacy) як процес підготовки громадсько-відповідальної медіаграмотної людини, яка буде володіти розвинутою здатністю до сприйняття, аналізу, оцінки медіатекстів, до розуміння культурного та політичного контексту функціонування медіа в сучасному світі, кодових і репрезентаційних систем у використуваних медіа [6].

Медіаграмотність (медіана грамотність) у WikipediA подана як сукупність знань, навичок та умінь, які дозволяють людям аналізувати, критично оцінювати і створювати повідомлення різних жанрів і форм медіа, а також розуміти і аналізувати складні процеси функціонування медіа в суспільстві, та їхній вплив [3].

У цій праці автором вживається поняття інфомедійної грамотності у наступному розумінні. *Інфомедійна грамотність* – це вміння сприймати на основі критичного мислення і створювати медіапродукти, враховуючи динамічність подій навколишнього світу та спираючись на аналіз і оцінку медіатекстів відповідно до контексту функціонування медіа, а також до використання кодових і репрезентаційних систем.

Медіаресурси нині стали засобом розвитку, виховання і соціалізації особистості (що, власне, є метою освіти). Вони також мають потужний вплив на формування інтересів своїх споживачів. У той же час використання медіаресурсів не набуло пріоритетного значення у освітніх процесах закладів дошкільної та загальної середньої освіти. Автор вбачає у цьому кілька причин.

По-перше, вік учителів. Нині вік середньостатистичного педагогічного працівника становить близько 50 років. Це вік, коли людина уже має вагомий досвід, вибудовану систему

цінностей, окреслене коло інтересів (і добре, якщо там є місце критичному мисленню і роботі з медіа), сформовану самооцінку і певний соціальний статус; майже 30-річний досвід педагогічної діяльності. З одного боку, досвід – це дуже добре, адже напрацьовані власні методики, техніки і технології роботи, а з іншого – треба розуміти, що в школі навчається не просто нове покоління дітей: для школяра учитель ближче до покоління рідної бабусі / дідуся, з абсолютно іншими поглядами на навколишню дійсність і з абсолютно іншою картиною світу. З іншого боку, широко використовувати медіа як засіб освітньо-пізнавальної діяльності може лише той вчитель, який сам має навички роботи з медіаресурсами та ІКТ. Педагог, який сам не володіє потрібними навичками не може їх виробити у своїх учнів. Тому так важливо володіти навичками когнітивної гнучкості [2].

По-друге, інтерес. Скільки людей – стільки й наборів цінностей особистості. Щоб з'явився пізнавальний інтерес, необхідно принаймні дві умови: щоб відбувалося розуміння предмету пізнання і щоб виник емоційний відгук. Іншими словами, щоб учителеві було цікаво займатися інфомедійною грамотністю самому і з своїми учнями, необхідно зрозуміти її основоположні засади і отримувати якісь емоції (звичайно, краще позитивні). І, подібно до попереднього випадку, пізнавальний інтерес в учнів може викликати тільки вчитель із високим рівнем розвитку професійного і пізнавального інтересу.

По-третє, час. Часто, щоб взяти, робити щось нове, необхідно вийти із зони комфорту, забути свої стереотипи, досвід і відпрацьовані до автоматизму шаблони діяльності. Окрім того, мислити критично, аналізувати, систематизувати, ще й с воювати абсолютно нові (медіа-) продукти – це реально надзвичайно ресурсозатратно. Маючи повне навантаження, вчитель не завжди може знайти достатньо часу для розвитку своєї особисто медіаграмотності та свої учнів.

По-четверте, складність / динаміка. ІКТ та інструменти, що використовуються у медіа, не стоять на місці. Учителю, який володіє ІКТ-компетентністю не на надто високому рівні, буває важко розібратися у стрімкому вирі засобів, ресурсів, інформації. Життя медіа настільки динамічне, що учитель, який тільки час від часу цікавиться технологічними новинками, «випадає» із інфомедійної життя. Принцип «на канікулах матиму час розібратися» не працює в умовах, коли життя новини часто в межах 6 годин.

Треба визнати, що більшість вчителів живуть у ногу з часом, цікавляться життям не тільки своїх учнів, але і науки і техніки, готові працювати 16 годин на добу і є когнітивної гнучкими.

Учительська платіжеспроможність спонукала педагогів до читання навчальної, методичної, науково-популярної, нормативної літератури (як вітчизняної, так і закордонної) у електронному форматі. Сьогодні світ став набагато тіснішим, а інформація та комунікації більш динамічними та доступними. Тому можна говорити про розширення інформаційного забезпечення освітнього процесу. Нині вільно можна знайти будь-яке джерело відповідно тієї чи іншої теми і читати його мовою оригіналу, не виходячи з дому. Новітні бібліотечні фонди, електронні бази даних, репозитарії стали доступними. Окрім того, майстер-класи, вебінари, семінари, тренінги, коворкінги, відеолекції тощо дають можливість у зручний час і в зручному темпі підвищувати свою професійну компетентність, аналізувати отриману інформацію, оцінювати ефективність методів, методик, прийомів, технік, технологій тощо.

Останнім часом інтернетресурси педагоги використовують для професійного розвитку, комунікації з колегами та іншими суб'єктами освітнього процесу (учнями, батьками). Ідеться не тільки про блоги, сайти, чати, форуми; створюються групи і спільноти у соцмережах. Звичайно, у цьому є свої плюси і мінуси. Консультування / отримання консультацій колег, батьків, дітей губляться у часі і просторі. З одного боку, це оперативна допомога у потрібний момент, з іншого – зменшення особистого часу.

Значну частку роботи вчителя займає онлайн діяльність: електронне листування, все зростаючі документообігу, спільна робота з колегами одночасно над одним документом за просторової віддаленості тощо.

Особливої уваги заслуговує використання програмних засобів навчання, у т. ч. хмаро-орієнтованих освітніх ресурсів. Можливості використовувати застосунки провайдера як через інтерфейс (програми чи веббраузера), так і з різних гаджетів. Платформи як послуги блоги і вікі, форми для опитувань, мережні інструменти для графічного моделювання, електронні таблиці, інформаційні плакати, динамічні презентації – далеко не повний перелік сучасних інфомедійної продуктів, що використовують у освітньому процесі. Їх вибір залежить від поставленого завдання, доступності того чи іншого засобу, форм і методів організації навчання.

**Висновки.** На основі викладеного вище робимо висновок про те, що у суб'єкт-суб'єктній взаємодії інфомедійна грамотність відбувається поетапно. За первинного рівня розвитку інфомедійної грамотності здійснюється повідомлення теоретичних основ, репродуктивної знань і технологічних умінь з проблеми. Наступний етап розвитку інфомедійної грамотності характеризується передачею і мотивуванням професійних знань та умінь педагога; освоєнням нових технік, технологій, методів та методик із застосуванням ІКТ.

За ще вищого рівня здійснюється концептуальна інфомедійна підготовка, відбувається формування організаційно-управлінського рівня професійної компетентності вчителів, виходячи із мотиваційно-вольової складової та можливостей організувати й управляти процесом розвитку інфомедійної грамотності інших суб'єктів освітньої діяльності.

За найвищого рівня відбувається ефективна педагогічна суб'єкт-суб'єктна взаємодія, участь у партнерстві усіх учасників освітнього процесу, колективно у процесі професійного розвитку педагога.

**Перспективи подальших досліджень.** Висвітлена праця не претендує на повноту розкриття піднятого питання. Подальшого розгляду потребують проблем и інформаційного захисту та безпеки, а також дотримання академічної доброчесності суб'єктів освітнього процесу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіа-грамотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ. :Центр Вільної Преси, 2018. – 244 с.
2. Курмишева Н. Організація навчання впродовж життя як необхідна умова розвитку когнітивної гнучкості педагога [Електронний ресурс] / Ніна Курмишева // Імідж сучасного педагога. – 2019. – № 5 (188). – с. 35-37. Режим доступу: <http://isp.poippo.pl.ua/article/view/178906/183933>
3. Медіаграмотність [Електронний ресурс] // Вікіпедія. Вільна енциклопедія. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D1%82%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C>
4. Портрет покоління: чим живе українська молодь? [Електронний ресурс] // EtCetera. Інтернет-газета. – Режим доступу: <https://uk.etcetera.media/portret-pokolinnya-chim-zhive-ukrayinska-molod.html>
5. Education for the Media and the Digitge Age Vienna: UNESCO, 1999. p. 273-274. Reprint in: Outlook on Children And Media. Goteborg: UNESSCO&NORDICOM, 2001, p. 152
6. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciens. Vol. 14 / Eds. N. K. Smelser & P. V. Baltex. Oxford, 2001, p. 9494.

*The peculiarities of development of media literacy in pedagogical subject-subject interaction are investigated. The concept of information literacy has been clarified; identified the reasons why the use of media resources has not yet become a priority in educational institutions; possibilities of using information resources in the educational process are outlined; the levels of development of information literacy of the subjects of educational activity are determined.*

**Keywords:** *information literacy, media education, media literacy, teacher, media resource, electronic resource, educational process, educational activity, educational institution, subject-subject interaction.*

**Оксана Кравченко**

аспірантка

Національний педагогічний університет  
імені М. П. Драгоманова

## **ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ СУСПІЛЬНИХ ПРЕДМЕТІВ ДО ВТІЛЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ**

*У статті визначено можливості втілення медіаграмотності у майбутніх вчителів суспільних предметів у процесі їх професійної підготовки. Проаналізовані зміни у професійній підготовці майбутніх вчителів суспільних предметів, розвиток медіаграмотності та доцільність її впровадження в навчальний процес закладів вищої освіти. Виявлені пріоритетні форми навчання, основні компетентності та вміння вчителя суспільних дисциплін, які необхідні для впровадження медіаграмотності.*

**Ключові слова:** *медіакомпетентність, медіаграмотність, медіаосвіта, компетентнісний підхід, інтерактивні методи, критичне мислення, майбутні вчителі суспільних предметів, заклади вищої освіти.*

**Постановка проблеми.** Система вищої освіти в Україні формується як один з пріоритетних напрямів і ціннісних орієнтацій державності та суспільної свідомості. Проблеми виховання, освіти, розвитку молодого покоління набувають особливого значення, оскільки майбутнє України більшою мірою залежатиме від розвитку духовної і моральної сфери суспільства. Тому саме професійна педагогічна діяльність учителя як носія духовних цінностей, спадкоємця поколінь покликана сприяти утвердженню гуманної, демократичної, медіаграмотної особистості, здатної до саморозвитку, самореалізації своїх інтересів та обдаровань.

Сучасне навчання стає дедалі мультимедійнішим, інтерактивнішим, дистанція між студентом та педагогом варіюється залежно від «споживчих властивостей» інформації, яка надається. Розвиток України та входження у всесвітній інформаційний простір спонукає до впровадження нових напрямків освіти, серед яких медіаосвіта посідає не останнє місце. Реформування сучасної вищої педагогічної освіти з врахуванням європейських стандартів передбачає, насамперед, підготовку компетентного фахівця, який умітиме визначати педагогічні цілі й успішно їх досягатиме, вміло впроваджуватиме інноваційні технології навчання, усвідомлюватиме свою соціальну відповідальність, працюватиме над особистісним й професійним зростанням.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проаналізувавши останні дослідження та публікації, можна ствердити, що ця тематика з отриманням Україною незалежності, здобула широкий науковий розголос. Питання, пов'язані з аспектами дослідження розвитку медіаосвіти та медіаграмотності в Україні відображені в працях українських дослідників. В українському науковому дискурсі цінними є дослідження у сфері медіаосвіти і медіаграмотності таких учених, як В. Ф. Іванов, Т. В. Іванова, О. В. Волошенюк, Д. Ю. Дзюба, Л. М. Кульчинська, Л. А. Найдьонова, І. І. Негреєва, Л. Є. Новікова, О. Й. Пашкова, С. Хоменок, Г. В. Онкович, Н. І. Череповська й ін.

Теорія та практика медіаосвіти в сучасному науковому дискурсі є предметом дослідження багатьох учених у працях про мас-медіа в цілому, моделі й методи медіаосвіти таких авторів, як Сінді Шейбе, Фейз Рогоу, Маршал Маклюєн, Лен Мастерман, Олександр Федоров та інші.



**Постановка завдань дослідження.** Аналіз сучасного стану підготовки майбутніх вчителів суспільних предметів дає підстави для висновку про нагальність вирішення наступних завдань:

- Охарактеризувати процес медіаграмотності;
- Визначити особливості професійної підготовки майбутніх вчителів суспільних предметів.

Тому метою статті є визначити особливості підготовки майбутніх учителів суспільних предметів до впровадження медіаграмотності.

**Виклад основного матеріалу.** Якісна професійна підготовка майбутніх учителів суспільних предметів залежить від реформування системи вищої освіти в Україні, що передбачає пошук оптимальної відповідності між сформованими традиціями в українській вищій школі й новими нововведеннями. Для вдосконалення професійної освіти, забезпечення її доступності та ефективності, підготовки молоді до життя і діяльності в інформаційному суспільстві сьогодні доцільно враховувати процеси стрімкого інформаційно-технологічного розвитку різних галузей. Аби навчити майбутніх учителів користуватися інноваційними технологіями, слід сформувати у них уміння керувати потоками інформаційних ресурсів, опанувати комунікаційними технологіями і стратегіями їх використання. Для цього викладач має володіти новітніми технологіями навчання. Саме медіаосвіта ставить за мету якнайповніше скористатися освітнім і технічно-комунікаційним потенціалом сучасних ЗМК і є, за визначенням ЮНЕСКО, окремим напрямом освіти, оскільки допомагає людині усвідомити способи використання масової комунікації в суспільстві; аналізувати медіатексти та критично оцінювати запропоновані в них цінності, політичні, соціальні, комерційні та культурні інтереси, а також створювати і поширювати через мас-медіа власні медіа тексти [3, с. 152.].

Як засвідчують підсумкові документи багатьох міжнародних форумів, де обговорювалися проблеми медіаосвіти, медіа процес у світі орієнтується на громадянську відповідальність, гуманізм і демократію. Саме медіаосвітні технології, котрі виокремилися в окрему частину педагогіки – медіадидактику, яка розробляє теорію медіаосвіти й навчання, науково обґрунтовує зміст медіаосвіти, вивчає закономірності, принципи, методи й організаційні форми навчання із залученням медіа продуктів та опертям на мас-медіа, – втілюють принципи гуманізації освіти, сприяють підвищенню інтелектуального, культурного, духовного, морального рівня майбутнього вчителя.

У багатьох країнах медіаосвіта функціонує як система, що стала невід’ємною частиною, з одного боку, загальноосвітньої підготовки молоді, з другого – масових інформаційних процесів. Вона включена до глобалізаційних перетворень і є складовою гарантування конкурентоспроможності економіки, нерозривно пов’язана з розвитком демократії в умовах інформаційного суспільства. Перші досягнення в експериментальному впровадженні медіаосвіти в Україні підтверджують необхідність інтеграції ініціатив суб’єктів освітнього процесу і широкої громадськості в ефективну національну медіаосвітню систему.

Впровадження медіаосвіти у вищій педагогічній школі відповідає загальноєвропейським вимогам до вищої освіти. Бути медіаграмотним означає розуміти всі засоби комунікації, насамперед масової, та формат (наприклад, друковані газети та журнали, радіо та телебачення, кабельні засоби передавання інформації, CD, DVD, мобільні телефони, текстові формати та формати для фотографій і графічних зображень), в яких здійснюється передавання та подання даних, інформації та знань. Даючи характеристику поглядам Дж. Поттера у підручнику «Медіаосвіта та медіаграмотність» автори Валерій Іванов, Оксана Волошенюк зазначають, що медіаграмотність – це не категорія. Нема нульового рівня медіаграмотності, як і нема найвищого рівня, якого може досягти людина. Медіаграмотність – це континуум, тобто безперервний, багатогранний процес. Сила переконань особистості базується на кількості та якості структурованих знань, якими вона володіє.

Вирішити проблему модернізації вітчизняної вищої педагогічної школи на новій, інформаційній основі можна, скориставшись новим методологічним баченням основ освіти в реаліях інформаційного суспільства, запропонованим академіком В. І. Луговим. Урахувавши фундамен-

тальну роль інформації в організації окремої людини, суспільства та освітньої сфери в цілому, український науковець висунув авторську теорію освіти в інформаційному суспільстві – культурно-інформаційну. В основу зазначеної теорії покладено поняття про інформацію як фундаментальну категорію освіти, такими як є матерія для філософії чи рух для фізики [2, с. 55-56]. Вченим виділено чотири інформаційні механізми програмування діяльного існування людини:

- генетичний код;
- індивідуальна набуваність;
- соціумно-індивідуальне наслідування;
- соціально-культурне програмування.

Перший є у всіх живих організмів на Земній кулі, другий – тільки у тих, які мають нервову систему. Поява третього детермінується не тільки достатньо високим розвитком нервової системи, але й соціумним способом життя. Для четвертого ж обов'язковим є існування інформаційно насиченої культури, яка вбирає в себе всю інформацію і водночас служить її джерелом. Ці механізми, поєднуючись та взаємодоповнюючи один одного у визначеній природою послідовності, зумовлюють досягнення людиною функціональності, компетентності, а відтак – й успішності в житті. Таким чином, ключовим моментом у питаннях модернізації освіти в умовах інформаційного суспільства, де інформація перетворюється на критичний ресурс та основний предмет людської діяльності, стає врахування інформаційного фактора. Для цього необхідно, врахувавши сутнісні сили людини (тобто потреби, здібності, уміння) стосовно опрацювання інформації, визначити, адекватно розробити та застосувати специфічні навчальні технології відповідно до видів інформації та психічних механізмів їх забезпечення (якими відповідно є абстрактне мислення, емоційне переживання, творча уява, товариськість та художня уява) [2, с. 56-57].

До пріоритетів, які мають забезпечуватися в першу чергу, належать перехід від освіти «на все життя» до освіти впродовж життя, дистанційна освіта, забезпечення зажиттєвого соціальнокультурного програмування становлення людини заради її успішності в житті. Підсумовуючи викладене, В. Луговий висловлює переконання, що освіта буде успішною в нових умовах, якщо модернізацію освіти пов'язати із її інформаційною роллю [2, с. 59].

Визнання фундаментальної ролі інформації приводить до нового розуміння основного завдання освіти – допомогти людині опанувати інформаційні потоки, сформувати такі комунікативні вміння, які забезпечать адекватність процесу передачі та отримання інформації, відбору релевантних комунікаційних засобів та сприятимуть природному переходу від формального навчання до освіти впродовж усього життя.

Однак на противагу традиційним освітнім технологіям, медіаосвіта бачить свою мету не в тому, щоб надати індивіду певну суму знань (які надзвичайно швидко старіють і втрачають актуальність в умовах постіндустріального суспільства), а вчить його здобувати та оновлювати свої знання впродовж життя, користуватися новітніми технологіями, організовувати процес самоосвіти. Медіаосвіта навчає критично використовувати інформаційні ресурси, запропоновані мас-медіа; користуватися комунікаційними та комп'ютерними технологіями; виробити відповідні стратегії для підвищення власного освітнього рівня та застосовувати їх впродовж всього життя. Саме ці якості, з погляду науковців, характеризують окрему групу педагогічних (освітніх) технологій – інноваційні освітні технології [1, с. 5]. Медіаосвіта сповідує особистісно-орієнтований принцип навчання, що відповідає прагненням сучасної педагогіки та пропонує широкий спектр власних моделей, методів та технологій.

**Висновки.** Процеси підготовки майбутніх учителів до професійної діяльності дуже важливі, оскільки саме вчитель є представником сучасної культури в соціумі школярів. Від рівня інформаційно-комунікативних знань та вмінь учителя залежить рівень розвитку медіакультури учнівської молоді. Особливостями підготовки майбутніх вчителів суспільних предметів до впровадження медіаграмотності є їх обізнаність у сфері медіаграмотності, вміння ефективно використовувати у навчанні існуючі та власні медіаресурси, розвиток творчого потенціалу, вміння проводити інтерактивні уроки, здатність швидко оновлювати програму відповідно до ресурсів та засобів медіаінформації, які постійно змінюються.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Андрущенко В. Інформаційні технології в системі інноваційної освіти / Віктор Андрущенко, Анатолій Олійник // Вища освіта України. – 2008. – № 3. – С. 5–15
2. Луговий В. І. Інформація, інформаційне суспільство та інформаційна роль освіти (теоретико-методологічний погляд) / В. І. Луговий // Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова : зб. наук. пр. – Вип. 11. – К. : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2007. – С. 55–60. – (Серія 7. Релігієзнавство. Культура. Філософія).
3. Recommendations Addressed to the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization UNESCO. In 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.

*Possibilities of translating media literacy from future teachers of public subjects in the process of their professional preparation are defined in the article. disciplines that are necessary for media literacy.*

**Keywords:** *media competence, media literacy, media education, competence approach, interactive methods, critical thinking, future teachers of public subjects, institutions of higher education.*

**Світлана Ізбаш**

доцент кафедри педагогіки і педагогічної майстерності  
Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

**Олена Пачина**

здобувачка другого ступеня вищої освіти «магістр» спеціальності 011 – Освітні, педагогічні науки

## **АНДРАГОГІЧНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ У МАЙБУТНІХ МАГІСТРІВ ОСВІТИ ЗАСОБАМИ ОНЛАЙН-СЕРВІСІВ**

*У статті доведено важливість формування медіаграмотності у майбутніх магістрів освіти засобами онлайн-сервісів. Визначено найбільш популярні онлайн-сервіси, які успішно застосовуються у навчанні медіаграмотності майбутніх магістрів освіти. Встановлено, що важливу роль у застосуванні онлайн-сервісів відіграє андрагогічний підхід, який має низку переваг у навчанні дорослих, що забезпечує високу якість підготовки майбутніх магістрів освіти до життя в інформаційному суспільстві.*

**Ключові слова:** *медіаграмотність, медіаосвіта, андрагогічний підхід, онлайн-сервіси, інформаційно-комунікаційні технології, медіакомпетентність, інфо-медійна грамотність, професійна підготовка, магістр освіти.*

У ХХІ тисячолітті відбувся революційний прорив у сфері телекомунікацій і розповсюдження засобів масової інформації, які відкрили людству необмежений доступ і можливості обміну колосальними обсягами інформації. Наслідками цього феномену стала необхідність громадян здійснювати оцінку релевантності та надійності інформації, повністю зберігаючи при цьому право на свободу самовираження і отримання інформації. Саме в такому контексті слід розглядати необхідність набуття людиною компетентності медіаграмотності, що розширює межі громадянської освіти, включаючи майбутніх магістрів освіти як дорослих суб'єктів до суспільних перетворень. Оскільки дорослі у процесі навчання мають свої специфічні особливості, які радикально відрізняють їх від дітей, то актуальність і доцільність андрагогічного підходу у викладанні медіаграмотності не викликає сумніву, а використання онлайн-сервісів перетворить студента з пасивного учасника навчального процесу на активного суб'єкта, здатного до самореалізації, самостійності та самоуправління.

Аналіз наукових джерел дозволяє стверджувати, що питання професійної підготовки майбутніх магістрів освіти в умовах ЗВО досліджували: А. Алексюк, В. Андрущенко, В. Бондар, О. Гура, С. Вітвицька, В. Кремень, Н. Кузьміна, В. Лозова, О. Мороз, С. Сисоєва, З. Слєпкань та ін. Система освіти дорослих, яка побудована на засадах андрагогічного підходу до навчання і виховання, актуалізується в Україні завдяки публікаціям О. Аніщенко, О. Баніт, Н. Біднюк, Л. Лук'янової, Н. Ничкало, О. Огієнко, С. Прийми, Н. Протасова, С. Сисиєвої, Л. Сігєва, Т. Сорочан та ін.

Питання використання інформаційних технологій та онлайн-засобів навчання для підготовки студентів розкрито у працях таких українських та зарубіжних вчених: В. Беспалько, В. Бикова, Ю. Горошко, М. Жалдак, Ю. Триус, Н. Морзе, С. Ракова, С. Семерікоав, О. Спіріна, С. Гончарової, Д. Ренді Гаррісона, М. Апарісіо та ін. Окремі питання використання онлайн-засобів у підготовці студентів досліджували П. Бельчев, Г. Ткачук, М. Гладун, Г. Темник та ін.



В Україні вже накопичено певний досвід медіаосвіти у вищій школі, зокрема, на бакалаврських програмах у деяких ЗВО запроваджено дисципліну «Медіаосвіта та медіаграмотність». Вирішення проблеми організації медіаосвіти у процесі професійної підготовки майбутніх педагогів започатковано у працях Т. Євтухової, О. Залюбівської, С. Ізбаш, Л. Мельник, Л. Остапенко, О. Сирцової, А. Шидловського, Т. Шроль, М. Ячменик та ін.

З 2017 року в Україні відбувається розгортання широкомасштабного проекту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність», що охоплює заклади загальної середньої освіти, а з жовтня 2019 року і педагогічні заклади вищої освіти та заклади післядипломної педагогічної освіти. Проект виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки Посольства Сполучених Штатів Америки та Посольства Великої Британії в Україні, в партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією української преси. Проектом передбачається впровадження інноваційних методик викладання з формуванням навичок інфо-медійної грамотності, що дозволить забезпечити компетентнісний підхід до підготовки майбутніх магістрів освіти на якісно оновленому рівні, зокрема із імплементацією критичного сприйняття інформації. Незаперечним лідером розвитку медіаосвітнього руху в Україні виступає Академія української преси – міжнародний благодійний фонд, неприбуткова, неурядова та незалежна організація, що підтримується європейськими та американськими інституціями. З 2001 року реалізує проекти з медіаосвіти та медіаграмотності і проводить освітні програми для педагогів та журналістів.

Аналіз досліджень та публікацій показав, що вже протягом значного часу в Україні і світі розробляється теорія та практика медіаосвіти, але досі механізми формування медіаграмотності майбутніх магістрів освіти засобами онлайн-сервісів залишаються недостатньо вивченими та потребують подальшого дослідження та цілісного аналізу.

Наукове завдання статті полягає у висвітленні основних характеристик онлайн-сервісів, які виступають ефективними засобами формування медіаграмотності майбутніх магістрів освіти на засадах андрагогічного підходу.

Важливу роль у становленні та розвитку медіаосвіти відіграло ЮНЕСКО. Вважається, що вперше термін «медіаосвіта» був вжитий у 1973 р. на спільному засіданні сектору інформації ЮНЕСКО та Міжнародної ради з кіно та телебачення У документах ЮНЕСКО вказано, 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 [1, с. 8]. Нова редакція Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, яка прийнята в 2016 році трактує медіаосвіту, як «частину освітнього процесу, спрямовану на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій» [2].

Результатом медіаосвіти має бути підвищення рівня медіакомпетентності, або її ще називають медіаграмотністю, яка полягає в сукупності мотивів, знань, умінь і можливостей, що сприяють добиранню, використанню, критичному аналізу, оцінюванню, створюванню та поширенню медіатекстів різних форм, жанрів, а також аналізу складних процесів функціонування медіа в суспільстві [1, с. 10]. Вважається, що термін «медіаграмотність» походить від термінів «критичне бачення» та «візуальна грамотність». Канадський науковець і консультант з питань медіаграмотності Кріс Ворсноп (Chris Worsnop) вважає, що медіаграмотність – це результат медіаосвіти, вивчення медіа [1, с. 10]. Медіаграмотність визнано однією з ключових навичок XXI століття. Саме навички з медіакомпетентності унеможливають сприйняття медіатекстів поза суспільним і політичним контекстом. Українське суспільство потребує цих навичок особливо зараз, у період громадсько-політичної кризи, коли медіаспоживач ніби потрапив у «воронку» інформаційних потоків [3, с. 34].

На особливу увагу заслуговує видання сучасних американських медіапедагогів Сінді Шейбе і Фейз Рогоу «Медіаграмотність: Підручник для вчителя. Критичне мислення в мультимедіа».

медійному світі», де медіаграмотність визначається не просто як додавання медіатехнології в розумінні техніки викладання або проведення заняття з аналізу медіа чи виконання проекту з вироблення медіа-продукту. Швидше, медіаграмотність (подібно до традиційної грамотності) це розширений підхід до навчання, коли очікується від учнів, що вони використовуватимуть навички медіаграмотності не лише поза школою, а й упродовж усього життя [3, с. 34].

Отже, в основі медіаграмотності лежить модель, яка заохочує людей замислюватися над тим, що вони дивляться, бачать, читають. Медіаграмотність дозволяє споживачам критично аналізувати медіаповідомлення з тим, аби помічати там пропаганду, цензуру або однобокість в новинах і програмах суспільного інтересу (і причини таких дій також), а також розуміти як такі фактори як особа власника медіа, модель фінансування впливають на інформацію і кут її подачі [1, с. 21].

Широке застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій в сфері освіти має забезпечувати підвищення якості підготовки фахівців. Важливе місце в системі сучасної освіти посідають інформаційні засоби навчання. На думку А. Шелестової інформаційні засоби навчання являють собою електронні засоби зберігання, обробки і передачі навчальної інформації за допомогою комп'ютерів. Інформаційні засоби навчання істотно змінюють методи навчальної роботи у виші. Завдяки ним викладач має можливість продемонструвати явище в динаміці, надати навчальну інформацію за допомогою інфографіки та керувати індивідуальним процесом засвоєння знань студентами [4, с. 25]. Серед інформаційних засобів сучасної освіти найбільш актуальними і перспективними є онлайн-сервіси, які сприяють створенню умов для мотивованого навчання та спільної діяльності у віртуальному середовищі.

На думку М. Апарісіо, електронні освітні системи містять три основні компоненти: користувачі, технології та сервіси. Користувачі взаємодіють із системами електронної освіти. Технології забезпечують підтримку контенту, комунікації та інструментів роботи. Сервіси поєднують відповідні педагогічні моделі та навчальні стратегії [5, с. 298]. До переваг онлайн-сервісів С. А. Гончарова відносить такі: економічна ефективність; оперативна обробка інформації; централізоване зберігання даних; динамічність; альтернативність; незалежність від платформи; нескладна організація спільної роботи над документами. Серед недоліків: необхідність постійного підключення до мережі Інтернет; залежність навчального процесу від якості Інтернет-каналу [6, с. 338]. Онлайн-сервіси є компонентом інтегрованого навчального середовища ЗВО, який забезпечує, підтримує та доповнює навчальний процес, даючи змогу вирішувати наступні завдання: робота із документами у різних форматах; робота із різноманітним цифровим контентом; вироблення у студентів практичних ІТ-навичок як персональних, так і командних; створення якісних інформаційних продуктів та послуг тощо [4, с. 26].

На нашу думку, серед найбільш популярних сьогодні онлайн-сервісів, які успішно застосовуються у навчанні медіаграмотності майбутніх магістрів освіти, можна визначити наступні: Padler, ClassTime, Canva, WikiWall, Quik, MentiMeter, MindMister, GoogleClassroom, Kahoot, LearningApps, GoogleDrive. Перелічені онлайн-сервіси дозволяють конструювати різні навчальні завдання, використовуючи зображення, слайди, звукові ефекти, відео, анімацію, графіку, а також зберігати, накопичувати, обробляти та презентувати результати командної роботи у різних формах. Але найважливішим фактором є інтерактивність, що надає користувачам можливість активної взаємодії не тільки з цими засобами, але й між собою у процесі навчального діалогу у віртуальному освітньому середовищі.

Сьогодні, відповідно до андрагогічного підходу, дорослій людині належить провідна роль у процесі навчання. Оскільки дорослі у процесі свого навчання мають свої яскраво виражені специфічні особливості, які радикально відрізняють їх від учнівства, С. Змеєв виділяє передумови, які обґрунтовують важливість андрагогічного підходу у контексті удосконалення навчального процесу:

- дорослий, який навчається, прагне до самореалізації, самостійності, самоуправління і визнає себе таким;
- дорослий, який навчається, має життєвий (побутовий, соціальний, професійний) дос-

від, який може бути використаний як важливий елемент навчання для самої людини, так і для його колег;

– доросла людина навчається для вирішення важливої життєвої проблеми у досягненні конкретної цілі;

– дорослий, який навчається, розраховує на швидке використання отриманих в ході навчання умінь, навичок, знань, особистісних якостей;

– навчальна діяльність дорослого, що навчається, значною мірою детермінується часом, простором, професійними, соціальними факторами, які чи обмежують, чи спонукають до процесу навчання;

– процес навчання дорослої людини організований у вигляді спільної діяльності того, хто навчається і того, хто навчає на всіх його етапах: діагностики, планування, створення умов, реалізації, оцінювання, та певною мірою, корекції [7, с. 96].

Ми вважаємо ці передумови необхідними для врахування під час організації навчання з формування медіаграмотності у майбутніх магістрів освіти засобами онлайн-сервісів.

Онлайн-сервіси навчання при їх грамотному використанні дозволяють врахувати андрагогічний підхід до формування медіаграмотності майбутніх магістрів освіти, який :

- базується на широкому спілкуванні, зближенні думками, ідеями, інформацією учасників спільного проекту, на цілком природному бажанні пізнати нове, розширити свій кругозір;
- має в своїй основі реальні дослідницькі методи, що дозволяють пізнавати соціальні явища в їх динаміці, в процесі вирішення життєво важливих проблем, а також особливості різноманітних видів творчості в процесі спільної діяльності;
- сприяє опануванню вміннями, навичками з планування, реалізації, оцінювання і корекції спільної роботи у процесі навчання;
- допомагає дорослим учням враховувати власні (і своїх колег у навчанні) вікові, психологічні, соціальні, професійні особливості;
- дає можливість обмінюватися набутим досвідом під час виконання спільного завдання, визначати свої навчальні потреби;
- сприяє створенню умов, необхідних для самореалізації студентів і підвищення ефективності та результативності їх життєдіяльності.

Ефективність андрагогічного підходу обумовлюється не тільки перерахованими вище його характеристиками, але і підвищеним інтересом до використання на занятті інтерактивних засобів навчання. Інтерактивні елементи дозволяють зберігати мотивацію студентів під час засвоєння знань, оскільки студенти отримують можливість самостійно проектувати явища і процеси, застосовувати творчий підхід, зберігати інформацію у зручному форматі і завжди повернутися до виконаного завдання. Застосування електронних інтерактивних додатків активізує роботу студентів на занятті, допомагає уникнути монотонної діяльності і дійсно підвищує якість знань.

Використання інтерактивних методів навчання дозволяє дати матеріал в доступній, цікавій і образній формі, сприяють кращому засвоєнню знань, викликає інтерес до пізнання, формує комунікативну, особистісну, соціальну, інтелектуальну компетенції. Сьогодні сучасні інтернет технології є невід'ємною частиною життя. Їх застосування дає змогу навчатися за допомогою інтерактивності, зробити навчання більш наочним і динамічним, посилити рівень сприймання та розуміння матеріалу.

Представимо деякі онлайн-сервіси, які ми використовуємо на заняттях для навчання студентів основам медіаграмотності.

Canva (<https://www.canva.com>) – це онлайн-сервіс, який дозволяє візуалізувати спільний проект у вигляді плакату або постеру. Використовуючи цей інструмент, можна втілювати ідеї за допомогою графічного контенту. Цей сервіс демонструє можливості використання онлайн-засобів шляхом залучення групи учасників у середовище Canva для спільного створення проекту та візуалізації ідей за допомогою доступних шаблонів, безкоштовних зображень,

колекцій ікон, шрифтів, фонів, кольорів. Ми застосовувати Canva з метою створення друкованого видання, яке за допомогою маніпулятивних технологій показує як можна легко впливати на різні цільові аудиторії читачів даного видання з метою підштовхнути їх до необхідної для маніпулятора дії. Результат створення маніпулятивного плакату представлено на рис. 1.:

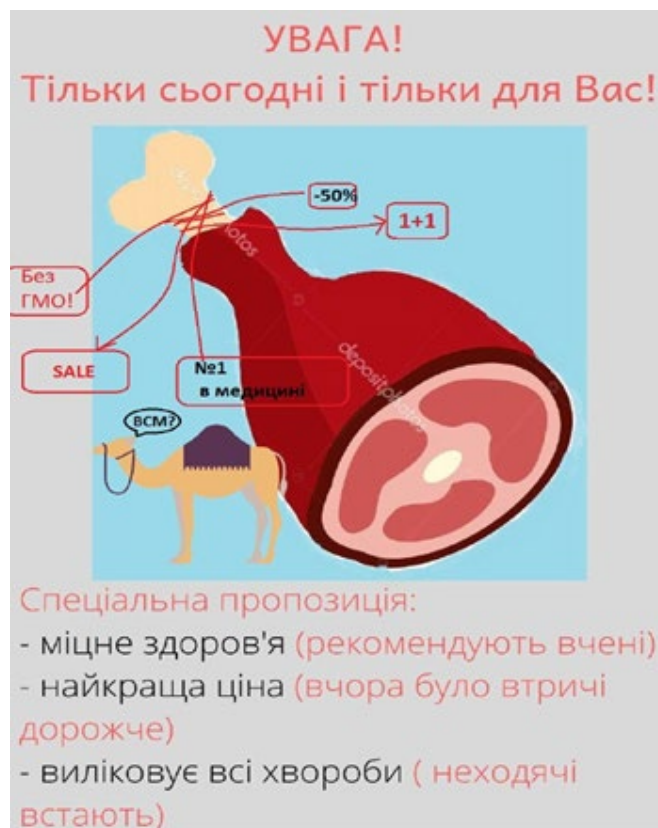


Рис. 1. Результат спільного групового проекту, створеного у середовищі онлайн-сервісу Canva

Pixton – (<http://www.pixton.com>) – сервіс, що дозволяє додавати персонажів з бази, змінювати їх та складати історії. Дидактичний потенціал коміксів відображається у можливості створення коміксів самими учасникам, завдяки чому може відбуватися глибоке засвоєння подій, ситуацій від імені яких учасники вибудовують діалоги та створюють візуалізацію обставин. Комікси сприяють розвитку візуальної грамотності через відображення реальної або історичної дійсності. Прикладом такого завдання може слугувати розробка коміксу за допомогою сервісу Pixton під час виконання вправи «Хто формує порядок денний у ЗМІ?» (рис. 2).



Рис. 2. Результат створення коміксу за допомогою онлайн-сервісу «Pixton» за умовами вправи «Хто формує порядок денний у ЗМІ?»



Таким чином, за допомогою коміксів ми можемо урізноманітнити види діяльності слухачів, сформувати візуальну грамотність як одну з основних компетентностей медіаграмотності та виробити вміння оцінювати обставини, висловлювати власне ставлення до певних подій та розвивати критичне мислення.

Kahoot – (<https://kahoot.com>) це порівняно новий сервіс для створення онлайн вікторин, тестів і опитувань. Студенти можуть відповідати на створені викладачем тести з планшетів, ноутбуків, смартфонів, тобто з будь-якого пристрою, що має доступ до Інтернету. Створені в Kahoot завдання дозволяють включити в них фотографії і навіть відеофрагменти. Темп виконання вікторин, тестів регулюється шляхом введення часової межі для кожного питання. При бажанні викладач може ввести бали за відповіді на поставлені питання: за правильні відповіді і за швидкість.

Використання цього сервісу на заняттях з медіаграмотності має на меті створення цікавих вікторин для майбутніх магістрів освіти. Фрагмент вікторини представлено на рис. 3:

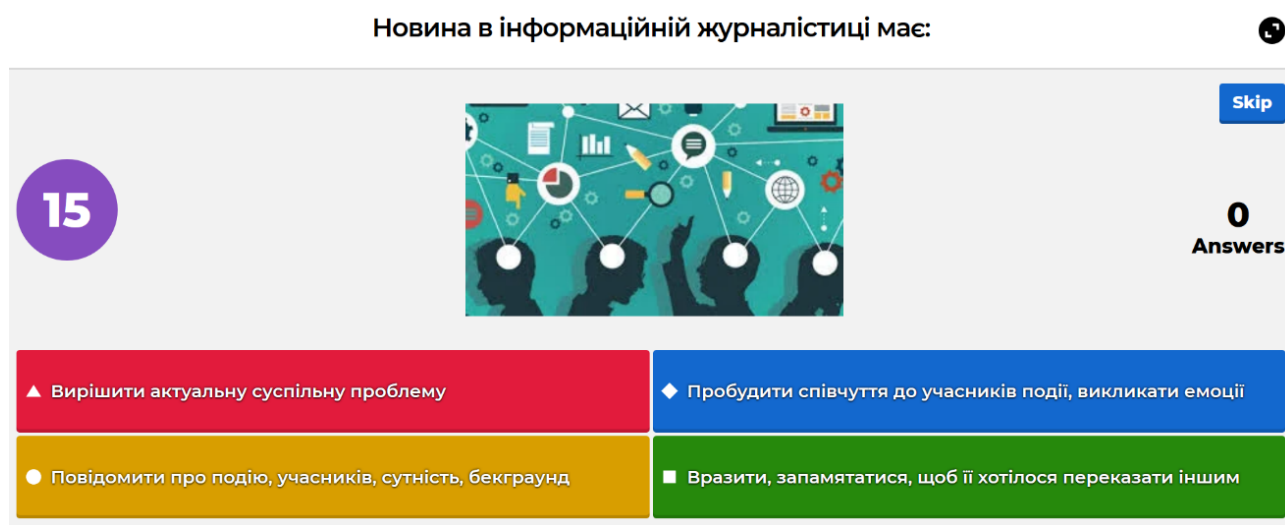


Рис. 3. Фрагмент вікторини у середовищі онлайн-засобу «Kahoot»

Отже, використання онлайн-сервісу Kahoot може сприяти формуванню позитивної мотивації до навчання основам медіаграмотності, а також виступати засобом розробки діагностичних процедур перед або після вивчення тем, застосування методу командної гри у процесі навчання. Використання Kahoot може бути ефективним методом оригінального отримання зворотнього зв'язку зі студентами на будь-якому етапі навчання, а особливо під час рефлексії.

Застосування онлайн-сервісів на заняттях з основ медіаграмотності у процесі навчання майбутніх магістрів освіти на засадах андрагогічного підходу має низку переваг і характеризується наступними особливостями: навчання стає індивідуальним, що враховує природу особистості, інтереси і потреби кожного студента; вдосконалюється візуальне сприйняття, що значно спрощує процес засвоєння навчального матеріалу; активізується мотивація до навчання та пізнавальна діяльність студентів, вони отримують теоретичні знання та практичні навички; забезпечується можливість вирішувати специфічні завдання за допомогою різних інтерактивних методів (мозковий штурм, проектна робота, онлайн-опитування, рефлексія, групова робота, ситуаційні завдання тощо), здійснювати формувальне оцінювання та підтримувати безперервний навчальний процес.

Таким чином, це неодмінно може сприяти реалізації головного завдання освітнього процесу – формуванню міцних знань з медіаграмотності і забезпеченню високої якості підготовки майбутніх магістрів освіти до життя в інформаційному суспільстві.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / В. Ф. Іванов та ін. Київ : АУП 2012. 352 с.
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. URL: [https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/) (дата звернення: 24. 02. 2020).
3. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність. Критичне мислення у мультимедійному світі : підруч. для вчителя / пер. з англ. С. Дьома ; за заг. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. К. : Центр вільної преси, Академія Української Преси, 2014. 319 с.
4. Шелестова А. Онлайн-сервіси як перспективні та альтернативні засоби навчання студентів вишів України. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. Київ, 2018. №2. С. 23-29.
5. Aparicio M., An e-Learning Theoretical Framework / M. Aparicio, F. Vacao, T. Oliveira. Educational Technology & Society. 2016. № 9(1). P. 292-307.
6. Гончарова С. А. Использование онлайн сервисов сети интернет в учебном процессе вуза / Международный конгресс по информатике: информационные системы и технологии : материалы международного научного конгресса, (Минск, 31 окт. – 3 нояб. 2011 г.) : в 2 ч. Ч. 1. Минск : БГУ, 2011. С. 336-339.
7. Змеев С. И. Андрагогика : основы теории, истории и технологии обучения взрослых М. : ПЕРСЭ, 2007. 272 с.

*The importance of medialiteracy in future masters of education by means of online services is proved in the article. The most popular online services that are successfully used in teaching medialiteracy of future masters of education are identified. An andragogical approach has been found to play an important role in the use of online services, which has a number of advantages in adult education, which ensures the high quality of preparation of future masters of education for life in the information society.*

**Keywords:** *medialiteracy, media education, andragogical approach, online services, information and communication technologies, media competence, information and media literacy, professional training, master of education.*

**Наталія Пономаренко**

викладач української мови і літератури

Машинобудівний коледж

Сумського державного університету

аспірантка кафедри української мови і літератури

Сумський державний педагогічний університет

ім. А. С. Макаренка

## **ФОРМУВАННЯ МОВЛЕННЕВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 061 ЖУРНАЛІСТИКА ЗА ДОПОМОГОЮ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ**

*У статті досліджуються технологія розвитку критичного мислення, враховуючи педагогічний досвід, аналізується та розкривається специфіка його застосування в ході формування мовленнєвої компетентності студентів спеціальності 061 Журналістика.*

***Ключові слова:** критичне мислення, текст, метод, знання, навички, вміння, студент спеціальності 061 Журналістика.*

**Постановку проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** Відповідно до статті 7 Закону України «Про освіту» мовою освітнього процесу є державна мова (українська), а « заклади освіти забезпечують обов'язкове вивчення державної мови, <...> в обсязі, що дає змогу провадити професійну діяльність у вибраній галузі з використанням державної мови» [3, 10].

А статті 24, 25, 26 Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» визначають панівною у сферах друкованих засобах масової інформації, книговидання та книгорозповсюдження, телебачення та радіомовлення державну мову [2].

Зважаючи на надання українській мові належного статусу, постає проблема забезпечення використання державної мови у сфері журналістики та дослідження формування мовної і мовленнєвої компетентності випускників спеціальності 061 Журналістика.

Сучасний студент закладу фахової передвищої освіти – це здобувач освіти, який вимагає нових технологій навчання. Спектр інноваційних методів навчання різнобічний. Зважаючи на досвід викладачів української мови і літератури та спецдисциплін спеціальності 061 Журналістика, найефективнішими вважаємо під час викладання мовних курсів для студентів спеціальності 061 Журналістика закладу фахової передвищої освіти є прийоми технології критичного мислення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спирається автор; виділення нерозв'язаних частин загальної проблеми, які розкриває ця стаття.** Питання формування мовленнєвої компетентності є предметом вивчення таких дослідників: А. Хуторського, К. Ушинського, Л. Варзацької, М. Пентилюк, О. Пометун, О. Семенов, питання застосування технології критичного мислення вивчають О. Пометун, М. Лімпан, Д. Халперн та інших.

**Постановка завдань дослідження.** Мета статті – дослідити технологію розвитку критичного мислення, використання прийомів технології розвитку критичного мислення під час формування мовленнєвої компетентності майбутніх молодших спеціалістів з журналістики.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Першочерговим завданням філолога є вдосконалення вмінь здобувачів освіти, що становлять основу мовленнєвої компетентності.

Мовленнєва компетентність – це важлива «інтегральна якість людини, що сприяє її соціалізації, виявляється в здатності та готовності до користування мовними засобами, закономірностями їх функціонування для побудови та розуміння мовленнєвих висловлювань» [7, 76].

Мовленнєва компетенція забезпечує розвиток у студентів мовленнєвих умінь, які поділяють на продуктивні (умінні говорити та писати) та рецептивні (уміння слухати та читати).

На нашу думку, до вмінь і навичок мовленнєвої компетентності належать: знати особливості різних функціональних стилів і типів мовлення; уміти грамотно, послідовно, логічно формулювати думки; уміти оперативно застосовувати знання з мови відповідно до мовленнєвої ситуації; уміти створювати висловлювання різних типів, стилів, жанрів з урахуванням мовленнєвої ситуації; правильно вживати синтаксичні конструкції, використовуючи різну будову та метою висловлення; уміти дотримуватися норм українського мовленнєвого етикету.

Мовленнєва компетентність формується за допомогою застосування технології критичного мислення.

Даяна Халперн у своїй роботі «Психологія критичного мислення» зазначає, що критичне мислення – це «...використання таких когнітивних навичок і стратегій, які збільшують імовірність отримання бажаного результату» [8, 245].

Сьогоднішній інформаційний потік та ринок праці вимагає від фахівця орієнтації в сучасному суспільстві, а від педагога вимагає навчити здобувачів освіти здобувати знання, що допоможуть жити й працювати разом. На досягнення саме цієї мети спрямована технологія розвитку критичного мислення, яка ґрунтується на інтерактивній взаємодії, виключає домінування одного учасника над іншим, тому є достатньо ефективною для формування комунікативної компетентності учнів [6, 2].

Завдання технології критичного мислення: 1) формування нового стилю мислення, для якого характерні відкритість, гнучкість, усвідомлення внутрішньої багатозначності позиції і точок зору, альтернативності прийнятих рішень; 2) розвиток таких базових якостей особистості, як критичне мислення, комунікативність, креативність, мобільність, самостійність, толерантність, відповідальність за власний вибір і результати своєї діяльності; 3) розвиток аналітичного, критичного мислення. Завдання навчити студентів: виділяти причинно-наслідкові зв'язки; розглядати нові ідеї та знання в контексті вже наявних; відкидати непотрібну або невірну інформацію; розуміти, як різні частини інформації пов'язані між собою; виділяти помилки в міркуваннях; робити висновок про те, чиї конкретно ціннісні орієнтації, інтереси, ідейні установки відбивають текст або провіщає людина; уникати категоричності у твердженнях; бути чесним у своїх міркуваннях; визначати помилкові стереотипи, що ведуть до неправильних висновків; виявляти упереджене ставлення, думку і судження; вміти відрізнити факт, що завжди можна перевірити, від припущення і особистої думки; брати під сумнів логічну непослідовність усної або письмової мови; відокремлювати головне від істотного в тексті або в мові і вміти акцентувати на першому; 4) формування культури читання, що включає в себе вміння орієнтуватися в джерелах інформації, користуватися різними стратегіями читання, адекватно розуміти прочитане, сортувати інформацію з точки зору її важливості, «відсівати» другорядну, критично оцінювати нові знання, робити висновки і узагальнення; 5) стимулювання самостійної пошукової творчої діяльності, запуск механізмів самоосвіти і самоорганізації [4, 255].

Проведення формувального етапу дисертаційного дослідження «Формування мовленнєвої компетентності майбутніх молодших спеціалістів з журналістики у процесі професійної підготовки» показало, що рівень сформованості мовленнєвої компетентності молодших спеціалістів спеціальності 061 Журналістика – низький. Експеримент проводився серед студентів спеціальності 061 Журналістика Машинобудівного коледжу Сумського державного університету, Барського гуманітарно-педагогічного коледжу ім. М. Грушевського, Прилуцького гуманітарно-педагогічного коледжу ім. І. Я. Франка та Коледжу Університету сучасних знань. Результати цього етапу засвідчили: випускник не вміє самостійно мислити, не бачить не тільки оригінального, але й навіть загального, як в типових, так і неординарних ситуаціях, об'єктах і явищах.



Задля покращення показників сформованості мовленнєвої компетентності у студентів спеціальності 061 Журналістика застосовували технологію розвитку критичного мислення на заняттях мовного циклу мови, використовували методи та прийоми, що необхідні не тільки в навчанні, але й для повсякденного життя. Вважаємо одним із провідних засобів – залучення студентів до висловлення різних думок, поглядів щодо будь-якої навчальної, наукової чи суспільної проблеми, формуючи вміння приймати власні рішення. На цьому етапі варто застосовувати такі прийоми: «Барометр», «Займи позицію», «Дебати» тощо.

Важливе місце у формуванні мовленнєвої компетентності займає робота з текстом будь-якого характеру. Працюючи з текстом, студент читає, переказує, аналізує, трансформує, інтерпретує, дискутує, створює. У ході роботи з текстом студентові варто опанувати текст, сформулювати власну думку. У процесі обговорення формується вміння слухати та мати повагу до будь-якої думки.

У той же час студенти повинні навчитися критично оцінювати якість свого мовлення, знаходити в ньому помилки, недоліки, мати бажання та вміння виправляти їх, постійно збагачувати свій словниковий запас, всебічно вдосконалювати мовленнєву культуру.

Погоджуємося з думкою, що доречно було б використовувати і популярні методи демонстрації процесу мислення як графічна організація матеріалу. Моделі, малюнки, схеми і т. п. відображають взаємини між ідеями, показують студентам хід думок. Процес мислення, прихований від очей, стає наочним, знаходить видиме втілення [1, с. 124].

Використання технології критичного мислення передбачає вміння ставити запитання й шукати відповіді, застосовувати набуті знання для розв'язання завдань та проблем, обговорювати ідеї гідно й конструктивно та чути один одного. Критичне мислення є досить складним процесом творчої переробки інформації, пов'язаної з її усвідомленням, переосмисленням і творчим дозріванням ідей у результаті такої діяльності. Це процес, що найчастіше починається з визначення проблеми, продовжується пошуком і осмисленням інформації, закінчується прийняттям рішення щодо розв'язання поставленої проблеми.

Дослідник М. Ліпмана зазначає, що критичне мислення «є вмільм відповідальним мисленням, що дає можливість людині формулювати надійні вірогідні судження, оскільки засновуються на критеріях, є таким, що самокерується й тяжіє до контексту» [5, 58].

Технологію критичного мислення можна використовувати на будь-якому етапі заняття мовного циклу. На початковому етапі заняття доцільно застосовувати такі форми роботи, які сприятимуть актуалізації опорних знань і налаштуватимуть на роботу: асоціювання; групування; мозкова атака; припущення на основі малюнків; питання – відповіді; теоретична розминка. Якщо на початку заняття визначаються цілі та ставляться проблемні завдання, то на основному етапі заняття варто застосовувати такі прийоми в роботі, які дозволили б із мінімуму витраченого часу отримати максимум результатів (відповідей, навичок). Тому доречно надавати перевагу таким формам роботи: джигсоу, «знайди невідоме»; робота в групах; ажурна пилка; кероване читання з передбаченням; інсерт; порівняння; читання з маркуванням тексту; завдання на встановлення відповідності; метод дослідження. На завершальному етапі заняття здобувачі освіти додають здобуті знання до вже наявних, маючи можливість обмінятися думками, висловити власні враження, оцінити роботу. Тому виправдовують себе такі прийоми: кола Вена, ігри Едварда де Боно, «незакінчене речення»; сенкан; діаманта, твір-п'ятихвилинка; кубування.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.** Вважаємо, що технологія критичного мислення є ефективною в процесі формування мовленнєвої компетентності студентів спеціальності 061 Журналістика на заняттях мовного циклу, бо передбачає моделювання життєвих ситуацій, використання рольових ігор, які сприяють закріпленню навичок і вмінь, виробленню цінностей, створенню атмосфери співробітництва, взаємодії. Але добирати й використовувати різноманітні види робіт слід, ураховуючи зміст і мету заняття.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Заир-Бек С. И. Муштавинская И.В. Развитие критического мышления на уроке: Пособие для учителя. М.: Просвещение, 2011. 223 с.
2. Закон України «Про забезпечення функціонування української мовияк державної» від 25.04.2019 № 2704-VIII. Законодавство України.URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19> (дата звернення: 20.02.2020)
3. Закон України «Про освіту»: чинне законодавство станом на 22 лютого 2019 року: офіційний текст. Київ: Алерта, 2019. 124 с.
4. Колеченко А. К. Энциклопедия педагогических технологий. СПб.: Каро, 2006. 368 с.
5. Макашова Ю. Формування комунікативної літературної компетенції через використання технології розвитку критичного мислення учнів: Розробки уроків. Українська мова й література в середніх школах, гімназіях, ліцеях та колегіумах. 2011. №9. С.57-64.
6. Тімченко С. О. Критичне мислення: крок до комунікативної компетенції учня. Вивчаємо українську мову і літературу. 2011. №19-21. С. 2 – 10.
7. Скибун Н. Професійна мовленнєва компетентність як наукове поняття (Professional Speech Competence as Scientific Notion). Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology. Budapest. 2015. Part III (37). Issue: 75. P. 76– 79
8. Халперн Д. Психология критического мышления. СПб.: Питер, 2000. 512 с.

*The paper analyzes the use of critical thinking development technologies through reading and writing, teaching experience is generalized, specifics of its application during the formation of speech competence of students of specialty 061 Journalism are revealed.*

**Keywords:** *critical thinking, text, method, knowledge, skills, abilities, students of specialty 061 Journalism.*

**Марина Ячменик**

Сумський державний педагогічний університет  
імені А. С. Макаренка

**Надія Кириленко**

Сумський державний педагогічний університет  
імені А. С. Макаренка

## **ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ-СЛОВЕСНИКІВ (НА ПРИКЛАДІ РОБОТИ НАУКОВИХ ГУРТКІВ СУМСЬКОГО ПЕДАГОГІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ А. С. МАКАРЕНКА)**

*У статті з оглядом на проведену дослідно-експериментальну роботу студентських наукових гуртків «Медіакультура вчителя-словесника», «Фольклорні традиції Сумщини» у Сумському державному педагогічному університеті імені А. С. Макаренка окреслено окремі аспекти формування медіаграмотності майбутніх учителів-словесників через опанування теоретичного блоку знань із основ медіаграмотності, практичних умінь і навичок здійснення міжособистісного спілкування у сучасному медіапросторі; оволодіння культурою дослідницької роботи з медіатекстом; формування вмінь моделювати зв'язний медіатекст із урахуванням принципів текстової організації, новизни інформації; використання засобів медіаосвіти у навчальній та майбутній професійній діяльності.*

**Ключові слова:** *медіаграмотність, майбутній учитель-словесник, науковий гурток, дослідницька компетентність, культура роботи з медіатекстом.*

**Постановка проблеми.** Посилена діджиталізація інформаційного простору мотивує вчителів до формування медіаграмотності молодих громадян України. Зокрема, учитель-словесник повинен володіти критичним мисленням, комунікувати в мережевому просторі, враховуючи соціальну толерантність, створювати якісний медіапродукт/медіатекст різних видів та жанрів, проєктувати і проводити уроки, гурткову роботу, виховні заходи з використанням онлайн-інструментів. Такі вимоги потребують удосконалення змісту всіх складових професійної підготовки майбутніх учителів української мови і літератури у закладах вищої педагогічної освіти.

Важливим компонентом формування медіаграмотності вважаємо підготовку майбутніх учителів-словесників до позакласної дослідницької діяльності. Одним із головних напрямів – залучення студентів до науково-дослідної роботи у вищій школі.

**Аналіз актуальних досліджень.** В Україні якісне проведення науково-дослідної роботи студентів забезпечується нормативно-законодавчими документами, серед яких – Закони України «Про наукову і науково-технічну діяльність» (2014 р.), «Про вищу освіту» (2014 р.) тощо. На подолання цифрової нерівності наголошується у Національній програмі цифрової грамотності в Україні (2020), Концепції розвитку медіаосвіти в Україні (2010, 2016). Метою медіаосвіти, за Концепцією розвитку медіаосвіти в Україні (2010), є формування медіакультури особистості в середовищі значущих для неї спільнот (малих груп, родин, навчальних і виробничих колективів, місцевих громад тощо). У Концепції 2016 року мету медіаосвіти доповнено і скоординовано на інформаційну безпеку держави, розвиток громадянського суспільства, протидію зовнішній інформаційній агресії, всебічну підготовку дітей і молоді до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формування у громадян медіаінформаційної грамотності і медіакультури відповідно до вікових, індивідуальних та інших особливостей.

Мета статті – дослідити формування медіаграмотності майбутніх учителів-словесників, на прикладі діяльності наукових гуртків «Медіакультура вчителя-словесника» (<https://www.facebook.com/groups/1544313565646322/?ref=bookmarks>), «Фольклорні традиції Сумщини» (<https://fisf.sspu.edu.ua/nauka/laboratoriia-ukrainskoho-folkloru>) у Сумському державному педагогічному університеті імені А. С. Макаренка.

**Виклад основного матеріалу.** Окреслимо ключові поняття статті «медіаграмотність», «науковий гурток». Аналіз поняття «медіаграмотність» здійснюємо на основі характеристик Л. Шевченко [7], І. Жилавської [2], котрі акцентують увагу на уміннях аналізувати та синтезувати медійну реальність, уміння «читати» медіатекст, на здатність використовувати медійну техніку, знання основ медіакультури, аналізувати, оцінювати повідомлення в різних формах, розвинути здатність до аналізу, сприйняття, створення медіатекстів. У межах дослідження поняття «медіаграмотність» розглядаємо як сукупність теоретичних знань з медіаосвіти і практичних умінь майбутнього вчителя-словесника сприймати і критично аналізувати медіаінформацію різних видів і жанрів, створювати і використовувати у навчанні мовно-літературних предметів педагогічно доцільні медіаосвітні продукти (медіатексти).

Як показує проведений науковий аналіз праць Л. Волошина [1], О. Семенов [5] науковий студентський гурток – це добровільне об'єднання студентів навчального закладу з метою реалізації науково-дослідної роботи у певних галузях знань під керівництвом викладачів та науковців закладу освіти. Наукові гуртки дозволяють студентів розпочати повноцінну наукову діяльність, підвищити свою професійну майстерність, розвинути в собі талант лідера.

Зокрема, гуртки «Медіакультура вчителя-словесника», «Фольклорні традиції Сумщини» сприяють формуванню комунікативної компетентності, умінням працювати з текстами різних жанрів, створювати власні медійні продукти, використовувати онлайн-інструменти.

Покажемо специфіку діяльності гуртка на прикладі студентських наукових гуртків, що функціонують на кафедрі української мови і літератури у Сумському державному педагогічному університеті імені А. С. Макаренка.

Концептуальна ідея діяльності гуртків – ствердження пріоритету наукового діалогу зі студентами, молодими вчителями-одномумцями з метою проведення спільного пошуку.

Основними завданнями студентських наукових гуртків є:

- формування навичок самостійного здійснення наукових розвідок, творчого підходу до вирішення актуальних наукових проблем;
- вміння переносити знання і способи діяльності, у проблемні навчальні ситуації;
- заохочувати студентів до участі в конкурсах наукових проєктів, наукових конференціях, симпозіумах, вебінарах, круглих столах;
- сприяти публікації кращих наукових матеріалів;
- надавати організаційну, методичну та практичну допомогу студентам у реалізації творчих та наукових ідей;
- популяризувати серед учасників гуртка використання сучасних медійних пристроїв та онлайн-інструментів;
- розвивати науково-інформаційні вміння, користуватися різноманітними інформаційними ресурсами, електронними словниками;
- розвивати загальний і професійний кругозір майбутніх фахівців.

При моделюванні студентських наукових гуртків ми дотримувалися таких етапів:

1. Етап становлення, *адаптивний*, реалізується на першому курсі і передбачає ознайомлення студентів з особливостями та головними проблемами студентської наукової роботи, з окремими прийомами, методами, видами наукового дослідження, основними поняттями наукового апарату (проблема, тема, предмет дослідження тощо), правилами підбору необхідної інформації та підготовки доповідей, виступів, рецензій тощо.

2. На етапі *активного формування* (II курс), студенти беруть участь у гуртках наукової творчості студентської молоді, проблемних групах, за допомогою викладача обирають галузь наукового дослідження, а також, що особливо відповідально, конкретну тему для самостійної



пошукової роботи. Її завершенням є підготовка наукової статті, реферату, виступи на засіданнях секцій наукового студентського товариства.

3. На етапі *трансформування* (III – IV курси) наукові знання студентів значно поглиблюються. Основною формою звіту на третьому курсі є написання статей. Вони, як правило, носять реферативний (теоретичний) характер. Утім в окремих випадках зміст статті може включати й елементи власних педагогічних спостережень [4].

На четвертому курсі рівень підготовленості студентів дає можливість проводити досить вагомі самостійні дослідження. Провідним видом наукової творчості на четвертому курсі є написання курсової роботи з фахових дисциплін.

Розглянемо більш детально роботу гуртків на I етапі. Особлива увага приділяється підготовці доповідей, які обговорюються на засіданнях проблемної групи. Так цікавими темами на засіданні гуртка є аналіз поняття «медіаосвіта» як *фундаментальної складової гуманітарної безпеки* країни, що сприяє розвитку і консолідації громадянського суспільства; *безперервний процес соціалізації та самоосвіти людини під впливом засобів масової комунікації; процесу освіти і розвитку особистості з допомогою і на матеріалі засобів медіаосвіти для формування медіаграмотності мовної особистості, її культури комунікації, критичного мислення, умінь сприймати, інтерпретувати, аналізувати й оцінювати медіа тексти і медіадискурс, створювати власні медіа-продукти і творчо їх використовувати у практичній діяльності, формування медіагігієни та медіаімунітету особистості; інноваційного напрямку у педагогічній науці та практиці, спрямованого на підготовку фахівця нового покоління до роботи в сучасних інформаційних умовах.*

Наприклад, під час днів медіаграмотності на факультеті досить вдало було представлено *функції медіаосвіти*: дидактичну, виховну, розвивальну, креативну, мотиваційну, діяльнісну, діагностичну, коригувальну, емоційну, сугестивну та визначено основні медіа технології, що будуть ефективними під час роботи вчителя-словесника, а саме: мультимедійні (персональний комп'ютер, проектор, інтерактивна дошка, смартфон), інформаційно-комунікаційні (мережні медіаресурси), програмно-педагогічні (мультимедійна електронна продукція), засоби навчання як літературні видання, відеоматеріали, різноманітні медіатексти, буклети, електронні газети з використанням QR-кодів. У практичній діяльності – зустрічах із журналістами, представниками бібліотечних установ, письменниками, поетами, учителями, дослідниками регіональної фольклорної творчості; переглядах фільмів. Використання онлайн-інструментів під час фольклорної практики для створення власних медійних продуктів (фотоколажі, відеоролики, аудіо-записи, презентації, буктрейлери «Фольклорними стежками»).

На II етапі дослідницької діяльності майбутніх учителів із використанням медіатехнологій активно формуються уміння редакторської роботи з текстом, ознайомлення студентів із проблемами мовного регулювання і мовно-нормативними процесами, вплив мовної політики на соціально-економічну і національно-культурну діяльність суспільства, окреслити роль ЗМК у формуванні мовної ситуації, навички читання медіа текстів і створення якісних медіа продуктів. Здобуті знання та сформовані вміння дозволять студентів вільно орієнтуватися в сучасних мовних проблемах, виробити власний погляд на мовну політику, реалізувати їх у своїй інформаційній та комунікативній діяльності, розрізняти різноманітні прояви маніпуляцій з метою точної передачі всіх компонентів тексту оригіналу, використовувати у практичній діяльності принципи критичного аналізу тексту.

Такі заходи підтримують один із основних підходів до організації наукової роботи в університеті, а саме – принцип зв'язку наукових досліджень з майбутньою професійною діяльністю студентів і запитамі реальної практики.

Дослідницька діяльність на третьому етапі передбачає засвоєння майбутніми вчителями-словесниками суспільного досвіду педагогічних технологій та збагачення його шляхом творчої самореалізації.

У процесі роботи наукового гуртка «Фольклорні традиції Сумщини» широко практикуються такі види роботи, як проведення ділових і сюжетно-рольових ігор, зокрема, пов'язаних із народними обрядами та звичаями із застосуванням онлайн-інструментів «Вечори на Роменській», «Наворожимо долю»; на заняттях гуртка «Медіакультура вчителя-словесника» – розв'язання про-

блемних професійних ситуацій, які виникають в діяльності вчителя; бесіди, підготовка творчих есе та ін.: «Медіагігієна на рівні щоденної звички», «Кібербулінг – стоп!», «Обережно! Незнайомці у соцмережах». Порівняно з іншими формами, сюжетно-рольові ігри мають такі позитивні аспекти: висока результативність у засвоєнні знань і формуванні вмінь; формується вміння співпрацювати; формуються мотиви навчання; розвиваються гуманні стосунки між студентами; розвивається навчально-творча діяльність (планування, рефлексія, контроль, самоконтроль).

Підсумком роботи на третьому етапі наукових студентських гуртків за навчальний рік є участь у міжнародній науково-практичній конференції «Академічна культура-дослідника». Зокрема, студенти публікують власні наукові дослідження у збірнику студентських праць: «Впровадження медіаосвіти та медіаграмотності в Україні», «Розвиток медіаосвіти в країнах Європи та США», «Використання засобів медіаосвіти у професійній діяльності вчителів» та ін.

Результатом діяльності у студентських наукових гуртках є: сформовані у студентів пізнавальні потреби та інтереси, а також вольові якості, спрямовані на пошук, творчість; наявність дослідницьких знань і вмінь; уміння комунікації в мережевому просторі, враховуючи соціальну толерантність, створення якісного медіапродукту/медіатексту різних видів та жанрів із використанням онлайн-інструментів. У реальній педагогічній діяльності, як показує досвід, такі вчителі-дослідники компетентно вирішують освітні завдання, активно залучають учнівську молодь до проведення наукових досліджень.

Упродовж усіх етапів діяльності студентських наукових гуртків студентам пропонується оволодівати основами сучасної інформаційної бібліографічної культури; використовувати, а також створювати інформаційне програмно-методичне забезпечення у навчанні української мови і літератури на основі використання електронних словників, в самоосвітній і дослідницькій діяльності, використовувати різні засоби комунікації (чати, форуми, електронна пошта, блоги). Детальніше розглянемо в наступних наукових розвідках.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Волошина Л. О. Студентський науковий гурток – як допоміжна форма теоретичного та практичного навчання за кредитно-модульною системою / Л. О. Волошина, О. Ю. Оліник, Л. Д. Кушнір та ін. // Актуальні питання вищої медичної та фармацевтичної освіти досвід, проблеми, інновації та сучасні технології: матеріали навчально-методичної конференції. – Чернівці, 2012. – С. 24.
2. Жилавская И. В. (2009). Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 322
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) від 21 квітня 2016 р. № 1-2/7-110 Відновлено з: [http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzheniya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/)
4. Сидорчук Н. Г. Науково-дослідна робота як шлях формування творчої особистості майбутнього вчителя / Н. Г. Сидорчук // Всебічний розвиток особистості студента: матеріали науково-практичної конференції / за ред. академіка АПН України Д.О. Тхоржевського. – Ірпінь, 2001. – С. 468-474
5. Семенов О., Ячменик М. М. (2019) Мовно-методична підготовка майбутнього вчителя-словесника до використання засобів медіаосвіти: теорія і практика: монографія. Суми : Видавництво СумДПУ імені А. С. Макаренка.
6. Семенов, О. М., Ячменик, М. М. (2015). Медіакультура вчителя-словесника: навчальний посібник. Суми: СумДПУ імені А. С. Макаренка.
7. Шевченко, Л. І. (2014). Медіалінгвістика: словник термінів і понять. Київ: ВПЦ «Київський університет».
8. Ячменик М. М. (2019) Підготовка майбутніх учителів української мови і літератури до використання засобів медіаосвіти у професійній діяльності: дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук за спеціальністю 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти. – Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка.

**Ірена Сніховська**

кандидат філологічних наук, доцент,  
доцент кафедри англійської мови  
Житомирського державного університету  
імені Івана Франка

## **ФОРМУВАННЯ ІНФОМЕДІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ**

*У статті окреслено актуальність проблеми медійної та інформаційної грамотності у вищій освіті в сучасних умовах із застосуванням потенціалу сучасних медіаінструментів. Наголошено на важливості формування на розвитку медіакомпетентності студентів університету в контексті медіаосвіти. На основі анкетування студентів Житомирського державного університету, залучених до курсу з медіаграмотності, вдалося простежити особливості формування медіа компетентності, виявлено вхідний та вихідний рівні медіа компетентності студентів університету; визначено їхні медіа переваги, підтверджено ефективність курсу змішаного навчання для розвитку медіакомпетентності студентів.*

**Ключові слова:** *медіаграмотність, медіакомпетентність, інформаційна компетентність, критичне мислення.*

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Сьогодні беззаперечним фактом є те, що ключовою ознакою розвитку сучасного суспільства є інформатизація всіх сфер його життєдіяльності. Процес інформатизації освіти є невід'ємною складовою інформатизації суспільства і всіх напрямків навчально-виховної діяльності. Це ставить перед освітянами нові завдання, змінюючи вимоги до компетентностей сучасних учнів та студентів. У результаті з урахуванням сучасного рівня інформатизації змінюється й парадигма освіти, де навчання все більше стає особистісно-орієнтованим, акцент робиться на самостійній та індивідуальній роботі здобувачів освіти. Роль глобальних телекомунікацій у цьому процесі зростає і це зумовлює нове розуміння випускниками навчальних закладів своєї професійної діяльності в сучасному інформаційному суспільстві. Відтак, в освітньому просторі відбуваються кардинальні трансформації й загальною тенденцією інформатизації суспільства є розвиток медіакомпетентності. Зокрема, у сфері вищої освіти увага зосереджена у напрямку формування і розвитку медіакомпетентності студентів як ключової фігури медіаосвіти. Саме тому одним із ключових завдань викладача є розвиток медіакомпетентності студента, яка є необхідною для майбутніх фахівців усіх напрямків.

Мета формування і розвитку медіакомпетентності студентів – підвищити здатність студентів критично осмислювати контент, який вони отримують через соціальні медіа і через традиційні ЗМІ; підвищити їхню обізнаність про правдивість онлайн інформації, водночас сприяючи більш відповідальному використанню Інтернетом.

Медіаграмотність як спроможність критичного розуміння та взаємодії зі ЗМІ є надзвичайно актуальною в сучасному суспільстві, надаючи можливість громадянам різного віку, зокрема студентам вищих навчальних закладів орієнтуватися в сучасному новинному середовищі та приймати обґрунтовані рішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання проблеми і на які спирається автор; виділення нерозв'язаних частин загальної проблеми, які розкриває стаття. У сучасній науці створені передумови і накопичений певний фонд гуманітарних знань для аналізу та вирішення проблеми розвитку медіакомпетентності студента університету. Вплив комунікаційних технологій на когнітивні процеси у суспільстві був і залишається актуальним об'єктом вітчизняних (В. Іванов, Т. Іванова, О. Волошенко, О. Залюбівська, Г.

Онкович) і іноземних дослідників (О. Федоров, А. Левицька, Н. Чичерина, С. М. Ворсноп, М. Маклюен, Дж. Д. Понс, А. Сільверблатт та ін.).

Актуальність вивчення медіакомпетентності, медіаграмотності, медіаосвіти пов'язана з розповсюдженням медіатехнологій [9; 10; 11; 15; 16; 17; 18]. Звертаємо увагу на те, що праці учених у цьому напрямку дають змогу вирішити проблему медіакомпетентності на рівні вищої освіти [6; 7; 15]. Проте проблема інфомедійної грамотності у вищій освіті потребує подальшого вивчення в сучасних умовах із застосуванням потенціалу сучасних медіаінструментів, беручи до уваги стрімкі зміни в інформаційному середовищі.

Постановка завдань дослідження. Метою статті є висвітлення деяких можливостей формування інфомедійної компетентності у студентів мовних спеціальностей на основі іншомовних медіатекстів, що інтегрують методологічні підходи і технологічні аспекти інтеграції медіаосвіти й іншомовної освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. На сучасному етапі розвитку суспільства інформація стала найціннішим продуктом. Інформаційні ринки, платформи та мережі, де дані поширюються у незрівнянному масштабі, розширюють свої межі зі збільшенням цінності інформації як продукту, об'єкта та предмета людської діяльності. Сьогодні ми живемо у світі, де якість отриманої інформації значною мірою визначає наш вибір та наступні дії. Технологічний прогрес у галузі телекомунікацій призвів до широкого розповсюдження засобів масової інформації та інших постачальників інформації (бібліотек, архівів, Інтернету тощо), які відкрили громадянам доступ та можливість обміну величезним обсягом інформації. Наслідком цього явища є прагнення громадян вільно оцінювати актуальність та достовірність цієї інформації, здійснюючи при цьому повною мірою своє право на свободу вираження поглядів та право на отримання інформації. Саме в цьому контексті слід розглядати потребу в медіа та інформаційній грамотності, що розширює масштаби руху за громадянську освіту, залучаючи освітян як основних агентів змін.

Проблема впливу засобів масової інформації на дорослих зазвичай ігнорується, оскільки, здається, дорослі убезпечені від несправедливих та обманних наслідків. На жаль, цей вплив є напрочуд ефективним. П. Луковський [13, с. 150] зазначає, що цей вплив можна порівняти з ефектом промислових токсинів. Якщо річка виділяє сильно отруйний токсин, який поширюється по всьому місту, ефективно отруюючи повітря, не потрібно пити воду з цієї річки, щоб помітити її згубну дію на організм людини. Так само і з токсичними середовищами: деякі люди отруюються своїми повідомленнями безпосередньо, а інші, незважаючи на знання цих засобів масової інформації, страждають від наслідків такого отруєння роками.

У науковому дискурсі дотепер не простежується єдиного визначення поняття медіа: спочатку цей термін використовувався для позначення різних засобів комунікації, згодом медіа розглядалися як потреба до інтерпретації символічних систем, які розрізняються за способами декодування. Відмітною ознакою інформаційного суспільства є перетворення інформації на глобальний ресурс людства. Створення глобального інформаційного гіперпростору кардинально трансформувало сучасну реальність. З'явилася можливість в іншому – електронному – поданні інформації, зростає кількість засобів її подачі (текст, графіка, анімація, відео, звук та ін.), інша форма організації даних. Усе це дало поштовх не лише до утворення медіасередовища (медіапростору) конкретного суспільства, але й заклало підвалини для формування медіаосвіти як нового освітнього простору. Серед усіх наявних визначень медіаосвіти загальноновизнаною вважають дефініцію, представлену в документах ЮНЕСКО: «навчання теорії і практичним умінням для оволодіння сучасними засобами масової комунікації, які розглядаються як частина специфічної й автономної галузі знань у педагогічній теорії і практиці; його слід відрізнити від використання ЗМК як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань, таких, наприклад, як математика, фізика або географія» [14, с. 92].

У межах самостійної галузі знань – медіаосвіти – актуалізувалися такі поняття, як «медіаграмотність» (media literacy), «інформаційна грамотність» (information literacy), медіакомпетентність (media competence), «медіакультура» (media culture), які є близькими один до



одного, але не тотожними. Вони визначають розвиток і компетентність особистості в сфері медіаосвіти, і розглядаються як мета медіаосвіти. Р. К'юбі вживає терміни «медіакомпетентність» і «медіаграмотність» (англ. *media competence / media literacy*) як синоніми і витлумачує їх як «здатність використовувати, аналізувати, оцінювати й передавати повідомлення (англ. *messages*) в різних формах» [12, с. 3].

Так, медіаграмотність визначається як «здатність адекватно взаємодіяти з потоками медіаінформації в глобальному інформаційному просторі: здійснювати пошук, аналізувати, критично оцінювати і створювати медіатексти, поширювані за допомогою різних засобів масової інформації та комунікації, у всій різноманітності їх форм» [7, с. 12].

У документах Ради Європи медіакомпетентність розуміється як «критичне і вдумливе ставлення до медіа з метою виховання відповідальних громадян, здатних висловити власні судження на основі отриманої інформації, що дає їм можливість використовувати необхідну інформацію, аналізувати її, ідентифікувати економічні, політичні, соціальні та/або культурні інтереси, які з нею пов'язані, інтерпретувати і створювати повідомлення, вибирати найбільш підходящі для комунікації медіа, а також дозволяє людям реалізувати їх право на свободу самовираження та інформацію, що не тільки сприяє особистісному розвитку, але також збільшує соціальну участь і інтерактивність» [8]. Тож така компетентність полягає у здатності критичного мислення, адекватному сприйнятті інформації, складанні власного судження й особистої позиції, захисті особи від маніпуляції з боку засобів масової інформації.

Окрім цього, варто наголосити на тому, що медіакомпетентність в європейському науковому дискурсі вже довгий час є не лише медіаосвітнім поняттям, але і громадським конструктом, оціночною системою з певними функціями в медіасуспільстві, які транслюються за допомогою мас-медіа [8].

У педагогічному науковому полі Європи медіакомпетентність розглядається як компонент комунікативної компетентності і визначається як володіння здатністю осмислено вибирати і використовувати медіатехнології, створювати медіатексти, розпізнавати й аналізувати вплив медіа, бачити й оцінювати умови їх виробництва і поширення [5].

О. В. Федоров стверджує, що термін медіакомпетентність більш точно визначає сутність наявних у індивіда умінь використовувати, критично аналізувати, оцінювати й передавати медіатексти в різних видах, формах і жанрах, аналізувати складні процеси функціонування медіа в соціумі» [6, с. 22].

Виходячи з неоднорідності наукового дискурсу з аналізованої тематики, визначаємо медіакомпетентність студента як результат його особистісно-суб'єктних надбань у процесі формального та неформального навчання, що характеризує індивідуальну готовність.

Медіакомпетентність позначена в Національному освітньому стандарті вищої професійної освіти як результат освіти майбутніх професіоналів [1]. Варто зазначити, що увагу потрібно зосереджувати не тільки на технічному аспекті використання студентами медіа, а й тих компетенціях, які сприяють здатності до формулювання аргументованих висновків; володіння культурою мислення, здатність до сприйняття, аналізу, узагальнення інформації тощо.

Розвиток медіакомпетентності студентів вищої школи в Україні включає визначення медіа-простору, всередині якого відбувається набуття студентами медіакомпетентності, як життєвого і освітнього простору студентів вищої школи; актуалізація їхньої суб'єктної позиції у виконанні медіапроектів; використання в освітньому процесі університету умов медіатизації особистості як регулюючого орієнтиру для викладачів при формуванні ціннісного ставлення студентів до медіапростору.

Формування медіаграмотності має особливу значущість для системи вищої мовної освіти, адже тексти іноземних ЗМІ інтенсивно використовуються в процесі підготовки фахівців в області іноземних мов (викладачів, перекладачів, фахівців з міжкультурної комунікації). Очевидно, що медіаграмотність є необхідною умовою критичного осмислення й інтерпретації феноменів іншомовної культури. Відтак медіакомпетентність є надзвичайно важливою для студентів мовних факультетів і в аспекті безперервної освіти [3].

Розвиток медіакомпетентності студентів університету – актуалізація суб'єктної позиції студентів університету щодо виконання дослідних медіапроектів. Реалізація педагогічної умови полягала у здійсненні етапів виконання дослідницьких медіапроектів.

Досвід упровадження групового курсу з медіаграмотності. «Very Verified: курс з медіа грамотності» розроблений міжнародною організацією IREX у партнерстві зі студією онлайн-освіти EdEra. Very Verified є частиною проекту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність», який впроваджується IREX за підтримки Посольства США та Посольства Великої Британії в Україні, у партнерстві з Міністерством освіти та науки України.

З метою проведення кількісної діагностики інфомедійних компетентностей студентів було проведено вхідне і вихідне анкетування і проаналізовано отримані результати. Програма змішаного навчання передбачала проведення 5 сесій, що мали на меті заглиблення в зміст курсу та практичне засвоєння навичок критичного мислення та медіаграмотності за допомогою інноваційних методик та ресурсів. Курс базувався на новітніх розробках онлайн-навчання, а саме: мобільне навчання, мікро-навчання та змішане навчання. Студенти мали змогу вивчати курс за допомогою відео, статей, анімацій та коротких текстів. Англomовна версія курсу була націлена на вдосконалення мовних навичок та містила чат-бота, що слугував допоміжним інструментом вивчення англійської мови.

У процесі роботи над курсом з медіаграмотності студенти опрацювали теоретичний матеріал і виконали низку поставлених завдань, використовуючи матеріали онлайн-платформи і Інтернет-ресурси. Для пошуку матеріалу для підготовки до занять студенти використовували популярні пошукові системи, локальні засоби масової інформації, аудіовізуальні медіатексти.

Проведений англійською мовою курс змішаного навчання складався з 5 модулів і завершився презентацією дослідницьких робіт студентів, що дало змогу визначити для студентів значущість проблематики курсу і використання в подальшій діяльності всіх наявних медіазасобів. У результаті реалізації даного медіапроекту студенти збагатили знання про національний медіаландшафт, проаналізували медіапереваги, змогли проаналізувати і порівняти власні звички користування медіа зі звичками інших студентів. Самостійний вибір теми, критичне ставлення до медіапродукції, мотивація в отриманні знання про форми впливу медіатекстів на молодь й активна позиція у використанні соціальних мереж визначили ціннісно-смыслову складову медіакомпетентності студентів.

При реалізації мети курсу – впровадження в освітній процес університету моделі розвитку медіакомпетентності студентів використовувалися матеріали IREX на позакласних тренінгах є доцільним і ефективним медіаосвітнім методом.

Студенти, які пройшли курс з медіаграмотності. «Very Verified: курс з медіа грамотності» характеризує наявність знання більшості базових термінів курсу, основних фактів розвитку медіа, зрозуміле розуміння процесу масової комунікації та медійних алгоритмів та їхніх впливів у контексті реального світу; ціннісно-смыслове ставлення до медіа-простору, прагнення виявити неправдиву інформацію, розрізняти фейки, маніпуляцію, пропаганду, дезінформацію. Використання Інтернету (або різних медіа) відзначалося прагненням до пошуку матеріалів для дослідницьких цілей; формувалася активна позиція у використанні інструментально-технічних можливостей медіа, критично осмислюючи алгоритми їх функціонування. Отже, був отриманий освітній ефект, що відноситься до результатів дослідження – вдосконалення медіакомпетентності.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Таким чином, у межах медіаосвіти, основне завдання якої полягає у підготовці нового покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприйняття різної інформації, навчити людину розуміти її, усвідомлювати наслідки її впливу на психіку, опановувати способи спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів і сучасних інформаційних технологій, реалізується медіаграмотність як здатність адекватно взаємодіяти з потоками медіаінформації в глобальному інформаційному просторі: здійснювати пошук, аналізувати, критично оцінювати медіатексти; а також проявляється медіакомпетентність студентів як результат їхніх особистісних надбань у процесі формального та неформального навчання.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Затверджені стандарти вищої освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/06/25/035-filologiya-bakalavr.pdf>
2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya](https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya).
3. Медіаосвіта і медіаграмотність: підруч. [ред.-упоряд. В. Іванов, О. Волошенюк; наук. ред. В. Різун]. – К. : Центр вільної преси. – 2012. – 352 с.
4. Педагогические аспекты формирования медийной и информационной грамотности [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://iite.unesco.org/pics/publications/ru/files/3214708.pdf>
5. Рекомендація 2006/962/ЄС Європейського Парламенту та Ради (ЄС) «Про основні компетенції для навчання протягом усього життя» від 18 грудня 2006 року. – Режим доступу: [http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994\\_975](http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994_975)
6. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. – М. : Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО, 2007. – 616 с.
7. Чичерина Н. В. Концепция формирования медиаграмотности у студентов языковых факультетов на основе иноязычных медиатекстов : дисс. ... д-ра пед. наук. Санкт-Петербург, 2008. – 472 с.
8. Council of Europe [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ifap.ru/pr/2006/060914a.htm>.
9. Fedorov A., Levitskaya A. Mass media literacy education in modern Russia // Mediaobrazovanie-Media Education. – Issue 2. – 2018. – P. 6–23.
10. Kacinova V. Media Competence as a Cross-Curricular Competence // Communication Today. – Vol. 9, Issue 1. – 2018. – P. 38–56.
11. Khlyzova N. Media Education as a Tool to Develop Foreign Language Communicative Competence // International Journal of Media and Information Literacy. – 2019. – Issue 4(2). – P. 31-41.
12. Kubey R. Media Literacy in the Information Age. – New Brunswick; London, 1997. – 484 p.
13. Łukowski P. Oddziaływanie medialnie kreowanym tłem // Recepcja mediów T. 5. Recepcja mediów przez młodzież w wieku szkolnym i przez osoby dorosłe / Pod red. Barbary Bonieckiej, Anny Granat. – Lublin: UMCS, 2018. – P. 145-152.
14. Media education. – Paris: UNESCO, 1984. – 93 p.
15. Pons J. D. Digital technologies and their impact on Higher Education. The new mediations // Ried-Revista Iberoamericana De Educacion A Distancia. – 2018. – Vol. 21, Issue 2. – P. 83–95.
16. Silverblatt A. Media Literacy and Critical Thinking // International Journal of Media and Information Literacy. – 2018. – Vol. 3(2). – P. 66-71.
17. Silverblatt A. Reflections on Information Literacy // International Journal of Media and Information Literacy. – 2016. – Vol. 1, Issue 1. – P. 54–71.
18. Worsnop C.M. Media Literacy Through Critical Thinking. – Washington: State Office of Superintendent of Public Instruction and NW Center for Excellence in Media Literacy, 2004. – 60 p.

*The article outlines the relevance of the problem of media and information literacy in higher education in present-day conditions with the use of the potential of modern media tools. The importance of forming the media competence of university students in the context of media education is emphasized. Based on the questionnaire survey of students of Zhytomyr State University involved in the media literacy course, it was possible to trace the peculiarities of media competence formation, the entrance and exit levels of media competence of university students were identified; their media preferences are determined, the effectiveness of the blended learning course for the development of students' media competence is confirmed.*

**Keywords:** *media literacy, media competence, information competence, critical thinking.*

Оксана Залюбівська

доцент кафедри філософії та гуманітарних наук  
Вінницький національний технічний університет

## ДО РОЗРОБКИ ПРОГРАМИ ВИБІРКОВОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ТА КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ» НА ЗАСАДАХ МІЖДИСЦИПЛІНАРНОГО ПІДХОДУ

*У статті здійснено теоретико-методичне обґрунтування проєкту навчальної програми вибіркової дисципліни «Медіаграмотність та критичне мислення» на засадах міждисциплінарного підходу; визначено гармонізований міждисциплінарний зміст програми; предметні та загальні компетентності, формування яких забезпечуватиме програма; навчальні результати програми; методи й технології навчання, які будуть ефективними для опанування програми.*

**Ключові слова:** *медіаграмотність, риторика, міждисциплінарність, навчальна програма, критичне мислення, риторичний аналіз тексту.*

Чому медіаграмотність набирає все більшої значущості в сучасному світі, відтак в системі освіти? Відповідь очевидна. Сучасна людина все більше занурюється в електронну реальність. «Дев'ятий вал» маніпулятивного контенту та дезінформації, вплетений у соціальні мережі і помножений на упередження медіаспоживача, можуть легко перетворити його / її на маріонетку. Від понять «моя думка», «мій світогляд», «мої цінності», «мій вибір» залишаються нині звукові оболонки. Нам їх нав'язують медіа, і дуже часто ми навіть не усвідомлюємо, що то далеко не «наші» думка, світогляд, цінності, вибір.

У кінці ХХ ст. ЮНЕСКО заявила: медіаосвіта має охоплювати навчання і викладання на всіх рівнях освіти [12, с. 8]. Одразу наведемо ще одне, важливе у світлі нашого дослідження міркування з того ж авторитетного джерела: медіаграмотність слід відрізнити від використання медіа як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань, а розглядати як автономну галузь знань [12, с. 8].

У ХХІ ст. медіаграмотність вже відносять до основних прав людини («Five Laws of Media and Information Literacy as Harbingers of Human Rights», UNESCO, 2016) [14]. Вона є провідним інструментом підтримки демократії, протидії радикалізації та екстремізму. З позиції ЮНЕСКО, «медіа та інформаційна грамотність надає всім громадянам критичну компетенцію вижити в ХХІ столітті» [11]. Відповідно, актуальність впровадження медіаосвіти у ЗВО обґрунтовуємо насамперед у розрізі сучасної місії вищої освіти. Так, зокрема, Асоціація європейських університетів (EUA) визначає найважливішим (першим) принципом функціонування простору європейської вищої освіти «автономію з відповідальністю». «Зона європейської вищої освіти повинна будуватися на європейських традиціях відповідальності освіти перед суспільством; ... на освіті для розвитку особистості й навчанні протягом усього життя; на громадянстві як короткострокової, так і довгострокової соціальної доцільності» [4, с. 15]. У світлі цієї, провідної, функції вищої освіти формування медіаграмотності як компетентності майбутнього фахівця постає з необхідністю.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Хоча напрям медіаграмотності, медіаосвіти, медіапедагогіки є відносно новим в українському науковому дискурсі, в останнє десятиліття з'явилося багато відповідних теоретико-методологічних і методичних розвідок. Зокрема, суть і зміст поняття «медіаграмотність» та понять, що входять з ним в одне семантичне гніздо (медіакультура, медіакомпетентність, інформаційна культура тощо), значення медіаграмотності та медіаосвіти описано в публікаціях О. Волошенюк В. Іванова, Г. Онкович, О. Тараненко, О. Федорова, Н. Череповської та ін. Визначення й обґрунтування структурних компонентів меді-



аграмотності як компетентності, рівнів та критеріїв сформованості медіаграмотності цінні в дидактичному аспекті формування медіаграмотності як компетентності (Ю. Казаков, О. Федоров та ін.). Медіапсихологічні проблеми взаємодії людини і медіа (віковий аспект), медіазалежності, медіасоціалізації, медіатворчості досліджують Л. Найдьонова, Н. Череповська та ін. Приділено увагу питанням формування медіаграмотності учнів загальноосвітніх шкіл в межах окремих навчальних предметів (Т. Бакка, О. Волошенюк, Г. Дегтярьова та ін.); формування медіаграмотності як обов'язкового складника професіограми сучасного педагога (В. Іванов, Т. Іванова, Н. Череповська та ін.), викладачів технічних дисциплін та її значення в підготовці фахівців технічного профілю (О. Дем'янчук, П. Саварин та ін.), як складника професійної культури сучасних фахівців (Ю. Казаков та ін.).

Результати аналізу досліджень у царині медіаграмотності та тенденції розвитку української медіаосвіти свідчать, що остання спрямована здебільшого на школяра та на педагога, який навчатиме медіаграмотності школяра, а зміст та особливості навчання медіаграмотності студентів ЗВО (не фахівців у царині медіа, а медіаспоживачів) залишаються менш розробленими як теоретично, так і методично.

Міждисциплінарні «вектори розвитку сучасної медіаосвіти» дослідила Г. Онкович: професійно-орієнтований, медіапедагогічний, медіапсихологічний, медіаекологічний, медіасоціологічний [7, с. 103]. Вважаємо, що систему означених векторів вже мають право доповнити медіаетика, медіаправо, медіакультурологічний вектор, а також вектор, що є об'єктом цього дослідження: медіариторичний вектор, як науковий і як дидактичний.

Відповідні навчальні програми, які потрапили в наше поле зору, як правило, охоплюють загальні питання медіаосвіти, медіаграмотності, медіакомпетентності, медіакультури, або, якщо це програми з медіариторики, то в їх змісті переважає саме риторика і такі програми розроблені переважно для майбутніх журналістів. Проблема ж, яку ми ставимо: як збагатити й зробити більш ефективним процес формування медіаграмотності й медіакультури здобувача вищої освіти, увівши в цей процес інструменти риторики.

**Метою статті** є теоретико-методичне обґрунтування проєкту навчальної програми вибіркової дисципліни «Медіаграмотність та критичне мислення» на засадах міждисциплінарного підходу в освітніх програмах Вінницького національного технічного університету (ВНТУ).

#### **Завдання:**

- 1) визначити модульну структуру програми, яка гармонізуватиме її міждисциплінарний зміст;
- 2) визначити навчальні результати програми;
- 3) визначити методи й технології навчання, які будуть ефективними для опанування програми, а також окреслити ті, які потребуватимуть авторської розробки.

**Виклад основного матеріалу.** Закон України про вищу освіту забезпечує певну (25%) академічну свободу для студентів і викладачів у формуванні змісту освітньої програми. Це створює можливість для впровадження навчальної дисципліни з медіаграмотності в межах вибіркового компоненту освітніх програм у ЗВО України.

Медіаграмотність як окрема навчальна дисципліна у вищій школі повинна взяти на себе більш складні завдання аналітичного, творчого та діяльнісного характеру в порівнянні з відповідним курсом для школярів чи окремими темами, вплетеними в основні загальноосвітні дисципліни.

До основних загальних компетентностей, які мають бути сформовані у випускників ЗВО, за рекомендаціями європейських і національних нормативних документів щодо змісту й результатів вищої освіти (ESG 2015; EQF 2017; QF ENEA 2018; Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти, МОНУ, 2019), належать:

- здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;
- здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології;
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- здатність бути критичним і самокритичним;
- здатність генерувати нові ідеї (креативність);

- здатність до міжособистісної взаємодії та роботи в команді;
- цінування та повага різноманітності та мультикультурності;
- здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів);
- здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні [6].

Спираючись на результати досліджень та власний педагогічний досвід у цій царині, стверджуємо, що формування медіаграмотності як інтегративної компетентності здатне забезпечити комплексне формування всіх перелічених вище загальних компетентностей. Це надає курсу з медіаграмотності право зайняти місце в переліку вибіркових дисциплін в освітніх програмах ЗВО. Принагідно зазначимо, що з огляду на поданий перелік і попри нероздільність (але ж нетотожність) медіаграмотності й критичного мислення, у назві дисципліни «критичне мислення» варто виокремити з «медіаграмотності».

Рушійних підстав для авторки цієї статті розробити навчальну програму з медіаграмотності на засадах міждисциплінарного підходу було кілька. Перша з них та, що вона є свідомим «амбасадором» медіаграмотності. Це спричинила з-поміж іншого участь у навчальних заходах для тренерів з медіаграмотності від АУП та IREX, онлайн-навчання з медіаграмотності (EdEra; Prometheus) та інше. Друга підстава – багаторічний досвід викладання у ЗВО риторики – дисципліни, яку відносно медіаграмотності трактуємо не лише як дотичну, суміжну, але й у багатьох аспектах засадничу. Пусковим механізмом створення навчальної програми стала участь з відповідним мікропроєктом у міжнародному проєкті «Інноваційний університет і лідерство. Фаза V: Інтердисциплінарність та міжгалузевість і стратегії розвитку університету».

Програму розроблено з урахуванням:

- документів та методичних рекомендацій ЮНЕСКО в царині медіа та інформаційної грамотності, у тому числі програми з медійної та інформаційної грамотності для педагогів [13];
- рекомендацій міжнародних науково-практичних конференцій «Сучасний простір медіаграмотності та перспективи його розвитку» (Київ, Академія української преси, МОН України, 2013–2019 рр.);
- навчально-методичних матеріалів проєктів з медіаосвіти в Україні (IREX in Ukraine, Академії української преси в партнерстві з МОН України, у тому числі [5]);
- згаданих вище європейських і національних нормативних документів щодо змісту й результатів вищої освіти.

Подамо далі в стислому вигляді основні компоненти запропонованої програми курсу «Медіаграмотність та критичне мислення»: мету, завдання, програмні результати, зміст та методичне забезпечення.

**Метою курсу** є надати здобувачам вищої освіти теоретичні знання та практичні навички для опанування сучасними медіа та розвитку критичного мислення, які є важливою складовою особистого, професійного та громадянського життя сучасної людини, а також є інструментами для навчання впродовж життя.

Мету конкретизуємо в таких **завданнях**:

- *формування культури медіаспоживання студентів як майбутніх фахівців та активних громадян* (орієнтація в медіапросторі; усвідомлене сприймання медіаконтенту; критичний аналіз медіадискурсу; ідентифікація маніпулятивних технологій в медіа);
- *формування здатності текстотворення* (написання медіаповідомлень, критичних есе, прилюдних промов);
- *розвиток особистісних якостей здобувачів освіти* (критичного мислення та креативності як інструменту текстотворення, продукування ідей, їх аргументації, презентації; комунікативної культури на засадах поваги та толерантності; ораторських здібностей; здатності працювати в команді; громадянськості, лідерства).

**Програмні результати вивчення дисципліни закладено такі:**

*Студенти знатимуть:* значення медіа та інформації для людини та суспільства; види

медіа і типи контентів; способи впливу медіа на споживача; медіастандарти, етичні норми виробництва медіапродукції; методи аналізу та критерії оцінки медіапродукції; способи маніпуляції в медіа; методи розвитку креативності; методи розвитку критичного мислення; методи текстотворення; умови ефективної публічної комунікації.

*Студенти вмітимуть:* аналізувати власний медіапростір, в тому числі професійний, та медіазвички; аналізувати й оцінювати медіатексти та джерела інформації, застосовуючи різні види аналізу; інтерпретувати тексти, зображення, відео та цінності, що вони поширюють; інтерпретувати медіатексти і цінності, що поширюють як фахові медіа, так і нефахові медіа про певну фахову сферу; ідентифікувати цільову аудиторію медіапродукції; ідентифікувати маніпуляції в медіа; ідентифікувати медіамаркери забарвлення реальності, в тому числі професійної царини медіаспоживача; розпізнавати мову ворожнечі та стереотипи; створювати власні письмові й усні (публічні) висловлювання, керувати груповою дискусією.

До результатів навчання також відносимо формування ціннісних орієнтацій здобувачів освіти, пов'язаних з медіа; їх готовність висловлювати власні судження, в тому числі й через публічні виступи, презентувати власні ідеї; відстоювати власні судження на засадах толерантності.

Зміст курсу структуровано трьома модулями. Максимально скорочено він виглядає так.

### **Модуль I «Знання й розуміння медіа: Homo loguens в інформаційному світі»**

Медіаграмотність на мапі сучасних знань та міждисциплінарність як тренд освіти XXI ст. Основні види медіа та їх особливості. Свобода преси, самовираження та інформації – основоположний принцип функціонування медіасфери. Професійні стандарти та етичний кодекс медіасфери: спільна відповідальність «продавців» та «покупців». Медіа як інструмент формування картини світу. «Порядок денний» (agenda setting), праймінг, фреймінг та інші інструменти конструювання і редагування реальності. Фейк ньюз і постправа XXI ст.

### **Модуль II «Аналіз і оцінка медіадискурсу»**

Медіаосвіта – мета та засіб розвитку критичного мислення. Аналіз глобального та українського медіапростору: спільне та відмінне, особливості та тенденції. Аудиторія медіаспоживачів: глобалізація та фрагментація. Персональний і персоналізований медіапростір. Медіатекст і медіадискурс: критичне читання медіатекстів, методи аналізу медіадискурсу, контент-аналіз, критичний дискурс-аналіз, риторичний аналіз. Візуальна риторика: аналіз впливу візуальних текстів. Маніпуляції в медіа: механізми впливу, види, алгоритми викриття. «Маніпулятивний терор» медіа: інтелектуальний та психологічний захист від «промивання мізків». Критичний аналіз телевізійного дискурсу. Кінематограф: мистецтво та ідеологія. Аналіз кінофільму як спосіб пізнання себе і світу. Дві моделі кіноперегляду: «чужий світ» та «дзеркало». Кінокритика в епоху нових медіа.

### **Модуль III «Життя» в медіа: використання, продукування, взаємодія»**

Інтернет 2.0: Нові медіа як платформа для комунікації, самовираження. Суб'єктна конвергенція: змішування медіаролей. Медіапросьюмер: споживач і творець в одній особі. Текстотворчість – сучасна інтернет-компетентність. Риторичний алгоритм текстотворення на засадах триєдності етосу, логосу, пафосу. Спілкування в мережі. Особливості комунікації в соціальних мережах: агресія vs пошук консенсусу; емоції vs логіка. Співрозмовники-маніпулятори: ідентифікація та нейтралізація їхнього впливу. Правила ефективної інтернет-дискусії. Аргументація. Уміння ставити запитання – «must-have skill» XXI ст. Майбутнє взаємин людини й медіа та людей у медіа.

Зміст запропонованої програми показує, що ми розглядаємо медіасферу як тло та середовище для формування здатності сучасної людини, фахівця, громадянина постати в трьох ключових іпостасях: аналітика (критичне, системне мислення), творця (продуктивне мислення, здатність генерувати ідеї, творити і створювати) і комунікатора (здатність до комунікації, взаємодії, командної роботи, впливу, лідерства). Це є одні з найбільш затребуваних умінь XXI ст. [9 та ін.]. І саме вони створюють спільне поле медіаграмотності й риторики. Відтак це визначило модульну структуру програми курсу.

Однією з ситуативних підстав застосовувати риторичні інструменти й технології в процесі формування медіаграмотності стали висновки, які зробила авторка, аналізуючи результати вхідного тестування студентів ВНТУ – учасників курсу змішаного навчання «Very verified: курс з медіаграмотності». Курс розроблено міжнародною організацією IREX у партнерстві зі студією онлайн-освіти EdEra. (Very Verified є частиною проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», який впроваджує IREX за підтримки Посольства США та Посольства Великої Британії в Україні, у партнерстві з МОН України. Авторка статті була фасилітаторкою цього курсу, група учасників складалася з 30 студентів 1–2 курсів різних факультетів ВНТУ).

Одним із завдань вхідного тестування був аналіз медіатексту. Пропонований текст «Заборона всього російського: «особливий» шлях України» (29.05.2017, RBTH, Олексій Тимофіїв), якщо не враховувати красномовного заголовку з його маніпулятивним узагальненням та сарказмом, взятим в лапки, був достатньо складним для аналізу порушень медіастандартів. В ньому не впадали в око (не були кричущими й у великій кількості) стандартні маркери маніпуляцій з джерелами, експертами, статистикою, мовою ворожнечі, міксом фактів і суджень, з неправдивою інформацією, перекичуванням фактів. У розлогоді тексті фактично були лише перераховані існуючі заборони і все. Ну, може, трохи приперчені легким сарказмом, на кшталт фраз, взятих у лапки: «звичайні люди», «антиукраїнські книги» у купі з виділенням підкресленням фрази «загроза національній безпеці». Це, імовірно, спричинило те, що більшість учасників (63,33%) вказали: метою статті є «поінформувати про те, що сталося»; 36,67% учасників відповіли, що позиція журналіста є нейтральною, 50% вибрали відповідь, що текст викликає нейтральні емоції.

Коротке обговорення статті після проходження тесту виявило, що переважна більшість читачів не ставила собі в процесі читання такі запитання: «Чи замислилися ви, читаючи, яке речення передає ключову ідею тексту? Наскільки цінна ця ідея, вона конструктивна чи деструктивна, чи в тексті її немає як такої? Які цінності сповідує автор? На що спрямована стаття (які наслідки, передбачає автор)? В чому цінність статті (суспільна, культурологічна, історична, гуманістична)? Автор переважно констатує чи аналізує? Чи досліджує автор причинно-наслідкові зв'язки? Текст «монотонний» чи «поліфонічний»? Який вплив (інтелектуальний, ціннісний та емоційний) спричинило на вас це читання?»

Приклад підводить до висновку, що аналіз медіатексту на відповідність медіастандартам доцільно доповнити іншими видами аналізу. Цей висновок знайшов відображення в змісті програми.

У межах курсу ми плануємо вправління в риторичному аналізі текстів, суть якого в «розшифруванні» риторичної триєдності:

– *етосу* (ідентифікація мети крізь систему ставлень і цінностей автора та його цільової аудиторії; суспільних / громадянських цінностей, які транслює текст);

– *логосу* (виокремлення ідеї тексту та визначення її цінності («ідея, гідна поширення у світі»), об'єктивність автора в її аргументації, глибина аналіз);

– *пафосу* (ідентифікація та аналіз власних емоцій, які викликані читанням тексту; ідентифікація вербальних і невербальних (у візуальних образах та маркерах: картинки, фото, кольори, гра зі шрифтами тощо) елементів, які спрямовані на почуття медіаспоживача; ідентифікація емоцій автора (явних і прихованих);

– *аналізу домірності етосу – логосу – пафосу* тексту.

Багаторічний досвід навчання риторики та його науково-теоретичне обґрунтування [1; 3 та ін.], а також досвід проведення тренінгів з медіаграмотності в межах неформального навчання студентів ВНТУ та інших аудиторій, а також застосування інструментів медіаграмотності в курсі «Педагогіка, психологія та методика викладання у вищій школі» [2 та ін.], дають підстави стверджувати, що ефективними в цьому навчальному процесі будуть такі *методи й технології навчання*: лекція-дискусія, лекція з елементами тренінгу, лекція за технологією «перевернутого навчання», мікрОВикладання здобувачів освіти, конверсаторій, дослідження (груповий дослідницький проєкт), аудиторна робота в малих групах співробітництва, індивіду-



альні й групові інтерактивні/тренінгові методи («дерево очікувань», «світове кафе», «мозковий штурм», «шість капелюхів мислення», «чотири кути: аргументований вибір позиції» тощо), риторичний аналіз текстів (в тому числі візуальних текстів), критичний дискурс-аналіз, навчальна дискусія, публічні виступи, написання аналітичних есе, кейс-метод.

Передбачено такі окремі *види навчальних завдань*: «Карта індивідуального медіапростору» (за методологією IREX); «Вияви власні упередження»; «Випуск новин: ідентифікуємо порушення стандартів»; «Відділи факти від суджень у тексті»; «Порахуй маніпуляції на біл-борді»; «Створюємо соціальну рекламу»; «Вступайте до ВНТУ» (розробка піар-компанії); «Риторичний аналіз медіатекстів за пропонованою методикою»; «Ідентифікуй власну Filter bubble», «Епоха постправди і фейк ньюз: світові та українські ілюстрації».

*Дидактичні особливості реалізації* програми курсу «Медіаграмотність та критичне мислення» ми пов'язуємо з застосуванням ключових положень моделі освіти Liberal Arts (дослідженню цієї моделі навчання було присвячене окреме науково-педагогічне стажування авторки на факультеті Artes Liberales Віршавського університету):

- надання широких можливостей для розвитку особистості;
- міждисциплінарний підхід у формуванні змісту і формування міждисциплінарної компетентності;
- партнерське педагогічне спілкування;
- студентоорієнтоване навчання й оцінювання;
- домінування інтерактивних методів навчання в тому числі й на лекціях;
- акцент на критичному читанні, аналітичному письмі, публічних виступах, командній роботі;
- громадянська активність [8; 10 та ін.].

**Висновки.** Медіаграмотність є актуальною компетентністю людини XXI ст., вона є інтегративною компетентністю, яка містить у собі більшість загальних компетентностей, що входять до освітніх результатів випускників ЗВО. Отож доцільно вводити навчальні курси, які спрямовані на розвиток медіаграмотності в освітні програми ЗВО України, в межах вибіркового компоненту. У формуванні медіаграмотності здобувачів вищої освіти основний акцент слід зробити на розвитку критичного мислення студентів. Загалом курс з медіаграмотності у ЗВО має бути спрямований на розвиток ключових компетентностей XXI ст: критичне, системне, продуктивне мислення, здатність генерувати ідеї, здатність до комунікації, взаємодії, командної роботи, впливу, лідерства. Актуальним є розвиток міждисциплінарного підходу в навчанні медіаграмотності, зокрема перспективним в медіаосвіті вбачаємо медіариторичний напрям.

*Проблеми, які потребують подальшого дослідження:* розробка методології укладання міждисциплінарного термінологічного словника (виділення спільної для риторики й медіаграмотності термінології та аналіз спільного/відмінного в обсязі та змісті кожного зі «спільних» термінів, їх застосуванні, зв'язках); порівняння й гармонізація методів дослідження обраних дисциплін в межах міждисциплінарної програми; виявлення й обґрунтування наявності/браку ефекту синергії міждисциплінарної програми. Уваги потребують питання методичного забезпечення курсу, зокрема постає завдання розробки алгоритму риторичного аналізу медіатексту, медіадискурсу.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Залюбівська О. Б. Інтерактивна технологія формування риторичної культури майбутніх викладачів вищої школи. / О. Б. Залюбівська. // Вісник ВПІ. – 2018. – № 5. – С. 105–113.
2. Залюбівська О. Б. Інструменти медіаграмотності для розвитку критичного мислення, творчого потенціалу та системи цінностей майбутніх педагогів. // Педагогічний практикум: методичні вказівки до виконання самостійної роботи з дисципліни «Педагогіка, психологія та методика викладання у вищій школі» для здобувачів освітнього ступеня «Магістр» усіх спеціальностей / Уклад. О. Б. Залюбівська. – Вінниця : ВНТУ, 2019. – С. 23–29.

3. Залюбівська О. Б. Педагогічні умови формування риторичної культури майбутніх викладачів технічних університетів та їх реалізація / О. Б. Залюбівська. – Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2016 р. – № 6 – С. 101–106.
4. Болонський процес у фактах і документах (Сорбонна-Болонья-Саламанка-Прага-Берлін). / Уклад. : Степко М. Ф., Болюбаш Я. Я., Шинкарук В. Д., Грубінко В. В., Бабин І. І. / – Тернопільський державний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2003, 26 с. – Режим доступу: [http://aau.edu.ua/up/docs/bologna/bol\\_pr\\_in.pdf](http://aau.edu.ua/up/docs/bologna/bol_pr_in.pdf)
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. – Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf>
6. Методичні рекомендації щодо розроблення стандартів вищої освіти. – МОН України, 2019. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/rekomendatsii-1648.pdf>
7. Онкович Г. «Парасолькові» терміни сучасної медіаосвіти // Креативная педагогика. Научно-метод. журнал / Академия международного сотрудничества по креативной педагогике. – Винница, 2015. – Вып. 10. – С. 98–103.
8. Свободные искусства и науки на современном этапе: опыт США и Европы в контексте российского образования: Сборник статей. / Под ред. Дж. Беккера, Ф. В. Федчина. – СПб.: СПбГУ, 2014. – 124 с.
9. Шлейхер А., Найкращий клас у світі: як створити освітню систему 21-го століття / Переклала з англ. Ганна Лелів. – Львів: Літопис, 2018. – 296 с. (Електронна версія на сайті МОНУ. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/yakist-osviti/shlyaykher-naukrashchiy-klas-u-sviti-yak-stvoriti-sistemu-osviti-21-go-stolittya.pdf>
10. Association of American Colleges & Universities: A Voice and A Force for Liberal Education. Liberal Education and America's Promise. – Retrieved from <https://www.aacu.org/leap/what-is-liberal-education>
11. Grizzle A. et al. Media and Information Literacy: Policy and Strategy Guidelines. – UNESCO, 2013, 196 p. – Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000225606>
12. Media education / Morsy, Zaghoul. Paris : UNESCO, (ePub), 1984. 406 p.. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000062522>
13. Media and information literacy curriculum for teachers. – /Author(s): Wilson, Carolyn; Grizzle, Alton; Tuazon, Ramon; Akyempong, Kwame; Cheung, Chi-Kim/. UNESCO, 2011. 192 p. – Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971>
14. Five Laws of Media and Information Literacy, UNESCO, 2016. – Retrieved from <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/>

*The article provides a theoretical and methodological substantiation of the draft curriculum of the elective discipline «Media literacy and critical thinking» based on an interdisciplinary approach. Harmonized interdisciplinary content of the program, specific and general competences, the formation of which will be provided by the program, the educational results of the program, teaching methods and technologies were defined.*

**Keywords:** *media literacy, rhetoric, interdisciplinarity, curriculum, critical thinking, rhetorical analysis of the text.*

**VII. МЕДІАОСВІТА  
І МЕДІАГРАМОТНІСТЬ  
У ЗАКЛАДАХ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ  
ПЕДАГОГІЧНОЇ ОСВІТИ І В  
САМОСВІТІ ВЧИТЕЛЯ**

**Вікторія Лобода**

викладач кафедри теорії і методики змісту освіти  
Комунальний заклад Сумський обласний інститут  
післядипломної педагогічної освіти

**Лариса Петрова**

завідувач кафедри освітніх та інформаційних  
технологій, кандидат технічних наук, доцент  
Комунальний заклад Сумський обласний інститут  
післядипломної педагогічної освіти

## **ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД ДО ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ОСВІТЯН СУМЩИНИ**

*У статті представлена педагогічна модель упровадження медіаосвіти у Сумській області та описаний інноваційний підхід до формування медіаграмотності учасників освітнього процесу на онлайн платформі.*

**Ключові слова:** *медіа, медіаосвіта, онлайн платформа, інформатизація, модель.*

Одним із завдань сучасної системи освіти є формування і розвиток у учасників освітнього процесу комплексу компетентностей, що дають змогу ефективно взаємодіяти з численними інформаційними джерелами і потоками, аналізувати отримані дані, оцінювати їхню достовірність, необхідність і корисність у розв'язанні різноманітних соціальних, суспільних і професійних завдань. Перехід до інформатизованого та цифрового суспільства полягає, у процесі інформатизації загальнодержавного рівня, що включає комп'ютеризацію (комп'ютерне забезпечення), медіатизацію (зростання якості інформації й інформативна спрямованість суспільного розвитку) й інтелектуалізацію (зростання ролі й можливостей для розвитку інтелекту). Таким чином, найважливішими складовими інформаційної індустрії стають всі види інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій, і особливо засоби телекомунікації й засоби масової інформації [1, с. 32].

Зміни в соціокультурному просторі зумовлюють трансформацію вимог до педагога, професійно-педагогічна культура якого має відповідати тенденціям сучасної освіти. Освітянин повинен бути готовим не лише до сприйняття й перероблення значного потоку інформації, а й уміти грамотно вибирати необхідну інформацію, використовувати можливості медіатехнологій у загальноосвітній школі. Тому першочергова роль у формуванні медіаграмотності учасників освітнього процесу відводиться педагогу, який покликаний навчити як по новому сприймати здобуті знання, так і переконати учнів у тому, що не кожне знання, яке вони звикли отримувати з авторитетних для них джерел, істинне.

Отже, одним із пріоритетних напрямів модернізації освіти на сучасному етапі визначено підготовку педагогів до здійснення професійної діяльності з урахуванням інтеграції медіа в усі галузі життя й, зокрема, в освітній процес у вищій школі при перепідготовці та підвищенні кваліфікацій фахівців педагогічного профілю.

Проблеми медіаосвіти та мультимедійної освіти розглядалися у роботах зарубіжних вчених (Л. Мастермана, Е. Томана, А. Хоттмана, та ін.), російських вчених (Ю. Усова, Л. Зазнобіна, О. Шарикова та О. Федорова) і вітчизняних дослідників (Г. Онкович, Л. Найдьонової, Б.Потятиник та ін.).

Мета статті полягає в тому, щоб продемонструвати шляхи інтеграції медіа в освітній процес на сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства.

Сприяння розбудові в Україні системи медіаосвіти забезпечить ефективну взаємодію особистості із сучасною системою медіа, формування у неї медіаобізнаності, медіаграмотно-



сті і медіакомпетентності відповідно до вікових та індивідуальних особливостей. У Сумській області науково-методичний супровід впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику здійснює лабораторія з проблем медіаосвіти та медіаграмотності Комунального закладу Сумський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти [3]. Основними напрямками діяльності лабораторії є: науково-методичне та організаційне забезпечення процесу масового впровадження медіаосвіти в закладах освіти Сумщини на основі аналізу практичних проблем, обміну досвідом, здійснення відповідного психолого-педагогічного супроводу; активізація співпраці освітян з медіа-виробниками для подальшого розширення практики медіаосвіти; інформатизація освіти, поширення комп'ютерних та Інтернет-орієнтованих технологій навчання й виховання; стимулювання створення якісних інформаційних ресурсів; поширення і підтримка кращих молодіжних проєктів у мережі Інтернет [2, с. 18].

У результаті реалізації зазначених напрямків була створена педагогічна модель впровадження медіаосвіти і узагальнення досвіду освітніх закладів Сумської області (рис. 1).

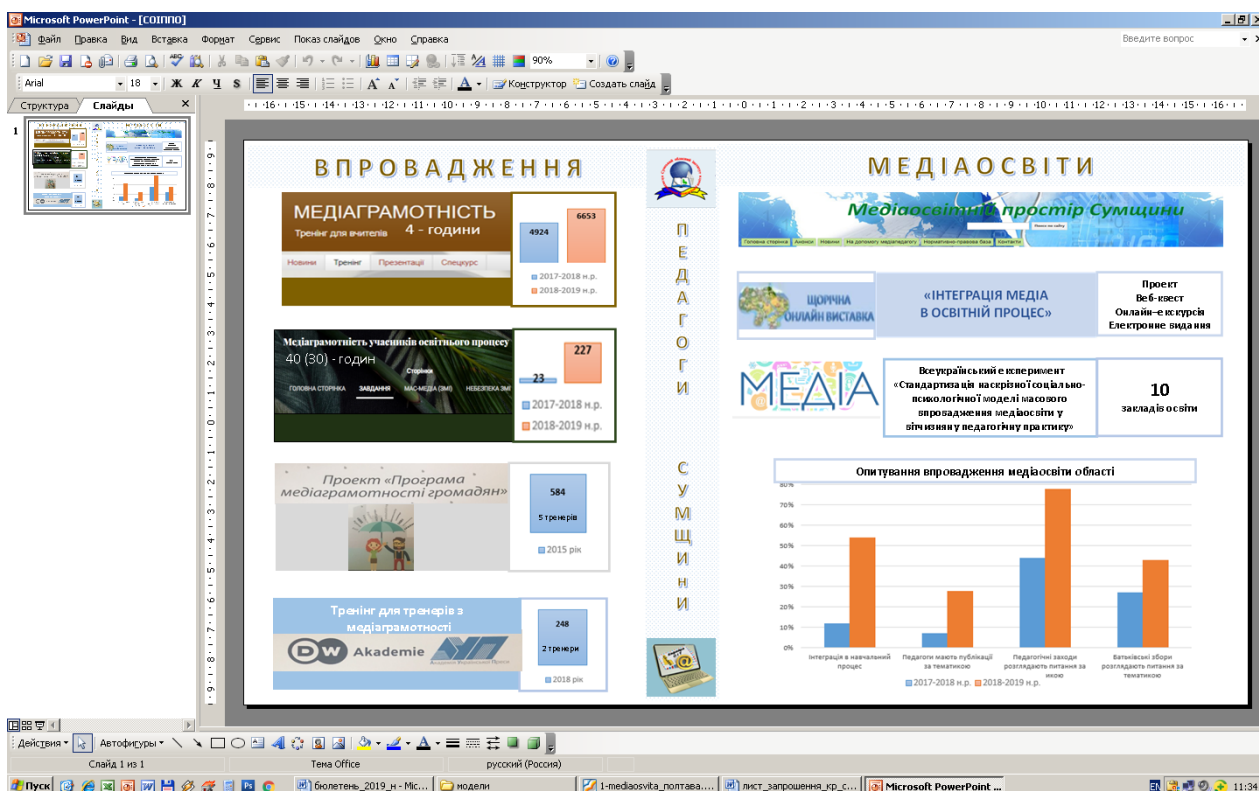


Рис. 1. Педагогічна модель

Для висвітлення діяльності лабораторії та задля сприяння відкритості процесів у медіаосвітньому середовищі Сумщини членами лабораторії був створений сайт «Медіаосвітній простір Сумщини» (<https://sites.google.com/site/mediaosvitasoippo>) та група у Facebook (<https://www.facebook.com/groups/269269513565158>). На сайті та у групі розміщуються анонси подій, новини медіаосвіти, оновлюється електронна бібліотека, проводяться мережеві консультації [4]. Медіакомунікація педагогів-новаторів Сумської області також здійснюється через електронне листування [mediaosippo@gmail.com](mailto:mediaosippo@gmail.com).

Медіаосвітнянська спільнота як мережа агентів змін має стати основним ресурсом сталого розвитку медіаосвітнього руху на Сумщині [2, с. 19].

Засоби мережних технологій, зокрема, соціальні мережі дуже часто інтегруються з багатьма зовнішніми сайтами, сервісами та мобільними пристроями, тим самим надають принципово нові можливості передачі відомостей, набування знань та сприятимуть трансформації методів навчання і розвитку ІТ технологій.

Завдяки мережним зв'язкам формуються нові соціальні об'єднання. Зі швидкими темпами розвитку комп'ютерних технологій у спільнот з'являються нові форми для формування,

зберігання, обміну і подальшого використання знань. Сучасні програмні сервіси дозволяють не тільки створити віртуальну спільноту, а й забезпечують легке керування колективними знаннями, що знаходяться у периферії цієї спільноти. Користувачі віртуального інформаційного товариства виконують дії, які є досить простими: висловити свою думку, зробити вибір, розмістити в мережі документ, фотографію, відео файл, зберегти посилання на знайдений документ, ввести дані тощо [1, с. 37].

Медіаторчість учасників освітнього процесу у конкурсах сприяє компетентному і здоровому особистісному самовираженню і покращенню якості міжособистісної комунікації, розбудові мережі дієвих стосунків у значущих для особистості реальних спільнотах.

Сприяючи налагодженню ефективної інформаційної взаємодії установ освіти та учасників освітнього процесу шляхом формування мережних спільнот була створена щорічна онлайн науково-освітня виставка (<http://goo.gl/zYdvzC>) «Інноваційні стратегії інформатизації освіти» [5].

Тематика онлайн виставки останніх чотирьох років відображає медіаосвітній характер. Під час виставки проводиться конкурс робіт за номінаціями: проект, веб-квест, онлайн-екскурсія, електронне видання.

У номінації «Проект» містяться основні розділи плану проекту: назва, проблема, навчальні предмети, клас, навчальні цілі та завдання, медіацілі, діяльність учнів у проекті, критерії оцінювання. Обов'язкова наявність у проекті авторського відеоролику тривалістю не більше 5 хвилин, що демонструє певні навички особливого виду мистецтва – кінематографу. Особливу увагу слід звернути у даній номінації на приклади медіаосвітніх вправ, які використовувались під час реалізації проектів, що сформували певну базу педагогічних родзинок при формуванні інфо-медійної грамотності в межах описаних проектів.

Номінація «Веб-квест» містить наступні основні розділи: вступ, центральне завдання, список інформаційних ресурсів, опис основних етапів роботи та інструкції, опис критеріїв та параметрів оцінки виконання завдань веб-квесту, висновки. Обов'язковою умовою є розміщення складових веб-квесту та результатів участі на Інтернет-ресурсі, що посприяло обміну досвідом між педагогами при обранні ресурсу для відображення веб-квесту.

Номінація «Онлайн-екскурсія» відображає огляд у режимі онлайн позакласного заходу за основними складовими: тема, клас, навчально-виховні цілі та завдання, медіацілі, хід заходу, приклади медіаосвітніх вправ та завдань, які використовувались. Екскурсія-огляд може бути представлена як інтерактивна карта або як шкала часу з відображенням міток (об'єктів), що демонструють етапи заходу та містять їх стислий опис (фото, відео, віртуальну панораму) [5].

Номінація «Електронне видання» має обов'язкові вимоги щодо оформлення:

- титульна сторінка, що містить назву електронного видання (ЕВ), елементи управління, що дозволяють розпочати роботу з ЕВ;
- відомості про авторів;
- анотація ЕВ (акцент необхідно зробити на інтеграції медіаосвіти);
- інформаційно-ілюстративний матеріал, що розкриває зміст ЕВ;
- наявність та детальний опис вправ, що формують інфо-медійну грамотність;
- інтерактивні елементи;
- рекомендації щодо роботи з ЕВ [5].

На сьогодні в архіві онлайн виставки містяться мультимедійні електронні підручники, що орієнтовані на вмотивованих на ініціативу та самостійність учнів при організації власної освітньої траєкторії розвитку, що будується на принципах діяльнісного та проблемно-пошукового навчання.

Виставка проводиться в 2 етапи. На першому етапі відбувається перевірка конкурсних робіт на відповідність тематиці та технічним вимогам і розміщення їх на Інтернет-ресурсі. Другий етап проводиться у режимі онлайн і має на меті продемонструвати роботи учасників виставки широкому загалу педагогічної громадськості.

Інноваційний підхід до організації виставки полягає у функціонуванні за спеціальною технологією вікі-ресурсу, який реалізує самоосвіту упродовж життя завдяки фаховим надбан-

ням передових педагогічних працівників області, об'єднує педагогів за медіаосвітньою тематикою та надає можливість для професійного зростання, що відбувається у сучасному інформаційному середовищі.

Онлайн науково-освітня виставка проводиться за інноваційною формою та сучасним представленням досвіду педагогів області, що посприяло залученню до даного заходу освітян з інших областей (рис. 2).

	2016	2017	2018
Номінація "Проект"	Запорізька область	Житомирська область	Одеська область
Номінація «Веб-квест»	Миколаївська область		Вінниця
Номінація «Онлайн-екскурсія»	Миколаївська область		
Номінація «Електронне видання»		Черкаська область	Вінниця

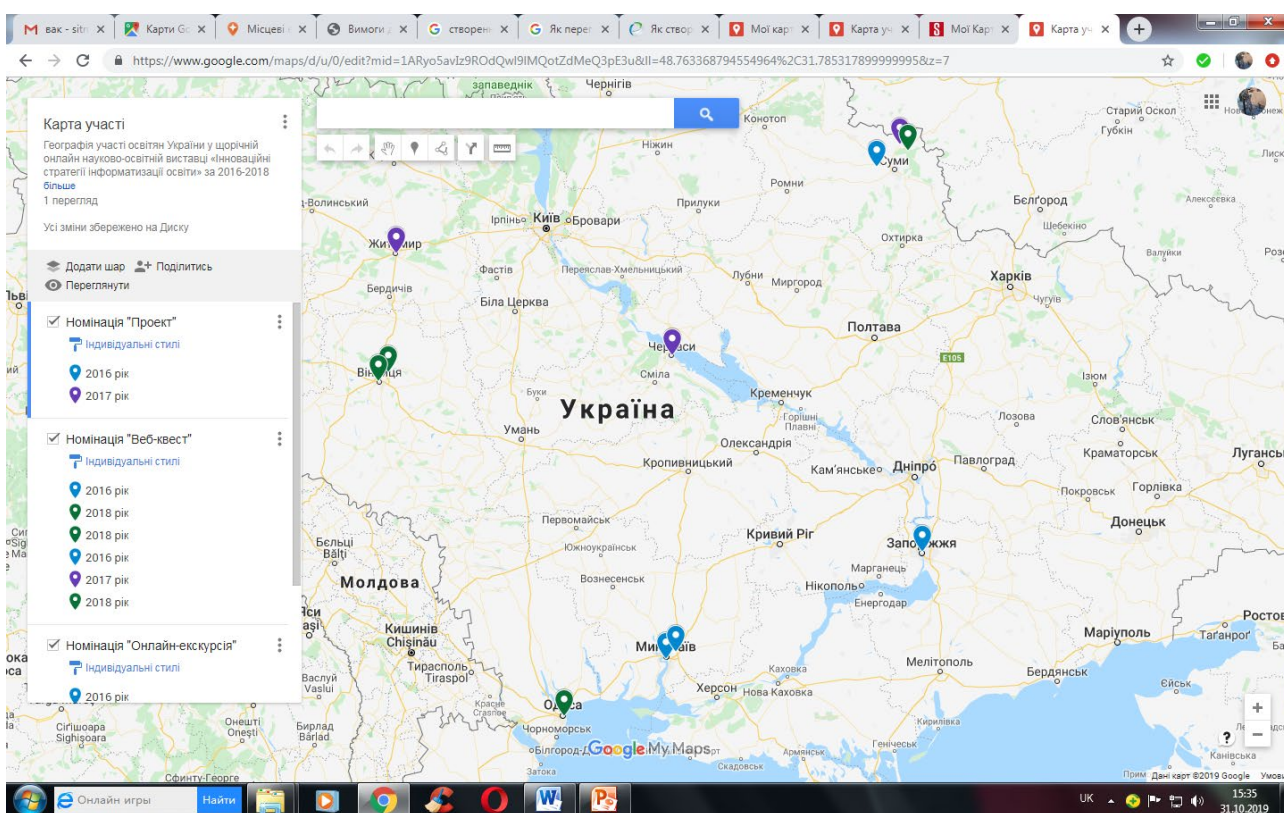


Рис. 2. Карта участі (<http://bit.ly/2NqkSPG>)

**Висновки.** Використання мережних технологій як допоміжних засобів у процесі об'єднання навчально-методичної і комунікаційної сфер життя особистості позитивно впливає на ефективність процесу впровадження медіаосвіти у навчання [1, с. 38].

Таким чином, технології є всього лише інструментами для створення платформи у реалізації інноваційного підходу до представлення педагогічних здобутків. Головним є створення інфо-медійного простору, що об'єднав освітян різних областей України з метою створення тематичних цифрових архівів інформаційних і методичних надбань з навчальних предметів та налагодження ефективної інформаційної взаємодії учасників освітнього процесу шляхом формування мережних спільнот.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Коневщинська О. Е. Розвиток медіаосвіти і медіакультури в умовах сучасного інформаційного суспільства / О. Е. Коневщинська – Київ: [б. в.]: Нац. акад. пед. наук України, Ін-т інформ. технол. і засобів навчання, Ін-т модернізації змісту освіти, Ун-т менедж. освіти, 2016, с. 32 – 41. – (Інформаційні технології і засоби навчання : електрон. наук. фах. вид.; Том 54, №4).
2. Лобода В. В. Медіаосвіта у закладах освіти Сумської області : збірка узагальненого досвіду / упоряд. В. В. Лобода, Л. Г. Петрова. – Суми : НВВ КЗ СОІППО, 2019. – 90 с.
3. Сумський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти. Науково–дослідна лабораторія з проблем медіаосвіти та медіаграмотності. URL: <http://www.soippo.edu.ua/index.php/naukova-robota/1616-naukovo-doslidna-laboratoriya-z-problem-mediaosviti-ta-mediaogramotnosti> (дата звернення: 20.10.2019).
4. Медіаосвітній простір Сумщини. URL: <https://sites.google.com/site/mediaosvitasoippo/> (дата звернення: 20.10.2019).
5. Онлайн науково-освітня виставка «Інноваційні стратегії інформатизації освіти»: вікі-ресурс СОІППО. URL: [http://istoriya.soippo.edu.ua/index.php?title=HistoryPedia:Поточні\\_події](http://istoriya.soippo.edu.ua/index.php?title=HistoryPedia:Поточні_події) (дата звернення: 20.10.2019).

*The paper is showed pedagogical model of media education implementation in Sumy district and describes innovational approach to build media literacy for participants in the educational process on the online platform.*

**Keywords:** *media, media education, online platform, computerization pedagogical model.*



**Тетяна Разводова**

методист центру практичної психології,  
соціальної роботи та здорового способу життя  
Комунальний вищий навчальний заклад  
«Харківська академія неперервної освіти»

## **МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК ОСНОВНА КОМПЕТЕНЦІЯ СУЧАСНОГО ПЕДАГОГА**

*У статті розглядається структура медіаграмотності як основної компетенції сучасного педагога. Автором запропоновано змістовне наповнення компонентів медіаграмотності, яке може слугувати основою для інтеграції концептів медіаосвіти в освітній процес.*

**Ключові слова:** *медіаграмотність, комунікації, ключові компетенції, ЗМІ, інформаційно-комунікаційні технології, критичне мислення, медіа-культура, інформаційний простір, компоненти медіаграмотності.*

**Постановка проблеми.** В реаліях сучасності швидкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, а також медіа системи потребує ретельної підготовки кожної особистості до безпечного та вмілого користування ними. Системи мас-медіа у сучасному світі надають можливість саме глобальній комунікації. Сучасні здобувачі освіти досить вільно орієнтуються в інформаційному просторі. Тому завдання сучасного педагога: розвинути критичне мислення кожного здобувача освіти, його вміння аналізувати отриману інформацію, узагальнювати, структурувати, та створювати для інформаційного середовища особисті медіатексти, сформулювати медіа-культуру сучасних школярів. Педагогічна діяльність повинна бути спрямована саме на формування медіа-культури сучасного здобувача освіти та має починатися з формування медіа-компетентності педагога.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** В педагогічній науці значна увага присвячена проблемам медіаграмотності та медіаосвіти. Над засвіченою проблемою працювали наступні вчені: Л. Баженової, О. Волошенюк, Л. Зазнобіної, Л. Мастермана, Н. Найдьоновой, Г. Поличко, О. Спічкіна, О. Федорова, І. Челишева та ін.

**Мета статті** – розкрити особливості розвитку медіаграмотності, як основної компетенції сучасного педагога.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Наше українське суспільства в сучасному світі характеризується посиленням інформаційної взаємодії, інформаційної насиченості, що і є результатом всіх процесів глобалізації розвитку комунікаційних та інформаційних технологій [5].

В інформаційному українському суспільстві реалізація проектів та життєвих цілей залежить від рівня включення кожної людини саме в інформаційний простір.

У сучасному світі перед системою освіти постають все нові проблеми, які пов'язані з розвитком компетенцій, які сприяють пристосуванню суспільства до сучасних умов життєдіяльності. Медіаграмотність є однією з таких компетенцій, яку можемо сприймати саме як «спроможність відповідно взаємодіяти з інформаційними потоками: виконувати пошук, критично оцінювати, аналізувати і створювати медіатексти, які поширюються різними ЗМІ та комунікаціями» [3].

Теоретичний аналіз досліджень, документів і матеріалів проекту щодо компетентнісного підходу показує, що медіаграмотність не вважається інваріантною, в українських і зарубіжних концепціях, втім вона входить до складу компонентів різних компетенцій [7]. Мета та завдання медіаграмотності можливо реалізовувати в процесі розвитку компетенцій ціннісно-носимислової орієнтації в освіті, компетенції соціальної взаємодії під час освітнього процесу, компетенції пізнавальної діяльності [1].

Враховуючи сучасну інформаційну цивілізацію та призначення ЗМІ в організації інформаційного середовища, видається доцільним аналіз медіаграмотності як окремої, самостійної компетенції, що входить до структури професійної компетентності педагога сучасних закладів освіти і позначається як основна компетенція в системі «основні – базові – спеціальні» компетенції. При цьому роль медіаграмотності в професійній компетентності різна і залежить це від сфери діяльності.

Виділення медіаграмотності в структурі компетентності сучасного педагога як провідної компетенції потребує вивчення її змісту та структурних компонентів.

У науковій літературі існують різноманітні підходи до опису структури медіаграмотності. Так, наприклад, Р. Хоббс, спираючись на широко поширене визначення медіаграмотності, розроблене міжнародною групою експертів, пропонує виділяти в її структурі чотири групи умінь: вміння здійснювати доступ, вміння аналізувати, вміння оцінювати та вміння створювати медіатексти [8, 11].

Пропонуємо більш широкий підхід до розгляду структури медіаграмотності. При цьому в якості теоретичної основи при визначенні структурно-змістовних компонентів медіаграмотності пропонується спиратися на сформульовані у вітчизняній психології Положення про характеристики ключових компетенцій, які можуть розглядатися як загальні критерії для визначення та оцінки їх структури і змісту. І. О. Зимова виділяє чотири аспекти у змісті компетенції: мотиваційний аспект – готовність до прояву компетенції; когнітивний аспект – володіння знанням змісту компетенції; поведінковий аспект-досвід прояву компетенції в різноманітних стандартних і нестандартних ситуаціях; ціннісно-смысловий аспект – ставлення до змісту компетенції та об'єкту її застосування. Їх реалізація відбувається за умови емоційно-вольової регуляції процесу і результату прояву компетенції [8, 11].

На основі аналізу існуючих підходів до визначення змісту і структури медіаграмотності необхідно зробити акцент на чотири змістовні компоненти медіаграмотності: мотиваційний, когнітивний, поведінковий і ціннісно-смысловий компоненти.

Розглянемо зміст даних компонентів докладніше.

1. Мотиваційний компонент – готовність до прояву компетенції. Мотиваційний компонент формується, по-перше, на основі усвідомлення учнями ролі і функцій сучасних ЗМІ в житті суспільства і кожної окремої людини в контексті змінюється соціальної реальності; по-друге, на основі формування у учнів цілісних уявлень про себе в контексті сучасної медіакультури; по-третє, на основі осмислення власних комунікативних потреб та актуалізації інтелектуальних можливостей у процесі активного засвоєння накопиченого людського досвіду при взаємодії з медіатекстами.

2. Когнітивний компонент – володіння знанням змісту компетенції. Когнітивний компонент медіаграмотності включає знання, згруповані за ключовими концептами медіаграмотності, до яких ми пропонуємо відносити наступні концепти: процес, контекст, медіатекст і медіарепрезентації:

- концепт «процес» передбачає оволодіння знаннями з наступних питань: роль і функції ЗМІ в сучасному світі; відмінні характеристики різних ЗМІ та їх комунікативні стратегії; економіка ЗМІ, питання власності та економічні інтереси в медіаіндустрії; процес створення медіатексту (цілі, аудиторія, способи взаємодії з аудиторією і впливу на неї); ефекти ЗМІ;
- концепт «контекст» передбачає оволодіння знаннями з наступних питань: історичний і культурний контексти створення і функціонування ЗМІ; Медіакультура в сучасному культурному просторі; мас-медіа та ідеологія; мас-медіа та формування ідентичності;
- концепт «медіатекст» передбачає оволодіння знаннями з наступних питань: тип і жанр медіатексту; тема і предмет медіатексту; автор і аудиторія медіатексту; вербальні, аудитивні, Візуальні, Графічні, мультимедійні засоби і способи передачі значення і сенсу; інтертекстуальні зв'язки; наявність або відсутність стереотипних репрезентацій; характер взаємодії з аудиторією;

- концепт «медіа репрезентації» передбачає оволодіння знаннями з наступних питань: ставлення медіатексту до реального світу (реалізм і конструктивізм як способи репрезентації об'єктивної реальності); авторська позиція; стереотипізація в текстах масової інформації, проблема репрезентації певних соціальних категорій і груп членів суспільства; медіарепрезентації і проблема насильства; медіарепрезентації і культура споживання.

3. Поведінковий компонент-набір умінь, що забезпечують адекватну взаємодію з медіатекстами в різноманітних стандартних і нестандартних ситуаціях. Поведінковий компонент медіаграмотності включає наступні базові групи умінь:

- вміння здійснювати пошук інформації в різних медіаджерелах: локалізувати / визначити знаходження і виконати дії по здійсненню доступу до джерела медіаінформації; зберігати медіаінформацію; знаходити необхідну інформацію в різних типах медіатекстів, в т. ч. за допомогою технічних засобів;
- вміння аналізувати медіатекст: визначати тему, предмет, тип, жанр, цільову аудиторію медіатексту; встановлювати комунікативний намір автора і смислову домінанту медіатексту; визначати основні функції медіатексту; визначати структурну організацію наративу; аналізувати вербальні, аудитивні, візуальні, графічні, мультимедійні засоби і способи передачі значення і сенсу; виділяти і аналізувати соціокультурні концепти, що актуалізуються в медіатексті; визначати інтертекстуальні зв'язки; визначати наявність або відсутність стереотипних репрезентацій; визначати способи впливу на аудиторію; досліджувати соціальний, історичний, політичний, економічний і культурний контексти створення і сприйняття медіатексту;
- вміння критично оцінювати зміст медіатексту: інтерпретувати зміст медіатексту через призму особистісного досвіду, на основі вже сформованих цінностей, відносин, світогляду, набутих знань; на основі аналізу соціального і культурного контекстів будувати припущення про можливі наслідки, наступні події або логічне завершення репрезентованої ситуації; на основі аналізу соціального контексту оцінювати значимість і цінність медіатексту для одержувача;
- вміння творчого перекодування інформації при створенні нового медіатексту: правильно визначити і оцінити аудиторію або одержувача медіаповідомлення; ефективно і творчо використовувати мультимедійні засоби і способи передачі значення і сенсу; побудувати повідомлення з урахуванням особливостей картини світу партнера по спілкуванню.

В якості коментаря до змісту поведінкового компонента медіаграмотності представляється важливим відзначити, що першу групу умінь часто пов'язують зі здатністю використовувати різні інформаційні джерела або технічні засоби, і визначають як інформаційну грамотність або, з недавнього часу, як цифрову грамотність. Разом з тим, видається очевидним, що, незважаючи на наявне накладення на зміст інших видів грамотностей, ці вміння повинні розглядатися і як невід'ємний компонент медіаграмотності. Уміння аналізу і критичного оцінювання, складові другої та третьої групи умінь, в практичній діяльності часто об'єднуються в одне ціле. Важливо, однак, підкреслити, що аналітичні вміння спрямовані на грамотний витяг інформації з сприйманого тексту, в той час як вміння оцінювання спрямовані на формування особистісного сенсу тексту і побудова критичних суджень про його зміст на основі особистісного досвіду, системи цінностей і набутих знань.

Що стосується четвертої групи умінь поведінкового компоненту, то вона виступає предметом давніх дискусій теоретиків і практиків медіаосвіти. Прихильники включення продукування медіатекстів у зміст навчання вважають, що медіаграмотність не є повністю сформованою, якщо учні не набули навичок і вміння створення медіатекстів. Вважаємо за необхідне наявність в освітньому процесі завдань на самостійне створення медіа текстів, які можливо активно використовувати для оцінки рівня сформованості медіаграмотності. Багато дослідників переконані, що формування практичних навичок і умінь зі створення медіатекстів не тільки призводить до більш глибокого розуміння медіатехнологій, але і є важливим етапом пізнання навколишньої реальності, розвитку експресивної функції комунікантів і їх творчого потенціалу [9]. Друга точка зору полягає в тому, що непрофесійне продукування медіатекстів в процесі навчання носить, насправді, не продуктивний, а репродуктивний та імітативний характер, при цьому забирає час від процесу розвитку критичних і аналітичних навичок, тому включення практичних умінь в зміст навчання недоцільно

[10]. Очевидно, що аргументи кожної сторони заслуговують на увагу і відображають реальну ситуацію. У програмах формування медіаграмотності як основної компетенції, що не має професійної спрямованості, продукування медіатекстів може розглядатися лише як один із прийомів навчання в процесі виконання, наприклад, групових або індивідуальних проєктів без пред'явлення вимог до професійного виконання. При цьому продукування медіатекстів, як правило, являє собою творче репродуктивно-продуктивне перекодування наявних семіотичних ресурсів. Разом з тим, не викликає сумнівів, що така діяльність є важливим етапом у підготовці учнів до життя в суспільстві, в якому мас-медіа тісно переплетені з професійним, цивільним та особистим життям кожної людини.

4. Ціннісно-смысловий компонент-відношення до змісту компетенції та об'єкту її застосування. Ціннісно-смысловий компонент формується на основі базових концептуальних положень медіаграмотності. Медіатексти є конструктами, але, в свою чергу, вони конструюють реальність; медіатексти мають комерційну імплікацію; медіатексти мають ідеологічну і політичну імплікації; форма і зміст взаємозалежні у всіх засобах масової інформації, кожне з яких має специфічний набір відмінних ознак; одержувачі медіатекстів конструюють їх значення [4].

На закінчення представляється важливим акцентувати на тому, що представлені нами компоненти медіаграмотності розкривають не лише структуру сформованої компетенції, а ще і зміст освітнього процесу, який має бути спрямований на формування медіаграмотності, що забезпечує позитивну взаємодію педагога та здобувачів освіти з сучасною медіакультурою.

**Висновки.** Медіакомпетентність сучасного педагога вимагає нової перспективи, що створена на вміннях та розгалуженій структурі знань. Це не застигла категорія, підвищувати свій рівень медіакомпетентності педагог має можливість впродовж усієї професійної діяльності. Медіакомпетентність дає педагогу розуміння того, як існуючі медіатексти, щоденність нашого життя, сприяють пізнанню навколишнього світу й інформаційно насиченого сучасного середовища, вплинути на рівень медіакультури здобувача освіти.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Зимняя И. А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования // Высшее образование сегодня. 2003. № 5. С. 34–42.
2. Зимняя И. А. Указ. соч. С. 41.
3. Чичерина Н. В. Медиаобразование в контексте изменяющейся социальной реальности: моногр. Архангельск, 2008. С. 81.
4. Aufderheide P. Media Literacy: from a Report of the National Leadership Conference on Media Literacy // Media Literacy in the Information Age: Current Perspectives / R. Kubey (Ed.). New Brunswick; London, 1997. P. 79–86.
5. Castells M. The Rise of the Network Society. Cambridge, 1996.
6. Hart A. Textual Pleasures and Moral Dilemmas: Teaching Media Literacy in England // Media Literacy in the Information Age: Current Perspectives. New Brunswick, 1997. P. 199–211.
7. Hutmacher W. Key Competences for Europe: Report of the Symposium (Berne, Switzerland, March 27–30, 1996) // A Secondary Education for Europe Project. Strasbourg, 1997.
8. Hobbs R. Expanding the Concept of Literacy // Media Literacy in the Information Age: Current Perspectives / R. Kubey (Ed.). New Brunswick; London, 1997. P. 163–184.
9. Hobbs R. The Seven Great Debates in the Media Literacy Movement // J. of Communication. 1998. № 48(1). P. 16–32; Zettl H. Op. cit.
10. Lewis J., Jhally S. Op. cit. informatika.udpu.edu.ua/?page\_id=5249

*The article considers the structure of media literacy as the main competence of a modern teacher. The author proposes a content content of media literacy components, which can serve as a basis for integrating media education concepts into the educational process.*

**Keywords:** media literacy, communications, key competencies, media, information and communication technologies, critical thinking, media culture, information space, media literacy components.



**Олена Цогла**

кандидат економічних наук, доцент кафедри  
природничо-математичної освіти  
Комунальний заклад Львівської обласної ради  
Львівський обласний інститут післядипломної  
педагогічної освіти

## МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ОСВІТЯН – ПОТРЕБА СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

*У статті розглянуто та проаналізовано тлумачення терміна «медіаграмотність» вчителя. Представлено основні положення розвитку медіаграмотності в Україні. Акцентовано увагу на необхідності розвитку медіакомпетентності вчителя на основі системи післядипломної освіти.*

**Ключові слова:** викладач, медіаграмотність, система післядипломної освіти.

**Постановка проблеми.** В сьогоденному світі, учитель уже не є головним осередком наукової, світоглядної і морально-естетичної інформації. Значну її частину школярі черпають з засобів масової інформації, зокрема, з Інтернету.

Сучасні учні інколи знають про новітні інформаційні технології більше за своїх вчителів. Саме тому медіаосвіта педагогічної спільноти надзвичайно важлива. Вкрай актуальним є вміння користуватися потенціалом медіапростору.

У країнах з високим економічним розвитком медіаосвіта є невіддільним елементом, з одного боку, загальної освіти молоді, з другого – загальнодоступних інформаційних процесів, таким чином будучи частиною трансформацій конкурентоспроможної економіки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Починаючи з 1982 року (Грюнвальдська Декларація з медіаосвіти) виникає становлення понять, ідей, програм з медіаосвіти для населення. У документі, прийнятому конференцією Ради Європи, «Медіаграмотність і права людини» підкреслено важливість розвитку медіаграмотності та медіакомпетентності для підтримання демократії у суспільстві й рекомендовано ввести медіаосвіту у вищих навчальних закладах Європи як обов'язковий компонент [1, с. 89].

У Концепції впровадження медіаосвіти в Україні говориться про потребу опрацювання стереотипів медійної грамотності педагогів, запровадження медіакомпетентності у фахові стандарти підготовки вчителів, врахування вимог медіаінформаційної грамотності в освітніх програмах, розробка навчальних медіаосвітніх курсів для підготовки і перепідготовки фахівців» [2].

Відповідно до освітньої реформи Нової Української Школи, одна із ключових компетенцій учня є інформаційна і медіаграмотність [3].

Сучасні науковці, такі як Т. Бакка, В. Іванов, О. Волошенюк, Д. Дзюба, В. Дубровський, Т. Іванова, В. Левківський, Л. Найдьонова, Г. Онкович, Б. Потятинник, Г. Почепцова, Н. Череповська розробили підручники й посібники з медіаосвіти для різних верств населення та рівнів освіти.

**Постановка завдань дослідження.** Сприйняття та оцінку зовнішнього світу людина одержує із засобів масової інформації, які водночас є вагомими факторами освіти та виховання. Тому актуальним є дослідження необхідності формування у педагога навиків медіаграмотності.

**Виклад основного матеріалу.** 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 [4].

Сьогоденні реалії в Україні вимагають в людини навички критичного мислення та вміння продукувати медіаповідомлення. майстерності перевірки, верифікації інформації, контенту, медіамеседжів. Саме тому громадськими та державними організаціями налагоджено співро-

бітництво із закордонними партнерами; через різні види методичної, проектної роботи, тренінги, вебінари та безкоштовні онлайн-курси.

Таким чином, медіаосвіта – елемент навчального процесу, який планомірно формує в суспільстві медіакультуру, провадить виучку індивіда до безпечної та продуктивної взаємодії із новітнім мас-медіа, беручи до уваги, як звичні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і нові (комп'ютерно опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія) медіа враховуючи розвиток інформаційно-комунікаційних технологій [2].

Щоб краще зрозуміти потребу в медіаграмотному вчителю, простежимо трактування поняття «медіаграмотність» науковцями.

Медіаграмотність – це «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» [5].

Медіаграмотність – це «здатність особистості контролювати споживання медіа» [6].

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» [7].

Медіаграмотність – це «здатність використовувати, аналізувати, оцінювати та передавати повідомлення у різних формах» [5, с. 10].

Отже, можемо стверджувати, що індивід, який, в першу чергу, спроможний, завдяки наявності відповідних компетенцій, свідомо уловлювати й розглядати, а також вимогливо передавати та продукувати медіатексти; разом з тим вміло та критично перевіряє достовірність інформації і є медіаграмотним.

ЮНЕСКО радить пов'язувати поняття медійної та інформаційної грамотності в одне ціле: «медіа-інформаційна грамотність», що значить володіння компетенціями (знаннями, вміннями і ціннісними установками), що дають змогу людям ефективно взаємодіяти з медіа та іншими інформаційними службами, поглиблювати критичне мислення і розвивати звичку вчитися протягом життя для комунікації та здійснення активного громадянського життя [9].

Інформаційно-медійну грамотність необхідно просліджувати як набір мотивів, знань, умінь, здібностей, що допомагають вибрати, використати, створити, критично проаналізувати, оцінити й передати інформаційні повідомлення, тексти у різних видах і формах [8].

Важливо враховувати, що «завдання медіаграмотності полягає у перетворенні медіаспоживання в ініціативний та критичний процес, допомагаючи людям краще усвідомити потенційну маніпуляцію, а також допомогти зрозуміти роль мас-медіа і ЗМІ у формуванні громадської думки» [12].

Отже, можемо зроби висновок, що медіаграмотність –це навичка аналізувати та критично оцінювати медіа, що дає змогу опиратися медіа-інформаційним впливам та забезпечує майстерність вибору інформації.

Абсолютно очевидно, що сучасні медіа виконують не лише інформаційну функцію, а й виховну, здійснюючи вплив на формування світосприймання та позиції підростаючого покоління, тому вагомої актуальності набуває медіаосвіта педагогічної спільноти.

Таким чином, медіаграмотний освітянин – це педагог, який виділяється хистом до сприйняття, розгляду, розуміння і створення медіаінформації; до оцінки соціокультурного і політичного контексту функціонування медіа в нинішньому світі та майстерно використовує засоби масової інформації. Ключове його завдання – системне і компетентне виховання дітей і молоді, які мають навчитися не лише слушно вживати різні медійні засоби, а й тямити у закономірності їх поведінки, бачити, як впливають медіа на формування особистості. Навчити учнів критично мислити в процесі сприймання медіапродукції, для розвитку особистісного, оцінного ставлення до продукції мас-медіа загалом спираючись на етично-естетичні орієнтири [9, с. 5].

Сучасне інформаційне оточення, у якому співпрацюють учитель та учень, потребує від педагога бути медіаграмотним, адже добротність знань наданих вчителем залежить ще й від особливостей світосприймання підростаючого покоління. Для учителя у Новій українській

школі стає характерним володіння компетенціями, які дають змогу ефективно взаємодіяти з медіа та іншими інформаційними службами, розвивати критичне мислення кожного здобувача освіти.

Вважаємо, що оптимально виховувати медіаграмотність ще з початкової школи через внесення елементів медіаосвіти в навчальний процес. Адже, дітей слід готувати до безпечної та оперативної взаємодії із зовнішнім світом, знання про який одержують із засобів масової інформації. Необхідно зауважити, що в сучасну інформаційну добу «нюс-мейкером» може стати будь хто, якщо в нього є смартфон, інтернет і сторінка в соціальних мережах [10].

Щодо розвитку медіаграмотності в Україні, відповідно до результатів Конференція з медіаосвіти та медіаграмотності, яку організовують міжнародна громадська організація Internews в Україні та Академія української преси схилиються до таких думок:

1) триває поступове впровадження медіаграмотності в освіту, яке полягає у впровадженні Всеукраїнського експерименту з медіаосвіти, в результаті чого у старших класах з'явився предмет «Медіакультура»; у включенні медіаграмотності у стандарт початкової школи; вивченні розділу «Світ інформації та мас-медіа» у курсі «Громадянська освіта»;

2) Академія української преси є вагомим серед громадських організацій у формуванні медіаграмотності вчителів, так як проводить з ними регулярні тренінги, видає посібники і підручники з медіаосвіти;

3) завдяки проекту «Вивчай та розрізняй» розробляються та впроваджуються навчальні матеріали, що згодом інтегруються в освітні програми шкіл, що дасть змогу розвивати критичне мислення й провадити аналіз медіатекстів;

4) активність громадських організацій, спеціалізованих онлайн-ресурсів, волонтерських культурно-освітніх проектів сприяють підвищенню медіаграмотності населення через освітню систему до чого долучаються й інститути підвищення кваліфікації;

5) формується «елітарна медіаграмотність», органів влади, ЗМІ та інтелектуальної спільноти;

6) виникає необхідність у чесній редакційній політиці медіа каналів, як носіях знань про медіаграмотність;

7) спостерігається брак цікавого контенту на запит молоді аудиторії [11].

Таким чином, можна прийти до висновку, що в Україні, на сучасному етапі, недостатнім є рівень медіаграмотності споживачів будь яких матеріалів, які розміщені не тільки на сайтах, а й в телевізійних та радіо передачах, фільмах та комп'ютерних іграх.

Саме тому, важливим для школярів є структурування, узагальнення, використання та осмислене продукування власних медіатекстів. Отже, сучасний учитель зобов'язаний поглиблювати критичне мислення, майстерність аналізу та відбору важливої інформації учнів, формувати їх медіа-культуру. Але для цього обов'язковим є формування власної медіа-компетентності.

Дж. Берен визначив основні вміння, які необхідні для медіакомпетентності особистості:

- хист і бажання сприймати, розуміти зміст медіатексту і фільтрувати «шум»;
- розуміння інтенсивності впливу медіатекстів;
- вміння відрізнити емоційну й обґрунтовану реакцію на інформацію, щоб діяти адекватно;
- розвиток компетентнісного сприйняття значення медіатексту;
- знання особливостей жанрів і змога з'ясовувати їх поєднання;
- критичне сприйняття медіатексту, незалежно від джерела;
- здатність розуміння специфіки мови різних медіа і їх впливу [12, с. 24].

В сучасному інформаційному суспільстві, інформація є ключовою значущістю, так як її продукують практично усі користувачі медійного простору.

Незліченна кількість контенту зумовила те, що споживачі не встигають його аналізувати. Проте, не завжди інформація є правдива, часто трапляються фейкові новини, маніпуляції та пропаганда. Саме для того щоб напрактикуватися їх відрізнити необхідно освітянам вивчати медіаграмотність.

Так склалося, що в Україні медіаграмотними вважали учнів та вчителів які опанували ІКТ і використовували їх у навчально-пізнавальному та виховному процесі, проте це не

так. У Концепції «Нова українська школа» виділяють наступні складові: впевнене та свідоме використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) на роботі, в соціальному та приватному спілкуванні; інформаційну й медіа-грамотність та культуру; володіння основами програмування, роботи з базами даних; алгоритмічне мислення; навички роботи та безпеки в Інтернеті та кібербезпеки; розуміння етики роботи з інформацією (авторське право, інтелектуальна власність тощо) [3, с.11].

Так як система післядипломної педагогічної освіти цілеспрямована на підняття фахового рівня вчителів до світових стандартів, вимог часу, індивідуально-особистісних та виробничих потреб; удосконалення наукового та загальнокультурного потенціалу особистості вчителя, то на її базі необхідно впроваджувати медіаосвіту педагогів. Саме про це йдеться в Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, адже опрацювання шаблонів медіаінформаційної грамотності педагогів, запровадження медіакомпетентності у професійні стандарти підготовки педагогів, належне врахування вимог медіаінформаційної грамотності в освітніх програмах фахової підготовки, написання навчальних медіаосвітніх курсів для підготовки і перепідготовки дасть змогу вчителю підвищити свій рівень медіакомпетентності та буде допомагати йому у вихованні дітей і молоді, які мають при звичаїтися, в сучасному світі, до критичного аналізу та відбору правдивої інформації.

На нашу думку, більш продуктивному використанню перспектив та ресурсів щодо впровадження медіаграмотності освітян сприяла б координаційна діяльність інститутів післядипломної освіти.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Оскільки, медіаосвіта є частиною інформаційної безпеки країни, виконує стратегічну функцію у вихованні патріотизму молоді, формуванні української ідентичності [2], тому, вагомим є підготовка медіа та інформаційно грамотного вчителя, який спроможний критично мислити, здійснювати професійну діяльність із застосуванням медіа технологій адекватно сучасним тенденціям розвитку. Саме тому, перспективним напрямом вважаємо дослідження формування інформаційної компетентності слухачів курсів підвищення кваліфікації в системі післядипломної педагогічної освіти.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Іванов В. Ф. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник. Київ: Центр вільної преси, 2012.
2. МОН Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). [Електронний ресурс]. Доступно: [http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/)
3. МОН Концепція Нової української школи [Електронний ресурс]. Доступно: <http://mon.gov.ua/activity/education/zagalna-serednya/ua-sch-2016/konczepczija.html>
4. Плахта Д., Медіаосвітня вакцинація. [Електронний ресурс]. Доступно: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/polityka/mediaosvitnya-vakcynaciy>
5. Іванов В. Ф., Волошенюк О. В.; за наук. ред. В. В. Різуна, Медіаосвіта і медіаграмотність підручник. Київ, Центр вільної преси, 2012.
6. Голоса медіаграмотности: международные пионеры говорят: Джеймс Поттер. Интервью. Стенограмма Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». – Київ. : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018.
7. Worsnop С. AssessingMediaWork/ С. Worsnop. –Mississauga: Wright Communication, 1996. –80 р.
8. Бібліотека масової комунікації та медіаграмотності [Електронний ресурс] Доступно: <http://www.aup.com.ua/category/library>
9. Педагогічні аспекти формування медійної та інформаційної грамотності. Издано Институтом ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании, Москва, Россия



10. Плахта Д. Чому важливо бути медіаграмотним або Як виробляти у собі інформаційну «імунну систему». [Електронний ресурс]. Доступно: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/suspilstvo/chomu-vazhlyvo-buty-mediagramotnym>
11. Дорош М. Як розвивається медіаграмотність в Україні: вісім висновків зі щорічної конференції [Електронний ресурс]. Доступно: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/21021/2018-04-23>
12. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. Москва, Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007.

*The article deals with and analyzes the interpretation of the term «media literacy» of the teacher. The main provisions of the development of media literacy in Ukraine are presented. Emphasis is placed on the need to develop media competence of the teacher on the basis of the postgraduate education system.*

**Keywords:** *teacher, media literacy, system of postgraduate education.*

**Володимир Чуприна**  
учитель хімії та біології  
Краснопільської загальноосвітньої школи  
I-III ступенів Краснопільської селищної ради  
Сумської області

## **МЕДІАКОМПЕТЕНТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ВЧИТЕЛЯ**

*Автор в статті піднімає питання про необхідність та особливості медіаосвіти в Україні. У статті розглянуто умови та принципи формування медіакомпетентності як складової професійної компетентності вчителя. Виокремлено навички, які характеризують медіакомпетентного педагога.*

**Ключові слова.** *Медіакомпетентність, медіаграмотність, професійна компетентність, критичне мислення.*

Метою освіти є всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, її талантів, інтелектуальних, творчих і фізичних здібностей, формування цінностей і необхідних для успішної самореалізації компетентностей [1-10]. Міжнародний департамент стандартів: поняття компетентність визначає як спроможність кваліфіковано провадити діяльність, виконувати завдання або роботу. В законі України Про освіту компетентність розглядається як динамічна комбінація знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей, що визначає здатність особи успішно соціалізуватися, провадити професійну та/або подальшу навчальну діяльність [1].

Такий перехід освіти до компетентнісного навчання пояснюється надшвидким розвитком людського прогресу, глобалізацією сфер людської діяльності та неможливістю фактично отриманих знань забезпечити постійний високий професіоналізм людини у швидкозмінному світі.

Досягнення суспільства подарувало нам чимало благ, серед яких, безумовно, широка різноманітність і доступність контенту. Але, разом з цим, маємо проблеми пов'язані з фейковими новинами та маніпуляціями.

Зважаючи на це, ще в 1930-х роках, у Великій Британії були розроблені перші освітні ініціативи, спрямовані на захист споживачів від негативного впливу ЗМІ. Згодом світ заговорив про медіаосвіту, медіапродукти та медіапедагогів, як важливого чинника у формуванні особистості [4]. Їх завдання – розвинути в молоді навички критичного мислення, уміння аналізувати інформацію, створювати власні медіапродукти. Однак, це можливо лише за формування медіакомпетентності самого вчителя, що на практиці вдається не так легко, оскільки в Україні дослідження цього напрямку освіти триває лише декілька десятиліть.

Так, проблеми медіаосвіти, досліджено й опубліковано українськими науковцями: Д. Бачинським, Н. Череповською, В. Івановим, Г. Онковичем, Л. Найдьоновою, Б. Потятинником.

Визначну роль у дослідженні актуальних питань медіаосвіти та медіаграмотності відіграли праці зарубіжних вчених. Зокрема, модель та методи медіаосвіти вивчали у своїх працях такі науковці, як Р. Хоббс, Е. Харт, Л. Мастерман, Д. Бекінгем, О. Федоров; питання формування медіакомпетентності у педагогів розкриті у працях Л. Найдьонової, І. Доніна, І. Фатєєва; значення медіаосвіти у становленні особистості досліджували А. Литвин, І. Задорожна, О. Федоров; проблеми впровадження медіаосвіти в освітній процес опрацьовували В. Різун, М. Скиба.

Однак, незважаючи на глибину дослідження проблем медіаосвіти та медіакомпетентності як вітчизняними так і зарубіжними вченими, слід зауважити, що це питання залишається актуальним.

**Мета статті:** з'ясувати роль та умови формування медіакомпетентності як складової професійної компетентності педагога.

**Постановка завдання.** Інформатизація сфер людської діяльності зумовлює значні зміни мети та завдань освіти, принципів підготовки майбутніх спеціалістів до процесу самореалізації в умовах інноваційного середовища. Ця проблема потребує свого наукового осмислення та практичного розв'язання, оскільки саме освітні соціальні інститути покликані компенсувати зниження рівня культури молоді, розвинути її здатність до критичного мислення. У зв'язку з цим постає гостра проблема розвитку медіаосвіти та формування медіакомпетентності вчителя. Важливою умовою її формування є такі загальнопедагогічні принципи як індивідуалізація та доступність інформації.

**Виклад основного матеріалу.** Одним із основних і пріоритетних напрямків реформування освіти є вдосконалення рівня професійної компетентності. Головні нормативно-правові документи Міністерства освіти і науки України свідчать про постійний розвиток професійного рівня, професійної майстерності та загальної культури педагогічних і науково-педагогічних працівників шляхом самоосвіти, як важливої умови модернізації освіти [8].

Таким чином, основним напрямком удосконалення рівня професійної компетентності вчителя є професійне самовдосконалення шляхом цілеспрямованої самоосвітньої діяльності, яка значною мірою реалізується за допомогою Інтернет ресурсів: освітніх платформ, соціальних мереж, педагогічних форумів, вебінарів тощо. Зважаючи на це перед учителем постають проблеми: уміти критично сприймати та аналізувати отриману інформацію, зуміти об'єктивно передати її іншим та не піддатися різноманітним маніпуляціям.

З цією метою, 21 квітня 2016 року Президією Національної академії педагогічних наук України, для формування медіаграмотності і медіакультури населення, була схвалена нова редакція Концепції впровадження медіаосвіти в Україні. У Концепції висвітлені основні терміни, мета, завдання, форми і принципи медіаосвіти, пріоритетні напрями її розвитку, етапи та умови реалізації вихідних положень, що були розроблені з врахуванням завдань, визначених у документах ЮНЕСКО: Паризькій програмі-рекомендаціях з медіаосвіти ЮНЕСКО (2007 р.), Феській декларації ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності (2011 р.), Паризькій декларації ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в цифрову епоху (2014 р.) та резолюції Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрової інформації (2008 р.) [3].

Ми живемо у часи мультимедіа, коли більша частина інформації, яку люди отримують, надходить все менше з друкованих джерел, а все більше зі складних конструйованих візуальних образів, складних сукупностей звуків і численних медійних форматів. Епоха мультимедіа вимагає нових навичок задля доступу, аналізу, створення та розповсюдження повідомлень у цифровому, глобальному, демократичному суспільстві.

Так, Г. Онкович зауважує, що впровадження професійно орієнтованої медіаосвіти дозволить сформувати медіакомпетентність для підтримки належного рівня професійної майстерності людини. Медіакомпетентність автор трактує як уміння ефективно взаємодіяти з медіапростором, правильно розуміти, оцінювати інформацію, аналізувати, передавати її іншим, дотримуючись медіакультурних цінностей, уподобань і стандартів [6, с. 4].

Загальновідомо, що показником готовності фахівця будь-якої професії до виконання певного виду діяльності сьогодні визнано компетентність. Однією зі складових загально педагогічних компетентностей є медіаосвіта. Характеристикою медіаграмотності вчителя вважати- мемо його медіакомпетентність, яку будемо розуміти як інтегровану характеристику особистості вчителя, що ґрунтується на сукупності його мотивів, знань, умінь, цінностей і здатностей, котрі спроможні забезпечити медіаосвіту учнів різного віку [6, с. 64].

Формування медіакомпетентності педагога, у зв'язку з його соціокультурною роллю, має ряд особливостей, тому має базуватися відповідно до принципів:

- 1) індивідуального соціально-психологічного підходу (врахування вікових, соціально-психологічних особливостей особистості, її медіа уподобання);
- 2) патріотизму (формування і зміцнення національної ідентичності, консолідації суспільства, свідомої громадянської позиції);

- 3) перманентного оновлення змісту (врахування постійного розвитку інформаційних технологій, поточних педагогічних новин, змін у системі мас-медіа тощо);
- 4) пріоритету морально-етичних цінностей (захист суспільної моралі і людської гідності, протистояння жорстокості й різним формам насильства, агресії, ціннісне ставлення особистості до держави, до суспільства, природи, мистецтва, та самої себе);
- 5) продуктивної мотивації (поєднання творчого сприймання медіа та здатності створювати власну медіапродукцію з метою її подальшого використання в педагогічній діяльності);
- 6) пошанування національних традицій (врахування національної та етнолінгвістичної специфіки медіапотреб, розвиток національної культури, зростання престижності україномовного спілкування);
- 7) формування громадянської спрямованості особистості;
- 8) цілісності та системності [1; 5, с. 27].

Наступною особливістю формування медіакомпетентності педагога є його постійна взаємодія з різноманітними медіапродуктами, розвиток уміння критично їх аналізувати, вміло поєднувати й використовувати. Тому, ще в процесі фахової підготовки вчителів доцільно розвивати уміння, виділені відомим американським медіапедагогом С. Дж. Береном, а саме:

- 1) здатність і готовність сприймати і розуміти зміст медіатекстів, незалежно від їх складності, уміння «фільтрувати» інформацію;
- 2) розуміти силу впливу медіатекстів на суспільство;
- 3) здатність розрізняти емоційну й аргументовану реакцію при сприйманні інформації;
- 4) розвивати компетентне припущення про зміст медіатексту;
- 5) здатність сприймати медіатексти критично, незалежно від того, наскільки є впливовими їх джерела [9].

Виділяють чотири групи компетентностей із медіаграмотності: розуміння медіа, використання медіа, комунікація за допомогою медіазасобів та вміння застосовувати медіа для досягнення поставленої мети.

Основою методики формування медіакомпетентності педагога є реалізація різних творчих завдань, які підвищують рівень засвоєння знань про сприйняття та аналіз медіатекстів, застосування їх у різних ситуаціях, розвиток вміння розробки медіа-текстів.

Основні умови формування медіакомпетентності вчителя можна знайти у працях В. Шарко:

- 1) наявність фундаментальної підготовки з інформатики, без якої неможливе використання засобів ІКТ та реалізація їх потенціалу в освіті;
- 2) формування медіакомпетентності майбутніх учителів у системі педагогічної освіти забезпечується відповідністю структури та змісту їх підготовки новітнім тенденціям;
- 3) недостатня готовність вчителів до використання мас-медіа в навчальному процесі зумовлює формування медіаграмотності у післядипломний період [11].

Важливою складовою у формуванні медіакомпетентності вчителів є її діагностування. При розв'язанні цього завдання нами врахований досвід Л. А. Найдьонові [2], яка на основі європейських критеріїв медіаграмотності пропонує такі фундаментальні її виміри, які можна застосовувати і для діагностування рівня готовності вчителя до здійснення медіаосвіти школярів: індивідуальну компетентність та середовищні чинники. Зосередимо увагу на характеристиці індивідуальної медіакомпетентності як показника його готовності до здійснення медіаосвіти школярів.

За визначенням вченої, *індивідуальну компетентність* слід розуміти як здатність особи отримувати, використовувати, аналізувати, розуміти й створювати медіапродукцію. До складу індивідуальної медіакомпетентності входить широкий набір навичок, які дають змогу підвищити рівень обізнаності щодо інформаційного простору, здійснювати критичний аналіз, творчо розв'язувати проблеми, створювати новий зміст (контент) і спілкуватися.

Зокрема, медіакомпетентний вчитель у своїй професійній діяльності вміє:

- здійснювати критичний огляд медіа продуктів;
- застосовувати раціональні методи пошуку, відбору, систематизації та використання медіа текстів;



- здатен протистояти маніпуляції та пропаганді;
- застосовує у процесі навчання комп'ютерні програми, навчальні ресурси глобальної мережі Інтернет;
- раціонально поєднує традиційні методи навчання з мультимедійними засобами ілюстрації та демонстрації інформації.

Висновки та пропозиції. Сучасні електронні медіа з одного боку відкривають широкий діапазон можливостей удосконалення навчально-виховного процесу. З іншого, використання таких ресурсів вимагають від учителя чіткого розуміння мети своєї діяльності.

Медіакомпетентність як результат медіа грамотності сучасного педагога – важливий крок у забезпеченні результативності та ефективності навчально-виховного процесу. Саме вона дає змогу зробити навчання безперервним, всеосяжним та актуальним. Однак, жодна інновація не в змозі забезпечити технологічну результативність навчально-виховного процесу без врахування досвіду минулого та потреб майбутнього. Умовами формування медіа компетентності вчителів є перш за все їх бажання до самовдосконалення, чітка внутрішня мотивація та підтримка з боку держави.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / Схвалено постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 27 квітня 2016 року [Електронний ресурс]. – URL:[http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya\\_vprovadzheniya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontsepsiya_vprovadzheniya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/) (дата звернення 30.01.2020).
2. Європейські критерії медіа-грамотності (фрагмент з програми Найдьонова Л. А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу) На основі «Media Literacy Study The Framework» [Електронний ресурс]. – URL: [https://www.academia.edu/\\_244\\_%D1%...](https://www.academia.edu/_244_%D1%...) (дата звернення 02.02.2020).
3. Іванов В. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л. – К.: АУП, ЦВП, 2011. – 58 с
4. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні: Президія Національної академії педагогічних наук України 21 квітня 2016 р. [Електронний ресурс]. – URL:[www.mediaosvita.com.ua/material/koncersia...](http://www.mediaosvita.com.ua/material/koncersia...) (дата звернення 07.02.2020).
5. Медіаосвіта соціальних педагогів: навчально-методичний посібник. / Автори-укладачі: Г. Я. Майборода, М. М. Матвійчук. – Черкаси: ФОП Гордієнко Є.І., 2014. – 90 с.
6. Онкович Г. Професійно-орієнтована медіаосвіта у вищій школі / Г. Онкович // Вища освіта України. Теоретичний та науково-методичний часопис, № 2(53), 2014. К.: Вид-во «Педагогічна преса». – С. 80-87.
7. Перша літня школа медіаосвіти за підтримки USAID URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/9142/2011-08-22-vidbulasya-persha-litnya-shkola-mediaosviti-za-pidtrimki-usaid-ta-internyuz-network/> (дата звернення 07.02.2020).
8. Указ президента України Про Національну доктрину розвитку освіти. [Електронний ресурс]. – URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/347/2002> (дата звернення 30.01.2020).
9. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / А.В. Федоров. – М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. – 616 с.
10. Формування ключових компетентностей нової української школи. [Електронний ресурс]. – URL: [http://imso.zippo.net.ua/wp-content/uploads/2017/08/2017\\_...](http://imso.zippo.net.ua/wp-content/uploads/2017/08/2017_...)
11. Шарко В. Д. Медіакомпетентність як складова методичної підготовки вчителя та її діагностування. [Електронний ресурс]. – URL: [http://ite.kspu.edu/webfm\\_send/349](http://ite.kspu.edu/webfm_send/349). (дата звернення 01.02.2020).

*The author considers the importance and features of media education in Ukraine. We believe that there are principles that are media competence as a component of professional activity. The skills that support media pedagogy are highlighted.*

**Keywords.** *Media competence, media literacy, professional competence, critical thinking.*

Дарія Лукьяненко

доцент кафедри теорії й методики

мовно-літературної та художньо-естетичної освіти

Миколаївський обласний інститут післядипломної

педагогічної освіти

## МЕДІАГРАМОТНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ВЧИТЕЛЯ ЗАРУБІЖНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

*У статті запропоновано визначення медіаграмотності як складової професійної компетентності вчителя зарубіжної літератури. На прикладі конкретних освітніх завдань розглянуто шляхи вдосконалення медійної компетентності сучасного фахівця.*

**Ключові слова:** *медіатекст, зарубіжна література, буктрейлер, фактчекінг.*

**Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими і практичними завданнями.** Бурхливий науково-технічний прогрес зумовив нестримне збільшення обсягів даних, назване «інформаційним вибухом» [6, 408]. Безперечно, досягнути все людині не під силу, але треба навчитися критично осмислювати запропоновану в різних джерелах інформацію, усвідомлено відбирати її, продукуючи нове й оригінальне, тобто бути медіаграмотним. Із цього приводу слушною видається думка Лариси Деркач: «В умовах глобалізації й інформаційного перенасичення сучасного світу медіареальність перетворюється на своєрідний буттєвий вектор, досягнення якого є необхідною умовою об'єктивного сприйняття й розуміння дійсності» [3, 62].

Особливого значення медіакомпетентність набуває для педагогів, які сьогодні навчають учнів, що значну частину свого життя проводять в інтернет-просторі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми медіаосвіти, медіаграмотності й медіакомпетентності присвячено низку наукових студій, із-поміж яких заслуговують на увагу роботи Олени Ісаєвої, Ганни Онкович, Олени Пометун, Олени Семенов, Василя Шуляра.

Окрім того, останнім часом питання дослідженню змістового наповнення поняття «медіаграмотність» присвячено окремі інтернет-ресурси. Зокрема на сайті [ms.detector.media](http://ms.detector.media) запропоновано таке визначення: «Бути медіаграмотним означає бути спроможним знайти те, що ви шукаєте, вибрати те, що вам потрібно, й визначити, наскільки надійною є ця інформація. А поряд із володінням ефективними стратегіями пошуку ви повинні вміти зберігати, повторно використовувати та поширювати інформацію. Бути медіаграмотним означає бути здатним оптимально використовувати відповідну інформацію, зберігаючи її розумно, й ділитися нею з іншими» [2].

Разом із тим, варто зауважити, що досвід удосконалення медіаграмотності вчителя зарубіжної літератури представлено фрагментарно.

**Постановка завдань дослідження.** Зважаючи на малодослідженість проблеми вдосконалення медіаграмотності вчителя зарубіжної літератури, видається доцільним розглянути на конкретних прикладах можливість освітнього матеріалу для формування названого аспекту діяльності педагога як складової професійної компетентності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Медіаграмотність вважаємо не лише вимогою ХХІ століття, а й однією зі складових освітньої програми, що, по-перше, поповнена новими творами лише в 2017 році; по-друге, у цьому документі представлено в межах інформаційно-цифрової компетентності на уроках зарубіжної літератури запропоновано такий вид діяльності, як «аналіз медіатекстів (виявлення маніпулятивних технологій)» [5, 6]. Для успішного «аналізу» необхідно з'ясувати, що сьогодні можна назвати «медіатекстом». Так, Олена Чайковська, пропонує послуговуватися визначенням англійського мовознавця Алана Белла

(«Approaches to Media Discourse»): «<...> визначення медіатексту виходить за рамки традиційного погляду на текст як на послідовність слів. Воно є значно ширшим і включає голосові та звукові параметри, візуальні образи, тобто медіатексти втілюють технології, які використовуються для їх створення та поширення» [9, 226].

Відповідно до такого визначення медіатекстом можемо вважати фільми, створені на основі програмових літературних творів, які, своєю чергою, варто розмежувати на екранізації та фільми за мотивами. Такий розподіл дозволить учителеві правильно дібрати практичні завдання.

Наприклад, в українському кінопрокаті 2014 року вийшов фільм «Книжкова злодійка», за даними вікіпедії, – «воєнна кінострічка, знята режисером Брайаном Персивалем за мотивами роману Маркуса Зузака “Крадійка книжок”» [7]. Цей художній твір сьогодні пропонують в 11 класі в розділі «Сучасна література в юнацькому прочитанні».

Відмінність у назвах може стати основою для цікавих досліджень. Перегляду фільму має передувати з'ясування лексичного значення слів «крадій(ка)» і «злодій(ка)». Це дозволить зробити припущення, що автор сценарію мав би ширше висвітлити «злочини» головної героїні Лізелі Мемінгер. Разом із тим англійською мовою назву кінострічки не змінено – «The Book Thief», що коректно перекласти як «Крадійка книжок».

Отже, наступні види роботи можуть бути побудовані на компаративному вивченні художнього тексту та його кіноінтерпретації. За такої умови буде реалізовано принцип системної інтеграції: предмет (зарубіжна література) – медіаграмотність – (кіно)мистецтво.

Одним із складників медіаграмотності є вміння працювати з візуальною інформацією, що передбачає як аналіз готової, так і продукування нової. Зважаючи на це, може бути створена серія робіт із загальною назвою «А ти лише переглянув...» (за ідеєю проекту «Если бы ты читал книгу, то знал бы, что ...») [4]. Суть цієї роботи полягає в тому, що необхідно створити постер, у якому буде вказано відмінність між кіноваріантом і текстом (мал. 1, 2).

**Якби ти читав книгу, то знав би, що**

Лізелі читала Максві під час його хвороби вкрадені в меровій бібліотеці книги «Свистун» і «Носій снів».



**А ти лише переглянув**



Мал. 1

## Якби ти читав книгу, то знав би, що

Коли Макс одужав, передав для Лізель іграшкового солдатика.



## А ти лише переглянув



Мал. 2

Такий вид роботи спонукатиме учнів, по-перше, до активного читання роману; по-друге, до уважного перегляду фільму; по-третє, допоможе опанувати інтернет-ресурси зі створення візуалізації.

Здобувачі освіти разом зі своїм наставником можуть продукувати авторські медіатексти, покликані популяризувати читання загалом і конкретні книги, зокрема.

Мова йде про буктрейлери, які сьогодні доцільно створювати, по-перше, за новими програмовими творами, як от за відкритою лекцією Ніла Геймана «Чому наше майбутнє залежить від бібліотек, читання і мріяння» («Зарубіжна література», 10 клас). По-друге, за тими художніми творами, які до сьогодні не було екранізовано. Така рекомендація є небезпідставною, зважаючи на переглянуті у відеохостингу «Ютуб» роботи, що їх автори позиціонують саме як буктрейлери, але за змістом представляють слайд-шоу зі стоп-кадрів екранізації.

Наприклад, таким є медіатекст «Буктрейлер Чорнильне серце», створений у серпні 2014 року Ладижинською центральною міською бібліотекою [1]. З іншого боку, такі медіапродукти можна використовувати як ефективний засіб розвитку критичного мислення, а саме: проаналізуйте вимоги до створення буктрейлерів і перегляньте запропоноване(і) відео; висловіть свою позицію про дотримання вимог, створення якісного продукту.

Цікавим матеріалом можуть стати й матеріали, знайдені в процесі виконання завдань, запропонованих у підручниках. Так, на уроці зарубіжної літератури у восьмому класі вивчення творчості Вільяма Шекспіра, за підручником, Ольги Ніколенко й Вікторії Туряниці, розпочинається таким завданням: «За допомогою Інтернету підготуйте презентацію про життя та творчість В. Шекспіра. Здійсніть віртуальну подорож по музею В. Шекспіра, що знаходиться в м. Стретфорд-на-Ейвоні» [8, 129]. Далі за текстом запропоновано біографічну довідку про автора, у якій його названо «письменником». Отже, можна припустити, що перша частина завдання спрямовує учнівський пошук у конкретному напрямку. Але



здобувачі освіти можуть натрапити на інформацію на кшталт «10 фактів, яких ви не знали про Вільяма Шекспіра» або «20 цікавих фактів про Шекспіра», де наводять «переконливі» аргументи, що одного такого автора в Англії XVI століття не існувало. Тобто педагог має бути максимально обізнаним із потенційними варіантами підготовки презентацій. Окрім того, якщо не обумовити, якими інтернет-ресурсами рекомендовано скористатися, можливими будуть повтори інформації.

Тому видається доцільним уточнення запропонованого в підручнику завдання, що передбачає такі кроки: 1) учитель заздалегідь вибирає кілька ресурсів, готує на них покликання або ж QR-коди (вибір залежить від технічних можливостей класу); 2) об'єднує учнів у малі групи (4–5 осіб), кожній із яких пропонує опрацювати матеріал 1–2 ресурсів; 3) представити результати аналізу у форматі печатки (20 слайдів, на кожен із яких відведено 20 секунд), інфографіки тощо; 4) захист групових робіт. У такий спосіб педагог організує фактчекінг як одну зі складових медіаграмотності й забезпечить себе й учнів від нераціонального використання часу на підготовку однотипних відповідей.

Друга частина «шекспірівського завдання» імпліцитно зорієнтована на вдосконалення медіаграмотності як учителя, так і учнів. Ідеться про те, що віртуальну подорож музеєм В. Шекспіра в м. Стретфорд-на-Ейвоні здійснити неможливо, позаяк такого музею не існує. Тобто восьмикласники мають навести покликання на сайт [shakespeare.org.uk](http://shakespeare.org.uk) «The Shakespeare Birthplace Trust» і запропонувати педагогу здійснити подорож під час шкільних канікул.

Власне віртуальний музей Вільяма Шекспіра міститься за іншим покликанням – <http://shakespeare.ucoz.ru/>. Автором такого проекту є Державна бюджетна загальноосвітня установа міста Москва «Школа з поглибленим вивченням англійської мови № 1208 імені Героя Радянського Союзу М. С. Шумілова». Ще один варіант – авторський віртуальний музей, що не обов'язково має бути у форматі вебсайту, а може бути створений як галерея робіт, сторінка однієї із соціальних мереж тощо.

**Висновки та перспективи.** Запропоновані в статті авторські завдання можуть стати елементами компетентнісного уроку XXI століття, адже спрямовані на розвиток медіаграмотності сучасного компетентного вчителя зарубіжної літератури й здобувача освіти. Загалом питання вдосконалення медіаграмотності на уроках з того чи того предмета має постійно висвітлюватися в наукових і методичних студіях, а в освітньому процесі впроваджуватися систематично. Тому одним із подальших напрямів розпочатого пошуку стануть практичні завдання на прикладі програмових творів інших авторів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Буктрейлер «Чорнильне серце» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.youtube.com/watch?v=BgPrSqAh4LY>
2. Бути медіаграмотним: десять необхідних компетентностей. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://cutt.ly/brNW4PE>
3. Деркач Л. М. Інтеграція засобів медіаосвіти в навчання української мови (за професійним спрямуванням) майбутніх педагогів / Л. М. Деркач. Інформаційні технології і засоби навчання. – 2017. Том 59. № 3. – С. 62–75 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cutt.ly/wrNYbmq>
4. Если бы ты читал книгу, то знал бы, что ... [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cutt.ly/urNUZe8>
5. Зарубіжна література. Програма для 10–11 класів загальноосвітніх навчальних закладів з українською мовою навчання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cutt.ly/JrNW30f>
6. Інформаційний вибух і глобалізація світової політики [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://cutt.ly/xrNW58D>
7. Книжкова злодійка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cutt.ly/krNW9Uh>

8. Ніколенко О. М. Зарубіжна література : підруч. для 8 кл. загальноосвіт. навч. закл. / О. М. Ніколенко, В. Г. Туряниця. – К. : Грамота, 2016. – 296 с.
9. Чайковська О. Ю. Особливості сучасного медіатексту / О. Ю. Чайковська // Сучасні дослідження з іноземної філології. – 2014. – Вип. 12. – С. 225–230. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sdzif\\_2014\\_12\\_38](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sdzif_2014_12_38)

*The article proposes the definition of media literacy as a component of the professional competence teachers' of foreign literature. On the example of specific educational tasks the ways of improving the media competence of a modern specialist are considered.*

**Keywords:** *media texts, foreign literature, book-trailers, fact-checks.*

### **Лариса Петрова**

кандидат технічних наук, доцент, завідувач кафедри освітніх та інформаційних технологій Сумського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти

### **Оксана Подліняєва**

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри освітніх та інформаційних технологій Сумського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти.

## **МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНО-ЦИФРОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПЕДАГОГІВ НА ОСНОВІ МЕРЕЖЕВОЇ ВЗАЄМОДІЇ В СИСТЕМІ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ**

*У статті порушується проблема використання інформаційно-цифрових технологій у системі післядипломної педагогічної освіти, розкриваються особливості моделі розвитку інформаційно-цифрової компетентності педагогів на основі мережевої взаємодії вчителів. Пропонується визначення структури і компонентів розробленої моделі, а також форм і методів її ефективного запровадження в систему післядипломної педагогічної освіти на основі використання можливостей цифрових медіа.*

**Ключові слова.** *Інформаційно-цифрові технології, інформаційно-цифрова компетентність, інфомедійна грамотність, післядипломна освіта, цифрові медіа, мережева взаємодія, післядипломна освіта.*

**Постановка проблеми.** Інформатизація освіти висуває нові вимоги до професійно-педагогічних якостей вчителів, до методичних та організаційних аспектів використання в навчанні інформаційно-цифрових технологій. Необхідною умовою для успішного використання різноманітних і доцільних інформаційно-комунікаційних технологій у професійній діяльності є переосмислення вчителем свого місця і ролі в освітньому процесі, оволодіння відповідними педагогічними техніками і технологіями.

Особливістю післядипломної освіти педагогів є стирання кордонів між навчанням і спілкуванням. Навчання в цьому випадку перетворюється в єдиний, послідовний процес, що забезпечує формування особистості вчителя та підвищення його кваліфікації. Дослідники відзначають, що ідея безперервності освіти реалізується не тільки в процесі переходу від однієї форми навчання до іншої (ОППО, семінари, курси), а й періодами напруженої інтелектуальної праці в міжкурсовий період. Які б форми методичної роботи не обирав би вчитель, її ефективність в кінцевому підсумку визначається мірою самостійної роботи вчителя, його самоосвітою [1, 149]. Слід підкреслити, що короткочасність курсової підготовки підвищення кваліфікації не дозволяє в достатній мірі гармонізувати зовнішнє стимулювання професійної активності і прояв продуктивної ініціативи у професійній діяльності педагога. Використання цифрових медіа в системі підвищення кваліфікації відкриває перед педагогом нові можливості. Спілкування в мережі Інтернет знімає часові та просторові обмеження взаємодії вчителів один з одним, дозволяє знайти однодумців, обмінюватися досвідом роботи, працювати над спільними проектами. Дистанційна форма навчання з використанням цифрових медіа формує у педагога досвід безперервної освіти, професійного спілкування та колективної діяльності [5].

У зв'язку з цим актуальним є пошук психолого-педагогічних засобів формування та розвитку інформаційно-цифрової компетентності в умовах післядипломної освіти вчителів. Однією з найбільш перспективних технологій в цьому напрямку може розглядатися мережева взаємодія педагогів, що забезпечує розвиток інформаційно-цифрової компетентності, інформедійної грамотності, підвищення мотивації вчителів до пізнання та використання дидактичних властивостей інформаційно-цифрових технологій та підтримує ідею безперервної освіти [6, 83].

**Аналіз основних досліджень.** Розробка окремих аспектів досліджуваної проблеми знайшла відображення у таких напрямках як: концептуальні засади сучасної системи неперервної професійної освіти та освіти дорослих (В. Андрущенко, І. Зязюн, В. Кремінь, В. Олійник, В. Поліщук, Т. Сущенко та ін.); основні положення компетентнісного підходу в системі підготовки педагогічних працівників (Н. Білик, Н. Кузьміна, О. Овчарук та ін.); формування інформаційної культури особистості, інформаційно-цифрової компетентності фахівців різних галузей (Р. Гуревич, О. Значенко, Т. Іванова, М. Кадемія та ін.).

Проте, аналіз теорії і практики впровадження інформаційно-цифрових технологій в освітній процес, а також аналіз стану розвитку інформаційно-цифрової компетентності вчителів у післядипломній педагогічній освіті свідчить про наявність певних протиріч:

- між постійно зростаючими вимогами суспільства до компетентності вчителів та традиційними підходами до їх професійної підготовки та підвищення кваліфікації;
- між потребою в безперервній підготовці педагогів в галузі інформаційно-цифрових технологій та недостатньою розробленістю шляхів розвитку їх інформаційно-цифрової компетентності в системі післядипломної педагогічної освіти;
- між необхідністю використання вчителями можливостей інформаційно-цифрових технологій і недостатньою методичною і мотиваційною готовністю до їх застосування [4, 129].

Тому виникає необхідність у дослідженні з виявлення та обґрунтування напрямів розвитку інформаційно-цифрової компетентності в системі післядипломної освіти, що дозволить їм ефективно використовувати інформаційно-цифрові технології в освітньому процесі.

**Метою даної статті** є опис моделі розвитку інформаційно-цифрової компетентності педагогів на основі мережевої взаємодії у післядипломній освіті, розробленої та запровадженої для слухачів курсів підвищення кваліфікації кафедрою освітніх та інформаційних технологій Сумського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти.

**Виклад основного матеріалу.** Модель розвитку інформаційно-цифрової компетентності педагогів на основі мережевої взаємодії в системі післядипломної освіти містить взаємопов'язані етапи, які в сукупності створюють можливість реалізації змісту освітньої діяльності, спрямованої на розвиток інформаційно-цифрової компетентності педагогів. Кожен етап має власні мету, результат, форми й методи реалізації (Рис.1).

**І модуль «Навчальна діяльність»** (2019-2021 р.р.) спрямований на формування визначеного рівня інформаційно-цифрової компетентності, а також підготовку вчителів до мережевої взаємодії:

На базовому етапі «ІКТ в педагогічній діяльності» за мету обрано визначення рівня розвитку інформаційно-цифрової компетентності, шляхів розв'язання суперечностей, відбір стратегій самореалізації, створення мотивації до навчання. Основними формами реалізації даного етапу є курси за вибором та експрес-курси:

1. «Використання інформаційно-комунікативних та цифрових технологій в освітньому процесі» (курси за вибором)

Курс присвячений формуванню інформаційної культури педагогів різних спеціальностей, має практичний характер і знайомить учителів з критичним застосуванням інформаційно-комунікативних та цифрових технологій для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією у професійній діяльності.



## Модель розвитку інформаційно-цифрової компетентності педагогів на основі мережевої взаємодії в системі післядипломної освіти

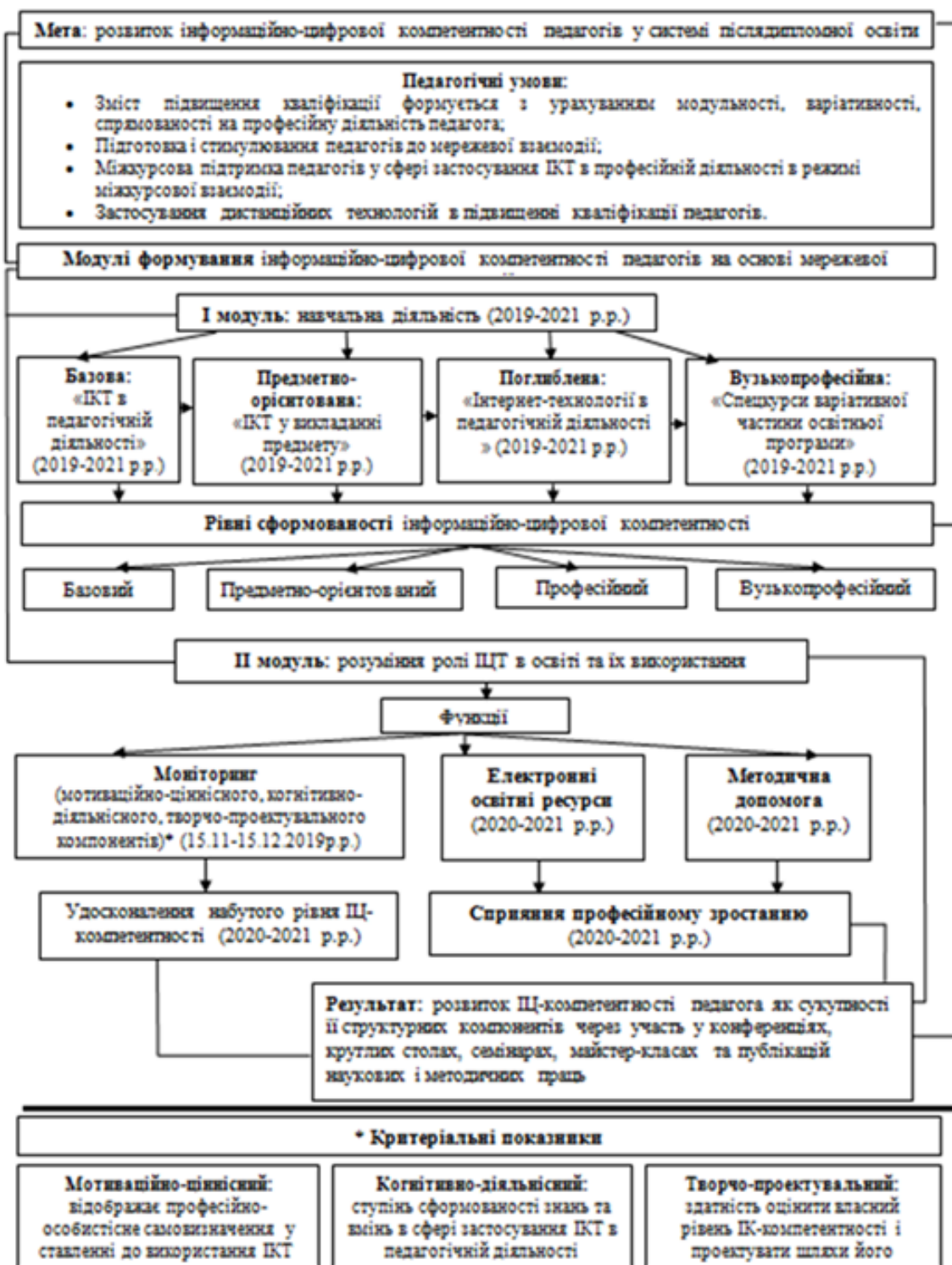


Рис. 1. Модель розвитку інформаційно-цифрової компетентності педагогів на основі мережевої взаємодії в системі післядипломної освіти

Мета навчання:

- розширити уявлення педагогів про інформаційну грамотність, розуміння етики роботи з інформацією;
- сформувати практичні навички використання електронних засобів навчання та їх застосування в освітньому процесі.

## 2. «Медіаграмотність учасників освітнього процесу» (курси за вибором)

Курс присвячений формуванню у педагогів основ медіаосвіти та аудіовізуальної грамотності щодо вирішення сучасних медіапедагогічних проблем, розуміння ролі та значення медійного простору в професійному та особистісному становленні педагога.

Мета навчання:

- визначити сутності медіакомпетентності;
- сформувати практичні навички використання медіапродуктів в освітній діяльності загальноосвітніх навчальних закладів.

## 3. Медіаграмотність педагога закладу дошкільної освіти (експрес курси)

Курс присвячений формуванню медіаграмотності та медіакультури педагогів ЗДО, має практичний характер і дозволить вихователям усвідомити цінність високоякісної інформації в контексті дошкільної освіти.

Ціль курсу полягає у набутті слухачами навичок критичного мислення, вміння втілювати педагогічні ідеї завдяки онлайн-інструментам та програмним засобам, вміння створювати власний якісний контент.

Головна увага акцентується на ролі медіаосвіти та її інтеграції в освітній процес ЗДО.

Мета навчання:

- розширити уявлення педагогів про дошкільну медіаосвіту, безпеку в Інтернеті та кібербезпеку, розуміння етики роботи з інформацією;
- розвивати критичне та алгоритмічне мислення, практичні навички використання електронних засобів навчання та їх застосування в освітньому процесі,
- формувати інфомедійну грамотність та медіакультуру.

Цей етап має на меті утворення та розгортання у педагогів мотивів, які є визначальними для розвитку інформаційно-цифрової компетентності: соціальні, психолого-педагогічні, особистісного зростання.

**На етапі предметно-орієнтованого навчання «ІКТ у викладанні предмету»** метою обрано реалізацію процесу навчання відповідно до програми підвищення кваліфікації педагогів закладів післядипломної освіти й індивідуальних програм. Очікуваним результатом діяльності на даному етапі є зіставлення, узагальнення, переоцінка вчителем ролі інформаційно-цифрової компетентності у власній педагогічній діяльності, переосмислення рівня власної компетентності, позитивні зміни в розвитку спеціальних компетенцій. Ефективними формами досягнення поставленої мети є фахові курси з предмету та курси за вибором за різними формами навчання:

### 1. «Інтеграція інфомедійної грамотності в шкільні предмети» (курси за вибором – очна форма навчання)

Курс створений в рамках проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» для середніх шкіл. Ціль курсу полягає у набутті слухачами навичок критичного сприйняття інформації та усвідомлення ними цінності високоякісної інформації в контексті шкільної освіти. Головна увага акцентується на розвитку ефективної та сталої моделі інтеграції навичок критичного сприйняття інформації в освітній процес загальної середньої освіти.

Мета навчання:

- сформувати в слухачів навички медіаграмотності;
- навчити слухачів критично мислити та відрізняти факти від дезінформації;
- спонукати слухачів до усвідомлення ними цінності високоякісної інформації в контексті шкільної освіти.

### 2. Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику (для закладів-учасників всеукраїнського проекту) (курси за вибором – очна форма навчання)

Курс орієнтований на розроблення психологічно обґрунтованих навчальних програм інтегрованої освіти, поширення практики інтеграції медіаосвітніх елементів у навчальні програми з різних предметів, напрацювання низки факультативних медіаосвітніх програм.

Мета навчання:

- ознайомити педагогів з основними поняттями теорії алгоритмів, з найбільш поширеними алгоритмічними системами, з основними мовами опису алгоритмів, особливостями програмування, принципами організації та реалізації програм;
- здійснити підготовку педагогічних колективів експериментальних навчальних закладів до проведення експерименту;
- удосконалити критерії та стандартизувати психодіагностичні методики оцінювання медіакультури суб'єктів освітнього процесу навчальних закладів в умовах інформаційної агресії;
- здійснити програму взаємодії системи наскрізної медіаосвіти із територіальними громадами, громадськими організаціями, медіаіндустрією, покликану сприяти розвитку сталого медіаосвітнього руху.

### *3. Використання інтерактивних дошок в освітньому процесі*

Курс присвячений розгляду питань теоретичного та практичного використання інтерактивних технічних засобів і нових інформаційних технологій, формуванню методів і прийомів роботи з інтерактивними засобами навчання – інтерактивними дошками. Головна увага акцентується на розвитку практичних умінь і навичок та удосконаленню інформаційно-комунікаційної компетентності вчителів різних дисциплін загальноосвітніх навчальних закладів.

Мета навчання:

- сформуванню у вчителів навички ефективного використання інформаційно-комунікаційних технологій для викладання шкільних дисциплін за допомогою сучасних інтерактивних засобів навчання – інтерактивних дошок та інноваційних педагогічних технологій;
- спонукати вчителів до створення уроків та методичних розробок за допомогою прикладного програмного забезпечення для інтерактивних дошок та інших інтерактивних засобів навчання.

### *4. Теорія та методика викладання інформатики та інформаційних технологій (курси за вибором – дистанційна форма навчання)*

Програма курсу, враховуючи базовий професійний рівень категорії слухачів, спрямована на формування інформаційно-цифрової компетентності, уміння використовувати новітні освітні та інформаційно-комунікаційні технології у освітньому процесі.

Мета навчання:

- ознайомити слухачів із становленням, розвитком та сучасним станом методичної системи навчання інформатики;
- удосконалити медіаграмотність як важливий показник професійної підготовки учителя;
- сформуванню уявлення про основи оцінювання рівня знань і розумового розвитку в умовах нових інформаційних технологій;
- здійснити підготовку слухачів до використання веб-технологій та електронного навчання для забезпечення освітнього процесу;
- підготувати вчителів до впровадження нових інформаційних технологій у традиційну дидактичну систему;
- розвинути вміння з розробки електронного освітнього видання, побудови, аналізу та програмної реалізації алгоритмічних моделей.

Цей етап пов'язаний із входженням учителя як суб'єкта освітнього процесу в інформаційний простір відповідно до завдань розвитку інформаційно-цифрової компетентності.

На етапі поглибленого навчання **«Інтернет-технології в педагогічній діяльності»** метою є застосування на практиці одержаних знань, умінь, навичок; представлення результатів самостійної творчої діяльності. Етап реалізується через курси за вибором за різними формами навчання:

#### *1. Використання онлайн інструментів в освітньому процесі (курси за вибором – очна форма навчання)*

Курс присвячений вивченню всіх аспектів процесу створення та використання онлайн інструментів для підвищення мотивації учнів, залучення їх до взаємодії в рамках освітнього

процесу і підвищення якості навчання та формуванню необхідної компетентності. Має практичний характер і розрахований на підвищення кваліфікації педагогічних працівників різних спеціальностей, які мають достатній рівень розвитку інформаційно-цифрової компетентності і претендують на предметно-орієнтований і творчий рівні.

Мета навчання:

- підготувати педагогів до використання онлайн інструментів для створення сучасного уроку та супроводу учнівської проєктної діяльності;
- розвинути вміння і навички створення цифрового контенту;
- ознайомити з можливостями застосування онлайн інструментів інтерактивного навчання для реалізації навчального співробітництва;
- розширити уявлення педагогів про можливості глобальної мережі Інтернет та правила безпечної роботи в ній.

*2. Microsoft Office 365 в закладах освіти (курси за вибором – очна/дистанційна форма навчання)*

Курс надає можливість отримати навички роботи у хмарному середовищі.

Розрахований на підвищення кваліфікації педагогічних працівників різних спеціальностей за умови наявного достатнього рівня інформаційно-цифрової компетентності.

Мета навчання:

- підготувати вчителів до якісного формування хмаро орієнтованого навчального середовища навчального закладу;
- впроваджувати хмарні сервіси Microsoft Office 365 як інструмент ефективного використання ресурсів мережі Інтернет в освітньому процесі.

*3. Нові додатки Google для освітнього процесу (курси за вибором – очна/дистанційна форма навчання)*

Курс присвячений ознайомленню з існуючою практикою використання хмарної платформи Google, має практичний характер і розрахований на підвищення кваліфікації педагогічних працівників різних спеціальностей, які мають базовий рівень розвитку інформаційно-цифрової компетентності.

Мета навчання:

- огляд освітніх можливостей, що надає платформа Google, та дослідження окремих її додатків;
- пошук оптимальних методів практичного використання платформи Google в освітньому процесі.

*4. Інформаційна та кібернетична безпека (курси за вибором – дистанційна форма навчання)*

Курс має практичний характер і розрахований на підвищення кваліфікації педагогічних працівників різних спеціальностей, які мають базовий рівень інформаційно-цифрової компетентності та претендують на предметно-орієнтований і творчий рівні. Під час його опанування вчителі освітніх закладів набудуть навичок роботи у протидії основним кіберзагрозам; у захисті особистої інформації; з принципами безпечної роботи з комп'ютерами та мобільними пристроями.

Мета навчання:

- сформувати базові правила поведінки з персональною інформацією в умовах інформаційного суспільства.
- розуміння авторського права у мережі Інтернет,
- основи етичного поведінки в мережі Інтернет (нетикет) та академічної доброчесності.

*5. Електронне та дистанційне навчання технологій (за дистанційною формою навчання) (курси за вибором – дистанційна форма навчання)*

Курс має практичний характер і розрахований на підвищення кваліфікації педагогічних працівників різних спеціальностей, які мають базовий рівень інформаційно-цифрової компетентності та претендують на предметно-орієнтований і творчий рівні. Під час його опанування вчителі освітніх закладів набудуть навичок роботи у хмарному освітньо-орієнтованому середовищі та навчатися створювати електронний дистанційний курс з предметів, які вони викладають.



Мета навчання:

- сформуванню уявлення педагогів про електронне та дистанційне навчання та про способи його організації;
- підготувати вчителів до впровадження електронного та дистанційного навчання на базі розробленої власної дисципліни у хмарному освітньо-орієнтованому середовищі;
- розвинути уміння і навички використання ресурсів мережі Інтернет в освітньому процесі.

Даний етап забезпечує послідовну безперервну гнучку систему підвищення кваліфікації вчителів, спрямовану на саморозвиток й самовдосконалення з урахуванням індивідуальних освітніх потреб, за умови використання різних форм самоосвітньої діяльності.

На етапі **вузькопрофесійному «Спецкурси варіативної частини освітньої програми»** – педагогам пропонується навчальна дисципліна «Інформаційно-цифрові технології» незалежно від форми навчання.

Курс має практичний характер і розрахований на підвищення кваліфікації педагогічних працівників різних спеціальностей.

Мета навчання:

- розвиток інформаційної культури слухачів;
- удосконалення інформаційно-цифрової компетентності;
- формування навичок використання хмарних технологій, інтерактивних засобів навчання та електронних освітніх ресурсів в освітній практиці;
- формування уявлень про медіаграмотність, про організацію роботи в глобальній мережі Internet та правила безпечної роботи в ній.

Кожному із запропонованих етапів в результаті їх реалізації має відповідати **досягнутий рівень інформаційно-цифрової компетентності педагогів:**

- Базовий
- Предметно-орієнтований
- Професійний
- Вузькопрофесійний

**II модуль «Розуміння ролі ІТ в освіті та їх використання» (2019-2021 р.р.)** спрямований на мережеву діяльність вчителів, яка сприяє професійному зростанню педагогів, самоосвіті та розвитку рівня інформаційно-цифрової компетентності, також має на меті реалізацію **функцій:**

Розвиток компонентів інформаційно-цифрової компетентності педагогів (мотиваційно-ціннісного, когнітивно-діяльнісного, творчо-проектувального) для удосконалення набутого педагогами рівня ІТ-компетентності через **Моніторинг;**

Мережева взаємодія педагогів через **Електронні освітні ресурси** кафедри ОІТ КЗ СОІППО:

- «Вікі-спільнота професійного розвитку педагогів Сумщини» ([http://wiki.soippo.edu.ua/index.php?title=%D0%93%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B0\\_%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0](http://wiki.soippo.edu.ua/index.php?title=%D0%93%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B0_%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0));
- Регіональний інтернет-проект з міжнародною участю «Сумські літописи» ([http://istoriya.soippo.edu.ua/index.php?title=%D0%93%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B0\\_%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0](http://istoriya.soippo.edu.ua/index.php?title=%D0%93%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B0_%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%BD%D0%BA%D0%B0));
- «Медіаосвітній простір Сумщини» (<https://sites.google.com/site/mediaosvitasoippo>);
- «Тренінг «Безпека в Internet. Медіаграмотність»» (<https://trebevi.blogspot.com/>).

3. Проведення різнопланових заходів для сприяння професійному зростанню педагогів через **Методичну допомогу:**

- Щорічна онлайн науково-освітня виставка «Інноваційні стратегії інформатизації освіти» (жовтень-грудень);
- Щорічний науково-практичний семінар «Інформаційно-цифрова компетентність педагогів як провідна у його професійній підготовці» (грудень);
- Щорічний круглий стіл «Наскрізна медіаосвіта» (квітень);
- Щорічні збірки наукових праць кафедри ОІТ КЗ СОІППО (2017, 2018, 2019).

Мережева взаємодія педагогів у системі підвищення кваліфікації може здійснюватися за такими напрямками:

– Інформаційно-консультативна робота (отримання консультацій та методичної допомоги з використання освітніх можливостей інформаційно-цифрових технологій, обмін педагогічним досвідом, доступ до бази методичних розробок із застосування інформаційно-цифрових технологій у педагогічній практиці та участь у її поповненні);

– Експертно-аналітична робота (отримання експертної оцінки навчально-методичних розробок, освітніх послуг, участь у конкурсах тощо);

– Навчальна і проектна робота (розробка і створення спільних проектів, відкритих уроків і майстер-класів, обговорення на тематичних форумах, участь у дистанційних курсах і навчальних семінарах, майстер-класах і тощо);

– Науково-методична робота (науково-методичні дискусії, участь у створенні дидактичних і методичних матеріалів щодо використання інформаційно-цифрових технологій у педагогічній практиці вчителя).

Для спільної колективної та індивідуальної діяльності в мережі має існувати рівнодоступний для всіх учасників загальний простір – просторово-предметний компонент. Даний компонент містить у собі матеріальні умови, що забезпечують ефективну мережеву взаємодію педагогів у системі післядипломної освіти:

– сайт – інструмент, що надає суб'єктам можливість роботи за основними напрямками мережевої взаємодії;

– точки віддаленого доступу, розташовані на місцях проживання учасників мережі, необхідні для забезпечення дистанційної взаємодії (персональні комп'ютери, що мають підключення до глобальної мережі Інтернет);

– обладнання, технічні засоби, що використовуються для проведення освітніх подій (мультимедіа-проектори, інтерактивні дошки, відео – і фотокамери тощо),

– навчально-методичні матеріали, засоби наочності, посібники (друковані та електронні) по роботі в режимі мережевої взаємодії [3, 50].

Заключним структурним компонентом моделі розвитку інформаційно-цифрової компетентності педагогів на основі мережевої взаємодії є результат її функціонування, за який обрано рівень розвитку інформаційно-цифрової компетентності вчителя, і який може бути оцінений за наступними критеріями:

– розвиток професійно-особистісного самовизначення вчителя щодо застосування ІКТ у педагогічній діяльності (мотиваційно-ціннісний компонент);

– розвиток знань і умінь у сфері застосування ІКТ у педагогічній діяльності (когнітивно-діяльнісний компонент);

– прояв здатності вчителя оцінити власний рівень інформаційно-цифрової компетентності та проектувати умови його підвищення (творчо-проектувальний компонент).

Зазначені критерії є провідними елементами структури інформаційно-цифрової компетентності вчителів, розвиток яких може слугувати показником сформованості як окремих компонентів, так і інформаційно-цифрової компетентності в цілому.

Для визначення рівнів розвитку структурних компонентів інформаційно-цифрової компетентності педагогів використовувався комплекс наступних методик (рис. 2):

### Комплекс методик для визначення рівня розвитку ІК-компетентності вчителя

Компонент інформаційно-цифрової-компетентності	Метод діагностування рівнів сформованості
Мотиваційно-ціннісний	1. Анкетування. 2. Спостереження. 3. Бесіди, інтерв'ю

Когнітивно-діяльнісний	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Спостереження.</li> <li>2. Виконання комплексних завдань.</li> <li>3. Тестування.</li> <li>4. Аналіз діяльності слухача.</li> </ol>
Творчо-проектувальний	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анкетування.</li> <li>2. Спостереження.</li> <li>3. Бесіди, інтерв'ю.</li> <li>4. Аналіз діяльності слухачів у мережевій взаємодії педагогів.</li> </ol>

*Рис.2 Комплекс методик для визначення рівня розвитку ІК-компетентності вчителя*

Діагностика основних показників інформаційно-цифрової компетентності вчителя і їх порівняння дозволили виявити три рівні її сформованості: низький, середній і високий. Показниками оцінювання рівнів розвитку досліджуваної компетентності в процесі дослідження було обрано педагога, що вирішує професійні задачі за допомогою інформаційно-цифрових технологій.

**Низький (базовий) рівень.** Педагог вирішує типові завдання професійної діяльності з використанням ІЦТ, для яких у нього є чітко розроблені інструкції або методичні рекомендації (задана мета, описана ситуація і додаються дії щодо її вирішення) використання в пропонованих завданнях освітніх можливостей інформаційно-цифрових технологій.

**Середній (предметно-орієнтований) рівень.** Педагог може вирішувати задачі з використанням засобів інформаційно-цифрових технологій, в яких задано мету, але неясною є ситуація (нестандартні задачі). Педагог уточнює ситуацію і застосовує засвоєні знання і навички для вирішення завдання.

**Високий (професійний та вузькопрофесійний) рівні.** Педагог використовує інформаційно-цифрові технології в будь-яких завданнях педагогічної діяльності на свій розсуд, самостійно розробляє методичні аспекти щодо застосування інформаційно-цифрових технологій в тій чи іншій педагогічній задачі (дослідна і винахідницька діяльність) [2, 68].

Результатом змодельованого процесу розвитку інформаційно-цифрової компетентності педагогів у післядипломній педагогічній освіті є підвищення його рівня до середнього або високого.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.** Ефективна реалізація запропонованої моделі розвитку досліджуваної компетентності в системі післядипломної педагогічної освіти потребує від суб'єктів цього процесу (методистів районних (міських) відділів освіти та методичних кабінетів, керівних кадрів навчальних закладів, педагогів, викладачів закладів післядипломної педагогічної освіти) розуміння особливостей психології дорослих і вміння будувати партнерські відносини з дорослою аудиторією; розуміння й здатність реалізовувати на практиці принципи дидактики в освіті дорослих; уміння розвивати в навчанні активність дорослих, яка спрямована на зміни й розвиток їх творчої активності.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Педагогіка вищої школи / Під ред. В. Г. Кременя, В. П. Андрущенко, В. І. Лугового. – К.: Пед. Думка, 2009. – 256 с.
2. Петрова Л. Г. Визначення інформаційно-цифрової компетентності вчителя // «Інформаційно-цифрова компетентність педагога: теорія і практика : збірник наукових праць; випуск 1-й; за заг. редакцією Л. Г. Петрової. – Суми : ВВП «Мрія», 2018. – С. 66-71.
3. Петрова Л. Г. Медіаграмотність у цифровому суспільстві. Інформаційно-цифрова компетентність педагога: теорія і практика: збірник наукових праць. Випуск 2; за заг. редакцією Л.Г. Петрової. – Суми: ВВП «Мрія», 2019. С. 49-52.

4. Подліняєва О. О. Післядипломна педагогічна освіта як важлива складова системи освіти дорослих в Україні / О. О. Подліняєва. // Збірник наукових праць «Педагогічний альманах». – 2016. – №32. – С. 126-133.
5. Подліняєва О. О. Можливості цифрових медіа для професійного удосконалення педагогів [Електронний ресурс] / О. О. Подліняєва // Матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Професійний розвиток фахівців у системі освіти дорослих: історія, теорія, технології». – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://pro.mk.ua/course/view.php?id=293>.
6. Подліняєва О. О. Цифрові медіа у професійній діяльності педагога // Інформаційно-цифрова компетентність педагога: теорія і практика: зб. наук. пр. – 2017. – Вип .1. – С.72-85.

*The article deals with the problem of the use of information and digital technologies in the system of postgraduate pedagogical education, reveals the peculiarities of the model of development of information and digital competence of teachers on the basis of network interaction of teachers. It is proposed to determine the structure and components of the developed model, as well as the forms and methods of its effective introduction into the system of postgraduate pedagogical education based on the use of digital media.*

**Keywords.** *Information and digital technologies, information and digital competence, information literacy, postgraduate education, digital media, networking, postgraduate education*



**Лія Олійник**

кандидатка педагогічних наук, доцентка,  
доцентка кафедри теорії й методики дошкільної та  
початкової освіти

Миколаївський обласний інститут  
післядипломної педагогічної освіти

## **ХМАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ПЕДАГОГІВ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ**

*У публікації розглянуто можливості хмарних технологій у підвищенні медіаграмотності педагогів початкової школи. Висвітлено погляди зарубіжних та вітчизняних дослідників на проблему медіаграмотності та інформаційної грамотності сучасних освітян. Наведено дані дослідження з користування девайсами, соціальними мережами та інтернет сервісами у професійній діяльності вчителів початкової школи Миколаївщини. Проаналізовано можливості додатків Google для вчителів початкової школи у створенні медіаконтенту.*

**Ключові слова:** *хмарні технології, медіаграмотність, інформаційна грамотність, девайси, соціальні мережі, додатки Google.*

**Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** Інформація оточує сучасного освітянина звідусіль. В епоху, коли світ стрімко переходить від користування паперовими носіями інформації до їх цифрових аналогів, педагоги початкової ланки освіти в Україні залишаються мало обізнаними у питаннях пошуку, збереження, оброблення, застосування, розповсюдження професійної інформації. Інтернет – одне з найбільш потужних та тих, що використовуються освітянами джерел інформації, – перестає бути чимось унікальним й переходить у розряд комунальних послуг. Девайси, або прилади, за допомогою яких можна виходити в інтернет, стають для сучасних педагогів все більш затребуваними професійними інструментами. За таких умов підвищення медіаграмотності педагогічних працівників початкової школи стає нагальним завданням викладачів післядипломної освіти. Адже вчителі початкової ланки освіти Нової української школи мають розуміти функції постачальників інформації, уміти критично оцінювати контент і приймати обґрунтовані рішення в якості користувачів і виробників інформації та медіаконтенту.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спирається авторка; виділення нерозв'язаних частин загальної проблеми, які розкриває ця стаття.** Вперше принципи медіаграмотності були сформульовані у 1987 році Асоціацією вчителів міста Онтаріо, й включені Міністерством освіти Канади у Media Literacy Resource Guide (1989). З того часу вони лишаються фундаментальними для системи медіаосвіти. Традиційно інформаційна грамотність і медіаграмотність розглядалися як окремі і різні галузі. Міжнародна організація ЮНЕСКО об'єднала їх у вигляді сукупності компетенцій (знань, навичок і відносин), необхідних для життя і роботи сьогодні. MIL (Laws of Media and Information Literacy) розглядає всі види засобів масової інформації та інших постачальників інформації, у тому числі й інтернету, незалежно від використовуваних технологій. Враховуючи стрімкий розвиток хмарних технологій ЮНЕСКО визнає, що медійна та інформаційна грамотність не набуваються в одну мить. Цей процес постійний та динамічний. Його можна вважати цілісним, якщо він включає в себе знання, вміння та установки щодо використання, створення та передачі інформації щодо медіа та цифрового контенту [7].

Говард Рейнгольд американський соціолог, критик, письменник, який спеціалізується на вивченні культурних, соціальних і політичних впливів на медіасферу сучасності (інтернет, мобільний зв'язок, віртуальні спільноти), висловив думку: «Ми наближаємось до критичної

точки. Якщо ми зараз «умиємо руки», ми втратимо контроль над інтернетом, і, він стане все більш нелюдським місцем. Як варіант, якщо у людей достатньо енергії, щоб зосередитись та працювати над тим, щоб зробити інтернет чудовим, ми можемо сподіватися на фантастичне майбутнє» [9, 8].

На платформі масових відкритих онлайн-курсів Prometheus з грудня 2018 року розміщено безкоштовний дистанційний курс «Медіаграмотність для освітян». Його автори докторка психологічних наук Любов Найдьонова та журналіст Сергій Горбачов. У інтерв'ю до курсу його авторка підкреслила: «Зважаючи на величезні виклики, які стоять перед країною, неможливо залучити великі кошти для навчання й перепідготовку вчителів у тому обсязі, який необхідний. Освіта – це ключова сфера розвитку країни в цілому, бо відтворює людський капітал, а медіаосвіта – стратегічна потреба інформаційної безпеки й держави, і суспільства, і окремої людини» [3].

У той самий час компанією Google у співпраці з Міністерством освіти і науки України розроблено безкоштовний масовий відкритий онлайн-курс із мережевого етикету та безпеки, що складається з п'яти аудіовізуальних модулів із короткими тестами наприкінці кожного модуля. Мета курсу допомогти користувачам інтернету навчитись безпечно та комфортно працювати у ньому [4]. Парадоксально, але, щоб опанувати запропоновані курси, вчителям необхідно мати навички користування хмарними технологіями. Для більшості вчителів початкової школи України самостійне онлайн навчання два роки тому представляло труднощі, що показав обов'язковий дистанційний онлайн-курс для вчителів початкової школи на платформі EdEra. Майже 80% вчителів Миколаївської області долали психологічні бар'єри, аби створити електронну поштову скриньку, щоб зареєструватися на цей курс.

Значний внесок у розуміння важливості медіаграмотності для сучасного освітянина зробила Київська група медіапедагогів із Академії педагогічних наук України на чолі з докторкою педагогічних наук, професоркою Ганною Онкович, яка переконана, що медіаграмотність потрібна не лише школярам, але й дорослим, звертаючи увагу на актуальність самостійної медіаосвіти протягом усього життя [6].

Медіаграмотність є однією з важливих навичок XXI століття, які необхідні сучасній людині. Саме тому в рамках реформи «Нова українська школа» серед ключових компетентностей для життя передбачено формування у здобувача освіти уміння вчитися впродовж життя та інформаційно-цифрова компетентність, яка містить інформаційну та медіаграмотність.

Підвищенню медіаграмотності освітян України вельми сприяє проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», який виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки посольств Великої Британії та США, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією Української Преси, менеджеркою якого є кандидатка філологічних наук, доцентка Олена Тараненко. Участь авторки публікації у тренінгах проєкту дозволила пересвідчитися у їх ефективності на власному досвіді.

До введення у дію освітньої реформи «Нова українська школа» у більшості вчителів початкової школи інформаційно-цифрова компетентність була на порядок нижче, ніж у здобувачів освіти, яких вони навчали. Не можна стверджувати, що на сьогодні положення справ з цього питання значно покращилося, проте з'явилася оптимальна можливість для вчителів значно удосконалити свої навички в роботі з інформацією за допомогою хмарних технологій.

Хмарні технології – це технології, які надають користувачам інтернету доступ до комп'ютерних ресурсів сервера і використання програмного забезпечення як онлайн-сервіса.

Одним із найбільш доступних та перспективних інструментів застосування хмарних технологій в освіті вважаємо сервіси Google і сподіваємося, що G Suite for Education – безкоштовний пакет спеціалізованого хмарного програмного забезпечення й інструментів для спільної роботи від компанії Google буде задіяно у всіх закладах освіти України. Опустимо всі технологічні подробиці, які для пересічного вчителя початкової школи не представляють інтересу, та розглянемо можливості, що надає корпорація Google сучасним освітянам, дії якої в українському освітньому просторі з 2015 року підтримуються МОН України. Під хмарою

Google слід розуміти можливість зберігати, створювати, розповсюджувати, обробляти професійну інформацію у будь-якому цифровому форматі на Google Диску – власній «хмарній флешці» (авторська термінологія) обсягом 15 гб дискового простору (у G Suite for Education дисковий простір необмежений), до якої є безпечний і гарантований доступ з будь-якого пристрою, що має вихід в інтернет та з будь-якої точки земної кулі у будь-який час.

Найбільший внесок в українському інформаційному просторі для популяризації сервісів Google серед освітян зробили три педагогині: Наталія Саражинська – тренерка, авторка програм, підручників, робочих зошитів з інформатики, лідерка спільноти креативних педагогів для професійного спілкування та взаємодопомоги з питань цифрових технологій, педагогіки DEG – Digital Educator Group в соціальній мережі Facebook; Антоніна Букач – сертифікований тренер Google for Education, авторка дистанційного курсу з грифом МОН України «Додатки Google в освітній діяльності» та Наталія Гущина – старший викладач Державного закладу вищої освіти «Університет менеджменту освіти», авторка посібника для вчителів початкової школи «Путівник світом цифрових технологій» [2].

Авторка цієї статті у 2016 році у 2016 році отримала I місце за випускню роботу «Використання базових сервісів Google в організації змішаного навчання у системі післядипломної педагогічної освіти» на курсах підвищення кваліфікації завідувачів (викладачів) кафедр закладів післядипломної педагогічної освіти у Центральному інституті післядипломної педагогічної освіти ДВНЗ «Університет менеджменту освіти» Національної академії педагогічних наук України, з 2017 року є регіональною координаторкою Національного комітету Дня безпечного Інтернету в Україні по Миколаївській області, з 2019 року тренеркою дистанційного курсу «Додатки Google» [5].

З впровадженням освітньої реформи «Нова українська школа» на кафедрі теорії й методики дошкільної та початкової освіти МОППО було ухвалено рішення щодо організації неформального навчання вчителів за допомогою соціальних мереж. З червня 2017 року таке навчання здійснювалося у соціальній мережі Google+ (було задіяно 1500 педагогів), а після її закриття з 2 березня 2019 року спільнота перейшла у соціальну мережу Facebook. Сьогодні спільнота вчителів початкових класів налічує 909 учасників. У закритій групі, що працює за типом соціального навчання, існує можливість миттєвого вирішення нагальних педагогічних питань. Але більшість педагогів залишаються пасивними споживачами професійної інформації у спільноті, бо не мають навичок користування хмарними технологіями, щоб активно ділитися власним педагогічним досвідом.

**Постановка завдань дослідження.** Мета цієї статті проаналізувати інформацію з питань: яким арсеналом цифрових приладів користується сучасний вчитель початкової школи та яким чином йому у здійсненні професійної діяльності допомагають соціальні мережі. Намітити перспективи вирішення питання, яким чином користування додатками Google сприяє підвищенню медіаграмотності вчителів початкової школи.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** У власному дослідженні спиралися на визначення медіаграмотності як набору компетентностей, необхідних для активної й усвідомленої участі в житті медійного суспільства. Визначення медіаграмотності у 10 компетенціях висвітлено на сайті голландського центру експертизи медіаграмотності. Компетентності з медіаграмотності умовно поділені на чотири групи: *розуміння* медіа, *використання* медіа, *комунікація* за допомогою медіазасобів та *стратегія* – вміння досягати власних цілей, застосовуючи медіа [8].

**Розуміння** все більшого впливу ЗМІ на суспільство, того, як побудовані ЗМІ та як медіа забарвлюють реальність безсумнівно дуже важливі компетентності з медіаграмотності.

**Використання** обладнання, програмного забезпечення й хмарних додатків – необхідне вміння вчителя початкової школи, адже активна участь у житті медійного суспільства починається з технічних навичок використання медіа. Бути медіаграмотним педагогом означає бути відкритим для використання сучасних хмарних технологій, й зокрема, додатків Google, а також вміти обмежувати користувацькі ризики. Бути медіаграмотним означає досліджувати можливості та розвивати навички, щоб оптимально рухатися в медіасередовищі.

**Комунікація** – ще одна важлива група компетентностей з медіаграмотності, яка включає пошук та обробку інформації. Бути медіаграмотним педагогом означає бути спроможним знайти професійну інформацію, вибрати те, що потрібно, й визначити наскільки надійною є ця інформація. Поряд із володінням ефективними стратегіями пошуку інформації вчитель має вміти зберігати, використовувати і поширювати її. Додатки Google мають такі можливості та стануть у нагоді вчителю під час створення власного контенту, адже час вимагає, щоб вчителі вдосконалювали свої навички від споживачів (consumers) контенту в інтернеті до його споживачів-виробників (prosumers). Але і для вчителів, які не створюють контент, життєвою важливістю є вміння ефективно спілкуватися. Вчитель має знати як донести інформацію до цільової аудиторії і які медіа є найбільш придатними, щоби передати його повідомлення. Також важливо, щоб дизайн повідомлення був привабливим, тому що наше медіасуспільство є візуальним, де картинка або ролик варті тисячі слів. Бути медіаграмотним означає бути спроможним створити функціональний і привабливий контент, щоб найкращим чином здійснити освітній процес.

У нашому дослідженні застосуванню соціальних мереж у професійній діяльності вчителя початкової школи ми приділили особливу увагу. Участь у медійному суспільстві означає можливість оптимально послуговуватися соціальними мережами з метою співпраці у професійній діяльності. Вчитель має навчитися, що можна і чого не слід робити у мережі, вивчити норми й цінності інтернет-спільноти й адаптувати свою поведінку відповідним чином. Медіаграмотні педагоги можуть бути як відкритими і гнучкими, так і наполегливими та принциповими там, де у цьому є необхідність. Знати мережевий етикет також означає бути спроможним уникнути небажаних повідомлень. Соціальні медіа надають можливість педагогам не тільки для конструктивних зв'язків та співпраці, а й можуть нести неправомірне використання та зловживання. Медіаграмотні педагоги можуть визначити, коли користувачі соціальними мережами поведуться невідповідним чином і вміють покласти цьому край. Також педагогу важливо розуміти особливості функціонування соціальних мереж. Знати як поєднати людей для створення спільного продукту у співпраці та як вести дискусію. Усвідомлювати чим важливо поділитися, а що слід проігнорувати. Знати як можна підтримати колег, як переслідуючи свої власні цілі, поважати інтереси інших людей та спільноти в цілому.

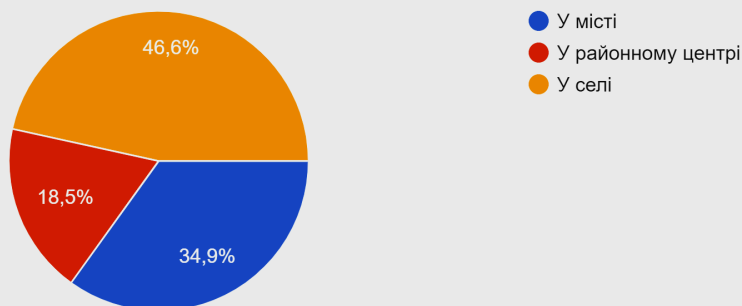
Розуміння, використання і комунікація є лише умовами для четвертої групи компетентностей – **стратегії**. Інтернет може стати засобом для реалізації особистих, соціальних, професійних або суспільних цілей. Вчителю треба вміти критично мислити, робити самоаналіз власного використання засобів масової інформації, щоб робити свідомий вибір для оптимізації власних медіацій та досягнення цілей за допомогою засобів масової інформації. У цьому контексті медіаграмотність педагога означає спроможність протистояти інформаційній спокусі, знати механізми, які потенційно можуть позбавити від споживання дезінформації та техніки щодо декодування пропаганди, вміти адаптуватися до мінливого інформаційного середовища, щоб протистояти методам промивання мізків, вміти уникнути сміття та бачити крізь певні списки, проігнорувати рекламу, плекати повільність та вміти знайти кнопку вимкнення. Бути медіаграмотним означає розуміти свою власну мету, базовану на усвідомленій оцінці можливостей (і обмежень) медіа, ефективно використовувати медіа для власних цілей. Унікальний власний спосіб, у який вчитель це робить, в кінцевому підсумку визначає його цифрову ідентичність [1].

З метою підвищення медіаграмотності вчителів початкової школи, які вже є користувачами інтернету у 2019 році, необхідно було зібрати інформацію з питань: яким арсеналом цифрових приладів користується сучасний вчитель початкової школи та яким чином йому у здійсненні професійної діяльності допомагають соціальні мережі. За допомогою Google Форми було створено опитування та розміщено в соціальній мережі Facebook.



У якій місцевості ви проживаєте?

189 відповідей



Діаграма 1

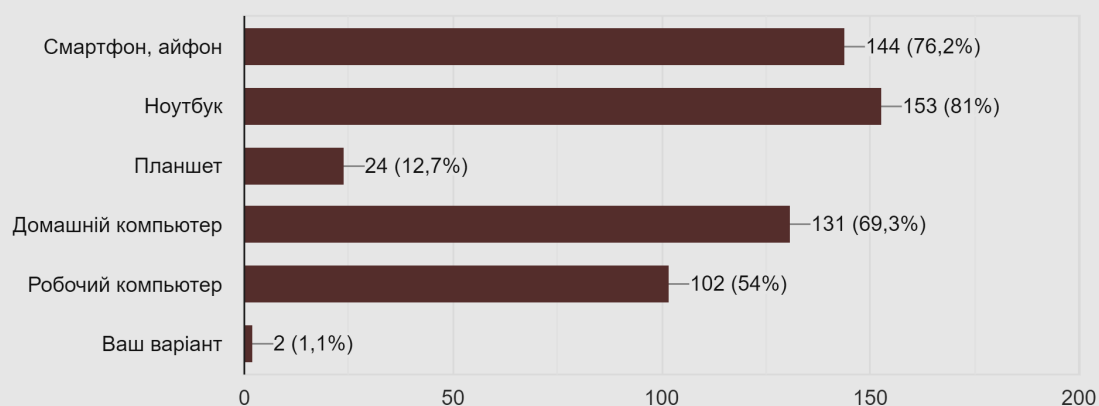
За результатами цього дослідження можна побачити, що у ньому взяли участь 189 педагогів за місцем проживання у такій пропорції: 46,6 % – сільські мешканці, 18,5 % – педагоги, які проживають у районних центрах та 34,9 % – педагоги з міста (Діаграма 1).

Дані цієї діаграми спростовують міф про те, що у сільську місцевість не доходить інтернет. Сподіваємося, що після того як спрямовані урядом 1 млрд гривнів на інтернетизацію та комп'ютеризацію українських шкіл дійдуть до місця призначення, справи підуть краще.

З наступної діаграми можна побачити, якими цифровими приладами користуються вчителі для здійснення професійної діяльності у мережі інтернет (Діаграма 2).

Якими цифровими приладами Ви користуєтеся, здійснюючи професійну діяльність у мережі інтернет?

189 відповідей



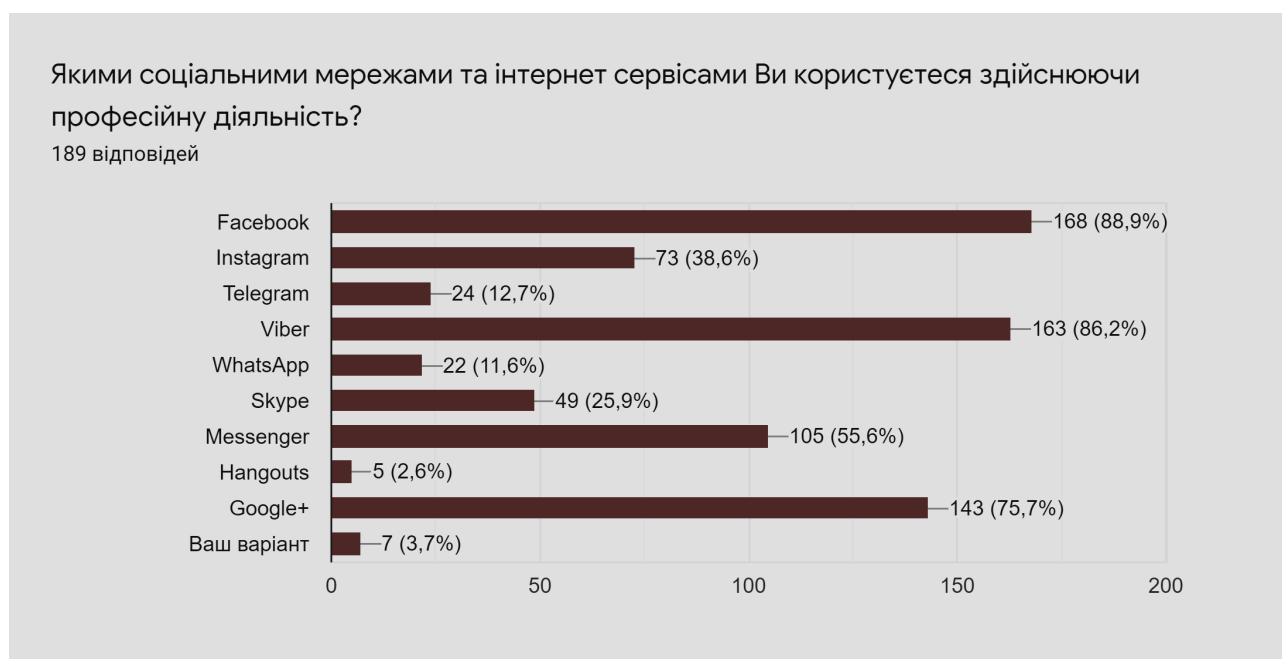
Діаграма 2

І хоча з діаграми видно, що серед можливих девайсів лідирує ноутбук і велику частку професійної діяльності вчитель змушений виконувати за домашнім комп'ютером, все ж смартфони і айфони з мобільним інтернетом та можливістю підключення до шкільної мережі Wi-Fi поступово наздоганяють великі за габаритами пристрої. Сьогодні смартфон є невід'ємним атрибутом професійної діяльності сучасного педагога. Він є зручним для вчителя завдяки своїй багатофункціональності, адже за допомогою смартфона можна виконувати безліч різноманітних операцій і заходів. Так, за допомогою смартфона можна зробити телефонний дзвінок,

відправити текстове або відео повідомлення, знайти цікаву професійну інформацію, подивитися та послухати вебінари в мережі інтернет.

Цифровий світ має вплив на всі сфери педагогічної діяльності сучасного вчителя, тому педагоги прагнуть мати модель цифрового пристрою як можна більш технологічну і продуктивну. Але поодинокі вчителі початкової школи знають, що на Google Диску можна працювати як онлайн так і в офлайн режимі з будь-якого приладу та місця, що файли збережені у форматі Google Документу не займають дискового простору та мають функцію голосового вводу тексту.

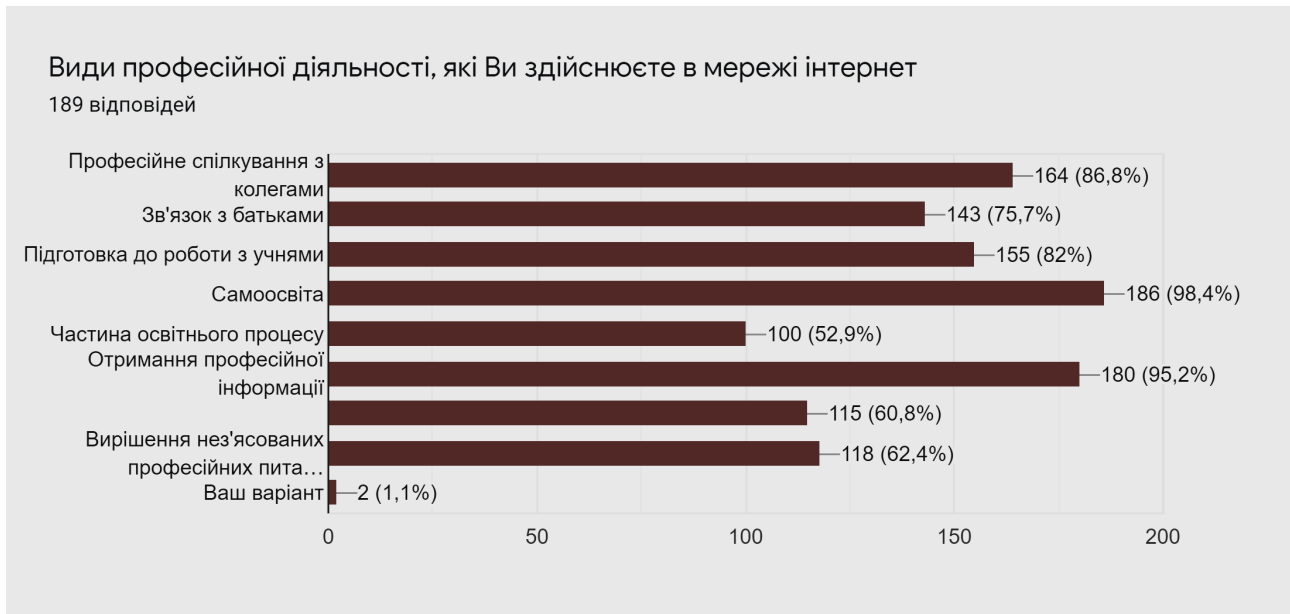
Ще одне питання, яке ми піднімали у дослідженні, – це якими соціальними мережами та інтернет сервісами користуються вчителі, здійснюючи професійну діяльність (Діаграма 3). Тут безперечне лідерство займають соціальна мережа Facebook та програма для здійснення онлайн комунікації Viber, що була представлена на загальне користування ізраїльськими програмістами у 2010 році і з тих пір її популярність серед українських педагогів стрімко зростає.



Діаграма 3

На жаль, соціальна мережа Google+ припинила своє існування рік тому й наша освітянська віртуальна спільнота вчителів початкових класів Миколаївщини досі не може зібратися у повному складі у Facebook. Доречі, цю соціальну мережу піддає критиці Барт Роббен, розробник вебсайтів і мобільних додатків для ряду телевізійних програм Голландії: «Спілкування у Facebook, Twitter, Instagram дуже однобічне, я передбачаю серйозну проблему. Facebook – це експеримент, про який ми пошкодуємо через десять років коли зрозуміємо, що створили покоління зомбі у Facebook. У існуючих інститутів охорони психічного здоров'я буде недостатньо потужності до 2025 року. Слід створити нові клініки для нинішнього покоління Facebook за нарцисизм і поверховість» [10, 92].

Діаграма 4 демонструє професійні запитання, які розв'язують в інтернеті сучасні вчителі початкової школи. Це професійне спілкування з колегами – 86,8%, зв'язок з батьками – 75,7%, підготовка до роботи з учнями – 82%, самоосвіта – 98,4%, частина освітнього процесу – 52,9%, отримання професійної інформації 95,2%, розповсюдження професійної інформації – 60,8%, вирішення нез'ясованих професійних питань – 62,4%. Можна зробити висновок, що педагоги здебільшого застосовують інтернет та хмарні сервіси із метою спілкування, самоосвіти та отримання професійної інформації, споживачі (consumers) та, у поодиноких випадках, як розповсюджувачі контенту. До створення професійної інформації в інтернеті у якості його споживачів-виробників (prosumers) долучаються лише 1,1% вчителів.



Діаграма 4

У той час, для того, щоб повною мірою користуватися можливостями інтернету, бути не тільки читачем, але й дописувачем, вчителю необхідно безкоштовно створити обліковий запис, отримати електронну скриньку Gmail та доступ до безкоштовних додатків Google з можливістю зберігати інформацію лише для себе, або поділитися нею з певними чи зо всіма користувачами інтернету у форматі перегляду, коментування або редагування.

Працюючи з вчителями початкової школи під час занять на курсах підвищення кваліфікації та модуля «Підвищення професійної компетентності педагогів засобами Google інструментів», звернула увагу, що вони доволі легко оволодівають хмарними сервісами Google (Пошук Google, Gmail, Google Календар, Google Документи, Презентації, Таблиці, Google Диск, Hangouts, Google Keep, Google Форми, Сайти Google, Blogger). Мотивуючим елементом для педагогів є можливість, яку вони набувають оволодівши хмарними технологіями, – це ділитися та розповсюджувати професійну інформацію серед учасників освітнього процесу: колег та батьків у популярній соціальній мережі Facebook та у застосунку для здійснення онлайн комунікації Viber.

Нездійснення з 2014 року задумка МОН України, щоб кожний педагог мав свій власний блог або сайт до сьогодні не приваблює практичних педагогів, хоча веб-інструменти Сайти Google та Blogger для створення цих ресурсів достатньо прості у застосуванні. Від створення власних інтернет ресурсів вчителі початкової школи відмовляються через брак часу для наповнення них контентом та ще, на власну думку автора публікації тому, що слабо володіють умінням висловлювати власні думки та ідеї, оформлювати їх у письмовому вигляді, адже якщо згадати як нинішніх вчителів у школах навчали писати твори, стає зрозумілим, чому це саме так.

Закон України «Про освіту» 2017 року ввів в ужиток освітян словосполучення «академічна доброчесність», що є антонімом слова «плагіат». Тож з молодших класів у програмі мовно-літературної галузі Нової української школи є змістова лінія «Досліджуємо медіа». Вона передбачає роботу з доступними медіапродуктами, а саме: аналіз, інтерпретацію, критичне оцінювання інформації у медіатекстах та її використання, створення простих медіапродуктів. Молодших школярів вчать сприймати прості медіаповідомлення, колективно обговорювати їх зміст і форму; визначати кому і для чого призначений медіапродукт, пояснювати зміст вербальної і невербальної інформації в медіапродуктах; висловлювати свої думки з приводу прослуханих чи переглянутих медіапродуктів (коміксів, дитячих журналів, реклами); створювати прості

медіапродукти (листівки, смс-повідомлення, фотоколаж тощо) з допомогою інших осіб. Діти набувають навичок аналізу й оцінки навколишнього медіаконтенту. Вважається, що такі вміння допоможуть сучасним школярам у реальному житті. І навчити сучасних здобувачів освіти цьому може лише медіаграмотний вчитель.

**Висновки та перспективи подальших досліджень у цьому напрямі.** Медіаграмотність грає все більш важливу роль у професійній діяльності вчителів початкової школи. Оволодіння хмарними технологіями прямо пропорційно впливає на підвищення медіаграмотності педагогів. Через інтернет вони мають можливість отримувати професійну інформацію 24 години на добу та сім днів на тиждень. Завдяки смартфону чи айфону вчителю/ці незалежно від часу і місця можуть бути доступними керівник та колеги, батьки учнів, можна читати електронну пошту, спілкуватися відео, аудіо, чат-зв'язком. Більш 90% вчителів початкових класів мають профілі в соціальній мережі Facebook та користуються програмою для здійснення онлайн комунікації Viber.

Хмарні технології роблять професійну педагогічну діяльність з одного боку легшою, адже покращуються контакти з інформаційним полем. Проте педагогам часто не вистачає як знань сучасних засобів масової інформації, так і практичних навичок, необхідних для повноцінного використання інтерактивності інформаційного суспільства. Вони не завжди знають, як користуватися сучасними цифровими приладами, щоб критично застосовувати інформацією з інтернету та створювати власний медіаконтент, не завжди здатні відрізнити достовірну інформацію від ненадійної, не завжди розуміють, що цифровий відбиток, який вони залишають в інтернеті, може зберігатися там роками.

Одним із нагальних завдань післядипломної освіти є ліквідація «білих прогалин» у медіаграмотності вчителів початкової школи за допомогою хмарних технологій. Вчитель, маючи повний доступ до власних даних і можливість працювати з будь-якої точки світу і з будь-якого пристрою, не обтяжує себе знаннями тонкощів технологічних процесів, завдяки яким він працює: управління операційною системою, програмною базою, обчислювальною потужністю. Смартфони сьогодні є у 95% вчителів, але більшість з них використовують ці прилади лише для мобільного зв'язку та серфінгу в інтернеті.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Бути медіаграмотним: десять необхідних компетентностей. [Електронний ресурс] : MediaSapiens від 24 травня 2017 р. – Режим доступу : <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/18961/2017-05-24-buti-mediagramotnim-desyat-neobkhidnikh-kompetentnosti/> – Назва з екрану.
2. Гущина Н. І. Путівник світом цифрових технологій : посібник для вчителів початкових класів / Н. І. Гущина. – К. : Видавничий дім «Освіта», 2018. – 36 с.
3. Горбачов С., Найдьонова Л. Медіаграмотність для освітян. [Електронний ресурс] : Дистанційний курс – Режим доступу : [https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:CZ+MEDIA101+2018\\_T3/about](https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:CZ+MEDIA101+2018_T3/about) – Назва з екрану.
4. Курс із мережевого етикету й безпеки. [Електронний ресурс] : Google for Education. Режим доступу : <https://digitaledu.org.ua/> – Назва з екрану.
5. Олійник Л. М. Використання базових сервісів Google в організації змішаного навчання у системі післядипломної педагогічної освіти // Збірник конкурсних робіт за підсумками проведення конкурсу на кращу випускню роботу слухачів курсів підвищення кваліфікації у 2015–2016 роках // За загальною редакцією Сорочан Т. М. ЦППО ДВНЗ «Університет менеджменту освіти», 2017. – С. 122-132.
6. Онкович Г. В. Технології медіаосвіти. / Г. В. Онкович // Вища освіта України. – 2007. – № 3. – Д. 3 (Т. 5). – С. 357–363.
7. Медийная и информационная грамотность: программа обучения педагогов. [Електронний ресурс] : UNESCO Digital Library – Режим доступу : [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971\\_rus](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000192971_rus) – Назва з екрану.



8. 10 media literacy competences [Электронный ресурс] : Вебсайт Mediawijzer.net – Режим доступа: <https://www.mediawijzer.net/wp-content/uploads/sites/6/2013/09/ENG-10-media-literacy-competences.pdf?x68418> – Назва з екрану.
9. Media-literacy-2005-2015-2025. [Электронный ресурс] : Jubilee book to celebrate a decade of media literacy in the Netherlands. – Режим доступа:
10. <https://www.mediawijzer.net/wp-content/uploads/sites/6/2016/06/Media-literacy-2005-2015-2025.pdf> – Назва з екрану.

*The publication discusses the possibilities of cloud technology in enhancing media literacy of elementary school teachers. The views of foreign and domestic researchers on the problem of media literacy and information literacy of modern educators are covered. The research data on the use of devices, social networks and Internet services in the professional activity of teachers of elementary school of Mykolaiv region are given. The possibilities of Google applications for elementary school teachers in creating media content are analyzed.*

**Keywords:** *cloud technologies, media literacy, information literacy, devices, social networks, Google applications.*

**Тетяна Устименко**

професор кафедри менеджменту освіти

Полтавський обласний інститут післядипломної

педагогічної освіти ім. М. В. Остроградського

## **СТРАТЕГІЇ НАБУТТЯ ІНФОМЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ В ПІСЛЯДИПЛОМНІЙ ПЕДАГОГІЧНІЙ ОСВІТІ**

*У статті обґрунтовано підхід до проектування безперервної освіти як повноцінного і поступального процесу розвитку особистості, що здійснюється одночасно по двом напрямкам: профілізації і соціалізації. Описано взаємодію суб'єкта власної освітньої стратегії з освітнім середовищем, яка характеризується зміною механізмів розвитку людини: від репродукції знань і відомих способів діяльності до рефлексивно-творчого освоєння навколишнього світу. Доведено, що набуття інфомедійної грамотності є ефективною освітньою стратегією в безперервній/післядипломній педагогічній освіті.*

**Ключові слова:** *інфомедійна грамотність, освітнє середовище, безперервна освіта, освітні стратегії.*

**Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.** Актуальний тренд на безперервну освіту сучасної людини і її особистісний розвиток протягом усього життя неминуче приводить до постановки проблеми сутнісного взаємозв'язку цих процесів і необхідності його проектування на загальних теоретичних підставах. У складі найважливіших особистісних якостей, які необхідно розвивати людині, виділяються її потреба в самоосвіті, готовність безперервно навчатися. В індивідуальному досвіді все більшу роль відіграє вибір освітніх маршрутів і відповідні йому навчальні досягнення, а перспективи особистісного зростання багато в чому визначаються прагненням до самореалізації й творчого саморозвитку в ході освіти. У свою чергу, безперервна освіта не обмежується вузькими рамками певного тимчасового періоду і віку, виду професії та кар'єрного щабля, територіальної приналежності та інституційних форм. В силу цього вона має потенціал вільного розвитку людини як цілісної і самобутньої особистості, володіє здатністю озброїти її компетенціями самоорганізації (самовизначення, самоактуалізації, саморегуляції, саморозвитку), необхідними в усіх сферах життєдіяльності, в усі періоди життя [6, 7].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання цієї проблеми.** Проектування безперервної освіти, обґрунтоване з урахуванням природи особистісного розвитку, забезпечує поступальний і цілісний характер індивідуальної освіти і розвитку, дозволяє точніше прогнозувати і швидше долати дезадаптуючі та дегуманізуючі фактори життєдіяльності людини, стає своєрідною «гарантією» індивідуальних освітніх досягнень. Виходячи з цього, далі під безперервною освітою особистості будемо розуміти взаємопов'язану єдність процесів безперервної освіти і безперервного розвитку особистості.

Якщо домінантою традиційного проектування освіти є трансляція педагогом певного набору наукових знань і способів діяльності з опорою на психологічні механізми відтворення і зовнішньої оцінки, то в проектуванні безперервної освіти особливого значення набувають такі характеристики, які невіддільні від людини і її вибору. Це мотиви, стратегічні життєві цілі і плани, особистісна позиція (С. Л. Рубінштейн) і «особистісне знання» (М. Полані), рефлексивна оцінка освітніх результатів, творча самореалізація. Очевидно, що процес проектування безперервної освіти має свою специфіку, яка виражається і в складі суб'єктів проектування, і в об'єкті проектування, і в його процедурі [2, 3].

Хто є суб'єктом проектування безперервної освіти особистості? По-перше, сам здобувач, так як освіта передбачає найповнішу реалізацію його індивідуальних здібностей і по-

треб, вона є просто нездійсненою без його активної і свідомої участі. По-друге, це спеціально підготовлені до такого проектування суб'єкти, що представляють соціум і зацікавлені в компетентному вирішенні проблем суспільного життя, в підвищенні якості людського ресурсу, включеного в соціальний прогрес.

Зауважимо, що освітні потреби окремої людини і суспільні запити до освіти, в принципі, можуть істотно різнитися, тому актуальною є проблема узгодження індивідуальних і соціальних цілей безперервної освіти. Таке узгодження можливо в рамках загального проекту, своєрідного векторного «поля» (К. Левін), утвореного запитам суспільства і особистісними потребами. В якості такого проекту ряд дослідників пропонує розглядати освітнє середовище (Ю. С. Мануйлов, В. І. Слободчиков, Г. П. Щедровицький, В. А. Ясвин і ін.).

Зміни в людині, пов'язані з його освітою і розвитком, завжди відбуваються в контексті трансформацій соціальних і культурних середовищ. Такої думки дотримуються дослідники різних напрямків в психології та педагогіці (автори подієво-біографічного, середовищного і особистісного підходів, представники екологічної та екзистенціальної психології, педагогічної і психологічної антропології, розробники поняття «життєвий шлях особистості» та інші). У зв'язку з цим безперервна освіта, що супроводжується освоєнням різних компетенцій, може трактуватися як послідовна зміна циклів розвитку людини в різних освітніх середовищах. Зауважимо, що про послідовну зміну мова йде з певною часткою умовності, оскільки людина може освоювати компетенції не тільки послідовно, але і одночасно.

Що ж є процедурою проектування освітнього середовища? Логіка безперервної освіти людини через інтеграцію в рамках соціальних та індивідуальних інтересів повинна будуватися по двом лініям: профілізації і соціалізації. Перша лінія являє собою послідовність середовищ, що за своїм предметним змістом відповідають пізнавальним потребам особистості і тенденціям цивілізаційного розвитку. Вона забезпечує освоєння здобувачами освіти предметно-діяльнісних компетенцій. Наприклад, у вищій цій лінії може бути представлена шляхом предметної диференціації навчального плану (від загально-професійних дисциплін – до спеціальних), поглиблення і уточнення наукової проблематики дослідних проектів студента (тема курсової роботи – тема дипломної роботи – тема магістерської дисертації), спеціалізації практик: загальне знайомство з професією (ознайомча практика) – освоєння базових методик діяльності фахівців даної професії (навчальні практики) – виконання професійної діяльності відповідно до посади спеціаліста (виробнича практика). Так в обговорюваній логіці умови навчальної, наукової діяльності студента і організації його практик утворюють відповідні середовища розвитку фахівця по лінії профілізації.

Друга лінія середовищ репрезентує комунікативний, культуральний зміст освіти, де поступово розширюється діапазон відносин і зв'язків особистості зі світом. До цієї лінії відносяться ті середовища, в яких людиною освоюються соціокультурні компетенції. У вищих цій лінії може бути представлена поступовим наростанням в навчальному процесі міждисциплінарних зв'язків, розширенням діапазону значущих комунікацій в ході наукових досліджень, збільшенням креативного компонента діяльності. Проектовані по цій лінії освітні середовища найчастіше організовуються в нетрадиційних формах: середовище студентського самоврядування, наукової лабораторії, громадської роботи, стажувань, тощо.

Відсутність в процесі освіти однієї з ліній істотно збіднює її результати, в крайніх своїх проявах робить її або безпредметною, такою, що не забезпечує необхідний приріст знань і уявлень, або суто прагматичною, що не реалізує гуманістичну, соціокультурну сутність людини.

Освіта дорослих, післядипломна освіта є необхідною сутнісною ланкою безперервної освіти. Баланс обох ліній в межах цієї освіти очевидно важливий. Підвищення кваліфікації педагогів так само має гармонізувати необхідність збагачення фахових предметних знань та потребу в творчому розвитку, професійній самореалізації, самоствердженні фахівців.

В Україні прийнято законодавчі та урядові рішення, які відкривають науково-педагогічним та педагогічним працівникам повну академічну свободу в т.ч. вільний вибір освітніх програм, форм навчання, закладів освіти, установ і організацій, інших суб'єктів освітньої діяль-

ності, що здійснюють підвищення кваліфікації та перепідготовку педагогічних працівників; доступ до інформаційних ресурсів і комунікацій, що використовуються в освітньому процесі та науковій діяльності. Сьогодні відповідальність за професійний розвиток педагогів покладена на педагога, педагогічні колективи, керівництво шкіл. Вони є автономними і повинні керуватися внутрішніми показниками системи якості освіти, орієнтуючись на загальнонаціональні критерії [1].

Можливість вибору форм і змісту підвищення кваліфікації практично змушує переосмислювати алгоритми зовнішнього проектування безперервного навчання. Зараз варто говорити необхідність сприяння процесам розробки особистих стратегій власної освіти. Тому важливо розуміння як саме будуть складатися такі стратегії та дослідження пріоритетів, на яких вони будуватимуться.

Іншою причиною нарощування дослідницького інтересу до формування особистих освітніх стратегій в післядипломній педагогічній освіті є зміни професійних ролей вчителя, що зумовлені методологічним переходом до педагогіки партнерства, які задекларовані в концепції Нової української школи.

В основі педагогіки партнерства – спілкування, взаємодія та співпраця між учителем, учнем і батьками. Учні, батьки та вчителі, об'єднані спільними цілями та прагненнями, є добровільними та зацікавленими однодумцями, рівноправними учасниками освітнього процесу, відповідальними за результат. У зв'язку з цим говориться про нову роль учителя – не як єдиного наставника та джерело знань, а як коуча, фасилітатора, тьютора, модератора в індивідуальній освітній траєкторії дитини. Зрозуміло, що структура фахових компетентностей сучасного українського вчителя – як тьютора чи фасилітатора – має суттєво змінюватися. Можна допустити, що потреби здобувачів післядипломної педагогічної освіти теж мають переорієнтуватися під набуття відповідних фахових компетентностей.

На наш погляд набуття інфомедійної грамотності в процесі післядипломної педагогічної підготовки наближає вчителя до опанування нових професійних ролей оптимальним чином.

Ця теза ґрунтується на розумінні змісту медіаосвіти та форм, яким цей зміст репрезентується.

По-перше. Медіаосвітній контент не можна викладати традиційним чином: представлення та трансляція матеріалу визначеними порціями – відворення – запам'ятовування і т.д. з новими порціями. Це особливий контент, що інтегрований в змісті будь-якої інформації, з якою працює учень в реальному житті, включаючи шкільні підручники, посібники, спілкування в мережах, фільми, музика, чати, блоги, реклама, новини, політика і т.п. Більше того, в медіаосвіті не може бути повністю сталого контенту, значна його частина постійно народжується і “з коліс” має потрапляти в навчання та обговорення.

По-друге. Щодо цього контенту необхідний особливий, дійсно партнерський, діалог, де вчитель лише один із учасників, а експертність не забезпечується лише статусом.

По-третє. Інфомедійна грамотність кореспондує з розвитком когнітивних процесів – уваги, пам'яті, мислення, уяви – від простих форм до вищих, а, значить, набувається лише в активному, проблемному навчанні.

Педагог, який сам володіє навичками роботи з інформацією, критичного мислення, емоційного інтелекту, цифрової грамотності, арсеналом методів активної, інтерактивної освіти та іншими складовими інфомедійної грамотності природно, органічно переходить з традиційної моделі навчання на сучасну педагогіку партнерства.

Таким чином, набуття інфомедійної грамотності є однією з оптимальних стратегій в освіті дорослих взагалі та в післядипломній педагогічній освіті зокрема.

Однак, є малодослідженим питання взаємозв'язку між психологічними якостями особистості та готовністю будувати власну освітню стратегію професійного розвитку. Саме це і визначає ідею даного дослідження.

**Постановка завдань дослідження.** Визначення та обґрунтування методології вивчення стратегій набуття інфомедійної грамотності в післядипломній педагогічній освіті.



### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Дослідження розбудови власної освітньої стратегії мають опиратися на класифікацію освітніх середовищ, яка виходить з описаної вище системи взаємопов'язаних змістовних ліній їх наповнення. Тому пропонується говорити про якісні відмінності освітніх середовищ і, як мінімум, про шість базових типів представленого в них змісту освіти:

- універсальної предметності;
- конкретно-дисциплінарної предметності;
- вузькоспеціальної предметності;
- міжособистісної комунікації;
- групової комунікації;
- глобальної комунікації.

Якщо перші три типи середовищ відображають об'єктивну тенденцію розвитку науки і відповідні їй ступені профілізації освіти, то друга трійка відображає сутнісні риси особистісно розвивальної освіти: діалогічність, контекстуальність, невіддільність змістовного і процесуального аспектів.

Отже, розробка особистої освітньої стратегії може орієнтуватися не лише на освоєння вузькопредметних знань, науково-практичних цінностей і суспільно прийнятих стандартів діяльності, а й на особистісні очікування і ціннісно-сміслові пріоритети суб'єкта.

Які психолого-педагогічні закономірності повинні бути враховані в ході проектування безперервної освіти особистості? Ряд учених в якості одиниці аналізу особистісного розвитку пропонує розглядати фрагмент взаємодії особистості з зовнішньої реальністю, причому визначальною умовою такої взаємодії називається «особистісний рівень». В якості рушійної сили розвитку виділяється невідповідність між потребами особистості та можливостями середовища, а саме розвиток представляється як циклічний процес взаємодії людини з навколишнім середовищем [3].

У циклі взаємодії особистості з конкретним освітнім середовищем, що забезпечує зовнішні умови (тобто стимули і змістовно-процесуальні можливості) освоєння визначеної компетенції, можна виділити чотири етапи:

- адаптація до нового освітнього середовища, сприйняття, розуміння і виконання чинних в ньому норм і правил (здобувач освіти адаптується як індивід, суб'єкт сприйняття);
- вибір в освітньому середовищі значущих об'єктів і суб'єктів, самостійна предметна діяльність (здобувач освіти – суб'єкт діяльності та вільного вибору);
- ціннісно-смісловий етап самовизначення і презентації власної позиції в освітньому середовищі (здобувач освіти – суб'єкт діалогу і рефлексії);
- експериментування і творча самореалізація в освітньому середовищі (здобувач освіти – суб'єкт творчості і саморегуляції).

Щоб освіта особистості мала безперервний, поступальний характер, на кожному з етапів освітнє середовище повинне мати певні властивості.

На першому етапі циклу освітнє середовище повинне володіти для здобувача освіти властивостями новизни, активності і психологічної безпеки. На цьому етапі пізнання нового для себе середовища є достатньою самостійною мотивацією входження в процес. Це є ресурсом включення адаптаційних механізмів подолання стресу від невизначеності і невмілості, що є закономірним на першому етапі. Новизна інформації, що надходить, забезпечує приріст індивідуальних знань і уявлень здобувача освіти. Активність середовища стимулює вольове подолання здобувачами освіти когнітивних труднощів в пізнанні нового. Безпека середовища забезпечує стійкість особистості стосовно стресорів, конструктивну трансформацію попереднього досвіду.

На другому етапі освітнє середовище повинне мати властивості вибірковості, змагальності та якісного зворотнього зв'язку. Здобувач освіти самореалізується, здійснюючи предметну діяльність. Варіативні умови діяльності забезпечують його суб'єктний вибір. Змагальність стимулює до більш високих досягнень. Якісний зворотній зв'язок дозволяє оцінити свої результати на основі чітких критеріїв та запланувати нові цілі навчання.

На третьому етапі освітнє середовище повинне мати властивості проблемності, контекстності та діалогічності. Здобувач освіти самостійно визначає свою систему взаємодії з середовищем навчання/розвитку. Проблемність середовища стимулює активність, когнітивний розвиток, пошукові спроби, вироблення власної позиції. Контекстуальність задає різноманітне поле існуючих соціальних і культурних смислів. Діалогічність створює сприятливі умови для вияву своєї точки зору і сприйняття інших думок.

На четвертому етапі освітнє середовище повинне мати властивості відкритості та авторизації. Здобувач освіти має змогу трансформувати середовище у відповідності зі своєю позицією, самостверджується в ній. Відкритість середовища для змін з ініціативи учасників навчання дозволяє реалізувати на практиці як спеціальні задуми так і проекти, що ситуативно виникають в кооперації з іншими. Авторизація середовища допускає повноцінну суб'єктність учасників, акторство і авторство, заохочення індивідуального стилю. В такому середовищі «творчих перетворень» має забезпечуватися і персональна відповідальність за ці перетворення, що є принципово важливим для набуття справжньої компетентності.

Проектування освітнього середовища пов'язане з потребами, рівнем мотивації, активності здобувача освіти, саме його «суб'єктно-проектувальні» дії ми пропонуємо називати розробкою власної освітньої стратегії. Тільки суб'єкт освітньої стратегії вирішує, яку інформацію йому сприймати, якою діяльністю займатися, яку позицію зайняти, що змінити в своєму оточенні і яке середовище для подальшого саморозвитку вибрати. Треба бути готовими до ситуації, коли освітнє середовище, що володіє розвивальними властивостями, не буде обраним здобувачем освіти. Наприклад, вузькоспеціалізовані курси за вибором, освітні профілі, школи творчої чи неформальної освіти, професійні майстер-класи, тренінги з нестандартних тем залишаться незатребуваними. Наявність розвиненої інфраструктури для наукової діяльності односторонньо не гарантує збільшення числа дослідницьких проектів, потужний бібліотечний фонд – читачів і т.п.

Тому для впровадження медіаосвіти принципово важливим є завдання, щоб набуття інфомедійної грамотності стало перспективною освітньою стратегією для педагогів та керівників освітніх закладів.

Описана нами раніше система критеріїв оцінки медіасередовища закладу освіти дозволяє напрацювати дорожню карту з виконання цього завдання [5]. Першим чинником, що спонукає до набуття інфомедійної грамотності є глобальні зміни медіаландшафту, діалектика можливостей і загроз, що з цим пов'язані. Зважаючи на ці очевидні виклики (аналіз яких не є предметом розгляду в даній статті), важко уявити того, хто сьогодні заперечував би необхідність набуття інфомедійної грамотності. Інші два критерії в трикутнику оцінки медіасередовища – управлінська діяльність та готовність педагогів – передбачають свідомі сплановані зусилля колективів закладів освіти, які зараз мають повну автономію та відповідальність.

Практика діяльності ПОІШПО ім. М. В. Острогадського у проектуванні освітнього середовища для розвитку інфомедійної грамотності свідчить про ефективність зустрічних взаємопов'язаних процесів: формування запиту на напрямки підвищення кваліфікації – розвиток відповідних змістовних модулів та інноваційних освітніх технологій – ефективне впровадження в освітній процес – практичне застосування – виникнення нового запиту і т.д.

Тому процедура проектування завжди є двосуб'єктною або полісуб'єктною. Проте розуміння розвивальних властивостей освітнього середовища істотно допомагає в проектуванні безперервної освіти. Важливо, щоб актуальні очікування і потреби суб'єкта власної освітньої стратегії, що поступово змінюються в ході його професійної педагогічної діяльності, були забезпечені умовами цього середовища, щоб вони створювали актуальний методологічний простір.

**Висновки.** Таким чином, проектування безперервної освіти особистості – це необхідний алгоритм забезпечення суб'єктності в освіті дорослих та їх розвитку власних освітніх стратегій, а освітні середовища, що створюються, мають володіти розвивальними властивостями адекватними потребам особистості здобувача.

Проектування безперервної освіти як повноцінного і поступального процесу розвитку особистості здійснюється одночасно по двом напрямкам: профілізації і соціалізації, кожна з яких представляє собою послідовність освітніх середовищ з унікальними предметними і комунікативними вимірами.

Взаємодія суб'єкта власної освітньої стратегії з освітнім середовищем відбувається з опорою на вже наявний особистісний досвід і в логіці поетапного циклу, що характеризується зміною механізмів розвитку людини: від репродукції знань і відомих способів діяльності до рефлексивно-творчого освоєння навколишнього світу.

Набуття інфомедійної грамотності є ефективною освітньою стратегією в безперервній/післядипломній педагогічній освіті, оскільки

– забезпечує актуальні потреби фахівця щодо діяльності в глобальному світі, що постійно змінюється;

– органічно поєднується з переходом на нові професійні ролі;

– відповідає очікуванням значущого соціального оточення (група, учні, батьки, власна родина), тобто зміцнює контекст самоактуалізації особистості, що є найвищим досягненням якості освіти протягом життя.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бобровський М. В., Горбачов С. І., Заплотинська О. О. Рекомендації до побудови внутрішньої системи забезпечення якості освіти у закладі загальної середньої освіти. – Київ, Державна служба якості освіти, 2019 – 240 с.
2. Колесникова И. А. Непрерывное образование как феномен XXI века: новые ракурсы исследования // Непрерывное образование: XXI век. – 2013. – № 1. – С.35
3. Коржова Е. Ю. Развитие личности в контексте жизненной ситуации // Психологические проблемы самореализации личности. – Вып. 4. СПб., – 2013. – С. 155–159.
4. Панов В. И. Экологическая психология: опыт построения методологии. М.: Наука, 2004. 197 с.
5. Устименко Т. А. Як виміряти ефективність впровадження медіаосвіти: критерії та індикатори оцінки медіасередовища освітнього закладу [Електронний ресурс] // Збірник статей Сьомої міжнародної науково-методичної конференції: Сучасний простір медіаграмотності та перспективи його розвитку. – Київ. : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2019. – С. 269-276. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: [http://www.aup.com.ua/uploads/Zbirnyk\\_conf\\_2019.pdf](http://www.aup.com.ua/uploads/Zbirnyk_conf_2019.pdf).
6. Bridgstock R. 'Success in the protean career: A predictive study of professional artists and tertiaryarts graduates': Doctoral dissertation, Queensland University of Technology. Brisbane. Australia, 2007.
7. Dweck C. Self-theories: Their role in motivation, personality and development. Taylor & Francis, Philadelphia. Florida, R 2003, The Rise of the Creative Class. Pluto Press. Australia, 2000.

*The article substantiates the approach to the design of continuous education as a full-fledged and progressive process of personality development, carried out simultaneously in two directions: profiling and socialization. The interaction of the subject of his own educational strategy with the educational environment is described, which is characterized by the change of mechanisms of human development: from reproduction of knowledge and known ways of activity to reflective and creative development of the surrounding world. It has been proven that acquiring medialiteracy is an effective educational strategy in continuing / postgraduate pedagogical education.*

**Keywords:** medialiteracy, educational environment, continuing education, educational strategies.

**Лариса Мельник**

старший викладач кафедри теорії та методики  
викладання соціогуманітарних дисциплін

Хмельницький обласний інститут післядипломної  
педагогічної освіти

## **ДИЗАЙН МИСЛЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОСТІ ПЕДАГОГІВ У ПРАКТИЦІ КУРСУ «МЕДІАОСВІТА» В СИСТЕМІ ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ПЕДАГОГІЧНОЇ ОСВІТИ**

*Актуальність розвитку критичного мислення пов'язана зі створенням відкритої платформи для поглибленого дослідження ідей та проблем в різних сферах освіти науки, управління, медіа, культури в контексті світових тенденцій розвитку розуміння і критичного усвідомлення як потенційних можливостей для рішення питання медіа – культури освітньої спільноти. Зміни в підходах щодо моделей використання й доступу інформаційних джерел все більше актуалізує медіаграмотність, яка виступає запобіжником маніпуляцій, являється інноваційним інструментом розвитку критичності та креативності, що підвищує якість комунікацій, забезпечуючи продуктивні зміни в процесах трансформації суспільства, реформи в освіті.*

**Ключові слова:** *медіаграмотність, критичне мислення, конвергентний медіапростір, дизайн – мислення, інноваційний продукт, просування медіаграмотності, людиноцентричний інформаційний дизайн, комунікація.*

В нашому складному конвергентному медіапросторі критичне мислення необхідне для кожної людини. Адже взаємопроникнення медіа все більше і більше означає, що люди самі собі стають власними редакторами інформації. Це покладає значну відповідальність на особу аналізувати й оцінювати, наскільки цінними, цілісними, об'єктивними, неупередженими можуть бути інформаційні продукт, його контент, особливо час, коли все складніше ідентифікувати походження, автентичність інформації й особливо його знаковість, цінність та трансформація в креативний продукт.

Також люди щодня оперують із все більшими масивами інформації, впливом нових підходів в інформації, реклами. Тож для того, щоб зробити усвідомлену оцінку змісту і послуг, необхідне розуміння економіки інтернету і того, як особисті дані можуть бути використані для націлювання конкретних повідомлень на комфортність. Це також актуально як у світі реклами з «натисніть приманку» і «вірусним» контентом, так і стосовно «фейкових новин», інтернет-пропаганди, мови ворожнечі та екстремізму, як зазначила у своєму виступі Мартіна Чепмен із британського регулятора медіа Офком. встановивши низку навичок, які допомагають людям орієнтуватися у нових та нових формах засобів масової інформації, включаючи навички «мати критичну обізнаність щодо запиту новин». Політика є першим кроком до запропонованої мережі медіаграмотності, яка об'єднує освітян, регуляторів та інших для вирішення деяких питань.

Це непросте завдання. Традиційні програми медіаграмотності вперше з'явилися в 1970-х роках і мали на меті дати молодим людям знання та критичні інструменти для деконструкції ідеологічних та комерційних повідомлень, що лежать в основі редакційного змісту та реклами в ефірі чи друкованих ЗМІ. Актуальним в сучасних дослідженнях постає розуміння загальної картину і контекст для міжсекторального просування медіаграмотності, розглядаючи низку ініціатив / важливих проектів, що проводяться різними зацікавленими сторонами щодо зміни моделей у використанні й доступі до засобів масової інформації, які підкреслюють все більшу



актуальність медіаграмотності в креативному застосуванні і спричиняє позитивні соціальні зміни. Ключовою темою постає зрушення в сторону розвитку критичного мислення як противаги деяким із проблем, що виникають у секторі медіа та комунікацій,

Під час роботи було представлено стислу доповідь про основні дані проекту Європейської аудіовізуальної обсерваторії. Також заслухано інформацію про дослідження Офкому з медіаграмотності, де акцент зроблено на критичному мисленні. В Звіті Європейської аудіовізуальної обсерваторії, який був опублікований 12.02.2018 «Відображення практичних дій та заходів у сфері медіа-грамотності», (ЄС-28) висвітлені теми, за якими європейське товариство організовує та поширює медіа освітні процеси, що пов'язані з практикою формування медіа-грамотності в євро спільноті, що набуває актуальності в зв'язку з інформаційною безпекою Світу. Головна увага в звіті(далі – ЄС-28) зосереджена на підходах, пов'язаних із організацією медіа-освіти та послуг через електронні комунікаційні мережі. Дане дослідження було підтримано Європейською комісією та реалізовано ЄАО під управління Мартіни Чапман, директоркою компанії «Mercury Insights», яка працює у Великобританії та спеціалізується у сфері медіаіндустрії. Методологія, що була використана при підготовці ЄС –28, формувалася на підходах, завдання яких –об'єктивно описати реалізовані проекти, які найбільш значимі як національні проекти Методологія, що була використана при підготовці ЄС-28, формувалася на підходах, які мали максимально об'єктивно описати реалізацію, 20 найбільш значимих національних проектів з питань медіа-грамотності і представити детальну аналітичну інформацію про 5 найефективніших програм, які обумовили підвищення обізнаності в сфері критичного ставлення до медіа продукту та критичного осмислення в користуванні інформаційними потоками.

Експертною групою вивчалася медіа-грамотність ЄС (MLEG – Media Literacy Expert Group), вивчалися пріоритетні напрямки Проектів, які обиралися країнами – учасниками для підвищення медіакомпетентностей своїх громадян. Серед 939 основних учасників, що долучені були до дослідження, більше як 1/3 були віднесені до категорії «громадянське суспільство» (305), «представники державних органи» (175) та «науковий осередок» (161). Понад 2/3 із загальної кількості учасників не мають обов'язкової юридичної компетенції у цій сфері й брали участь у дослідженні з різних мотивацій. Під час вивчення тематик проектів з'ясувалося, що були орієнтовані на рівень активності, який в різних країнах достатньо різниться, із максимальної кількості – 580 проектів (20 можливих проектів для кожної із 29 країн, проте не всі країни змогли виявити актуальність, лиш 547 з них були чітко ідентифіковано з потребою розвитку критичного мислення та формуванні навичок, що пов'язані з медійною грамотністю та медійною функціональністю. Можливо в українському просторі медійної професійної індустрії теж актуально зорганізуватися щодо важливості в необхідних концентрованих ресурсах, що сприятимуть становленню репутації медіа.ресурсамиресурсівНайбільш поширені тип проекту – «ресурси» (173), на другому місці – «взаємодія з кінцевим користувачем» (107). Індикатор «навички у сфері медіа-грамотності, що стосується «критичного мислення» є очевидним переможцем, з яким пов'язано 403 проекти із 547, актуальною виступає опція – «користування медіа» (385 проектів). Масштаб проектів, яких більше ніж 1/3 проаналізованих (228 із 547) були результатом міжсекторального співробітництва і переважна більшість із них мали національне значення (409), при цьому 95 були зараховані до регіональних, а 43 – до масштабів європейських. Ступінь важливості: 145 найкращих проектів мали цільову аудиторію «підлітки та студенти» і тільки 7 – були спрямовані на цільову аудиторію «особи похилого віку». Мета дослідження Офкому полягала в представленні відображення та огляду найбільш значимих проектів (а не всіх наявних) щодо заохочення медіа – грамотності в країнах-членах ЄС із січня 2010 року на національному й регіональному рівнях.

Ми взяли до уваги прикладу до розгляду підхід Національного аспекту Австрію і як показано в звіті: «Відображення стану медіа грамотності в Австрії є досить важким завданням через «мікро» рівень багатьох проектів в основному регіонального та місцевого характеру, що викликало певні труднощі при визначенні найбільш актуальних. В країні декілька установ та організацій приймають участь в проектах медіа грамотності, але поряд з іншими повноважен-

нями. Присутні лише декілька «масштабних гравців», і найбільш важливі з них – це Міністерство освіти Австрії та Saferinternet.at 1. Було прийнято декілька спроб створити національну мережу розповсюдження медіа грамотності, під час яких лише одна стала дійсно успішною – Medienbildung JETZT. Хоча ця мережа для викладачів всієї країни, насправді вона зосереджена на медіа грамотності у Відні.

Саме ознайомлення з підходами в розгортанні освітнього процесу в Австрії у формуванні критичного мислення засобами медіаграмотності спонукало нас розробити регіональний Проект створення МЕДІА ХАБУ. Зокрема нас зацікавив досвід Бельгії з медіаграмотності, який розпочався ще з 1980-х років, в основному як ініціатива декількох громадських організацій, вчителів та викладачів. У результаті в 2008 році було створено Вищу раду медіа освіти французької громади Бельгії (CSEM) для забезпечення розробки та координації ініціатив з метою сприяння медіа грамотності не тільки в школах, а й починаючи з дошкільного віку і закінчуючи особами похилого віку, як процесу безперервного навчання. В результаті досліджень виявлено близько 22 основних зацікавлених сторін. Цим досвідом скористалися, коли на платформі громадського руху «Освітній Форум Хмельниччини» ми започаткували інформування освітян Хмельниччини щодо подій, що створені на площадці Хмельницького обласного інституту післядипломної педагогічної освіти.

Якщо говорити про синхронізацію в процесах підвищення медіаграмотності, розвитку критичного мислення членів суспільства, то в сьогоденні актуалізується – виявлення принципів свідомого проектування майбутнього та їх інтеграція на рівні стратегічного менеджменту компаній, в яких робота з контентом будь-то інформаційно – візуальними, текстовими, графічними орієнтують займатися аспектами ідентичності візуальної культури, формалізацією її «кодів». Спеціалізація на аспектах розвитку креативного, інноваційного мислення – design thinking створює сучасне розуміння дизайну як синоніму слова «інновації». Компанії, яка прагне до успіху в умовах «розумної» економіки, необхідно опанувати навичками дизайн-мислення – визнаного інструменту формування «блакитних океанів», під якими розуміється весь ланцюжок створення нового продукту (New Product Development).

Поки що ж, і в Бельгії, і в Україні ми фокусуємо свою увагу медіаграмотності, як тотальній необхідності розвивати критичне мислення, щоб бути розумним споживачем інформації, а не сприймати інформацію, для нового конструювання продукту, що використовує дизайн – мислення, який вивершує естетику людського буття. Найважливіші проекти в галузі медіа грамотності зорієнтовані на дітей та молодь, яка виступає уже носієм нових якостей середовища ХХІ сторіччя: започатковані кейси «Журналістика в класі», «Діти та застосування ІКТ», «Широкий Світ на дошці», «Створи свою історію».

Як бачимо, зусилля кожної країни демонструють критичний та креативний підхід у вирішенні питання медіаграмотності в різних вікових групах, водночас освіта педагогів, викладачів займає пріоритетне місце, оскільки виклики сьогодення пов'язані зі зміною парадигми ставлення до потоків інформації, продукування інформації та якісного використання інформації мінімізує маніпуляцію та орієнтує на критичне та креативне використання та створення медіапродуктів, підвищує сенсовість комунікацій, в якій людина, дитина виступає цінністю, а не засобом. Якщо звернути увагу щодо розгортання потужних дієвих освітньо-просвітницьких проектів, то слід відмітити Проект «Академія Української Преси», який в своїй філософії не змінює курс-медіаосвіта – це інструмент демократизації держави. Водночас існує проблема на законодавчому рівні повноважень щодо медіаграмотності, а також відсутності Закону про медіа, розробки стандартів, що виводять сучасне медіа з поля «маніпуляцій» в простір вбереження Планети Земля.

Наприклад, «Розвиток медіа освіти» в Чехії (повнота та ефективність медіа комунікації) концентрована на меті – підтримка конкурентоспроможності учасників додаткової освіти в сфері медіа шляхом створення програми медіа освіти для дорослого населення. А ось в Проекті «Діти і медіа» в 2011 році Радою з питань радіомовлення і телебачення Чехії (національний регуляторний орган) був запущений веб-сайт «Діти і медіа» ([www.deti-a-media.cz](http://www.deti-a-media.cz)), метою

якого була поява платформи для представлення та обміну думками експертів та як джерело інформації для батьків, вчителів, які зацікавлені в припиненні негативного впливу медіа на власних дітей. Якщо звернути увагу на підходи організації в інституціях післядипломної педагогічної освіти в Україні, то, на превеликий жаль, ми ще знаходимося на інструментальному рівні в користуванні інформації, де оволодіння навичками комп'ютерної грамотності пов'язано з розвитком компетентностей на рівні користувача «комп'ютерною грамотністю», а не актуалізоване функціональне користування медіапродуктом, як розумінням призначення потоками інформації та їх контекстами, контекстами, підтекстами, контінумами.

Сприймавши цю ситуацію як виклик, ми з 2019 року на базі кафедри теорії та методики викладання соціо-гуманітарних дисциплін провели опитування слухачів курсової підготовки, в якому вивчали «ставлення до курсу «Медіаосвіти» як культурологічного явища, яке своїм існуванням вносить модернову рефлексивність, яка не лише викликає критичність в осмисленні, а обумовлює і естетичне переживання. Цьому сприяли організовані та проведені заняття в обласному художньому музеї, метою яких було через твори мистецтва, візуалізацію інтенції художника зрозуміти емпатичність в спогляданні твору, а далі описуючі твір (есе), свої переживання, фіксувати думки, як судження. В цьому дослідженні взяли участь 8 груп – слухачів курсі різних спрямувань (математики, біологи, вчителі початкової школи, завідувачі ДНЗ, директори ЗНЗ). Виступачи фасилітатором на таких заняттях, генерація емоцій слухачів переходила асоціативні судження, за якими виникала потреба до обговорення своїх переживань, спогадів дитинства, бажання поділитися своїми переживаннями, готовими до висловлювань. Цей «катарсис» педагогів спричинив до осмислення пошуку підходів, за якими засобами мистецтва педагог почав виходити за рамки стереотипу «все знаю, ніщо не піддаю сумніву». Так з'явився курс «Дизайн-мислення», в якому вчитель відчув потребу «бути відкритим до світу». Фасилітація під час занять привела до розуміння того, що вчителі через емпатію почали продукувати ідеї, а не відтворювати інформацію, отриману для репродукування, що породжувала іноваційну активність, генерування ідей. Робота з директорами шкіл акумулювалася на проектні діяльності. Ми ж написали проєкт про створення «Медіа ХАБу», який включений в Стратегію розвитку Хмельницької області (додаток 1) та розробили тренінг «Дизайн – мислення для освітян» (додаток 2). Курс «Медіаграмотність» став основою для формування вмінь та навичок, що пов'язані з м.якими соціальними, емоційними та інтелектуальними навичками сучасного педагога, який не лише розуміє цінності демократії, а й користується ними в професійній та особистісній діяльності.

Дизайн-мислення як концепція виникла наприкінці 80-х років в Каліфорнії у компанії під назвою IDEO. Це спосіб створення інновацій, те, що в науці, в менеджменті називається «ітеративний дизайн». Ітеративний» це не «інкрементний». Хоча, в розробці ПЗ та програмних систем вони часто йдуть пліч-о-пліч. Основна ідея полягає в тому, щоб розробити систему шляхом циклів, що повторюються (ітеративний) та в менші проміжки часу (інкрементний), даючи змогу розробнику скористатися перевагами того, що було вивчено під час розробки попередніх порцій або версій моделі. На кожному кроці (ітерації) виконуються зміни дизайну та додаються нові функціональні можливості. Саме такий підхід допомагає педагогу добирати такі кроки – технології, техніки, прийоми, підходами, тактиками продуктивного управління освітнім процесом (логічно – індивідуальна траєкторія розвитку учня, модерація уроку, мезо – ресурс сприяння навчанню), де критичність та креативність мислення виступає інструментом – індикатором та тестом, ефективного дизайнерського освітнього продукту (уроком, структурованою інформацією, дидактикою).

Ітерація включає реконструювання та реалізацію завдань з контрольного списку, а також аналіз поточної версії моделі, що дозволяє вносити корекцію, не боячись, що само модель уроку, інформації потерпить «краху», незадовільної оцінки «методистом» або буде викликати невпевненість, тривожний стан. Всі ці явища призводять до розбалансування моделі розвитку та ефективної взаємодії між педагогом та дитиною.

Насправді, дизайн-мислення може бути описано дуже багатьма різними словами: десь називають дизайн-спринтом, десь дизайн-мисленням, десь людиноцентричним дизайном.

Agile (англ. Agile software development, agile-методи) — клас методологій розробки програмного забезпечення, що базується на ітеративній розробці, в якій вимоги та розв'язки еволюціонують через співпрацю між багатофункціональними командами, здатними до самоорганізації.

Все це складається в один достатньо зрозумілий фреймворк роботи над створенням нового досвіду для користувачів чого завгодно: чи це урок, проект, інформаційна модель, яка спонукає до критичного осмислення та розумінні Світу власного «Я» та навколишнього Світу потребу технологій, що акумулюють потребу в розвитку критичного ставлення до потоків інформації, як формують нашу картину світу та ставлення до процесів навкруги. Це непросте завдання традиційні програми медіаграмотності, які вперше з'явилися в 1970-х роках і мали на меті виконати щодо підростаючого покоління, молодих людей через знання та навички, отримуючи критичні інструменти для деконструкції ідеологічних та комерційних інформаційних потоків, що лежать як «продукування» різних змістів та реклам. Які наповнюють ефір з різною метою.

Змісти і сенси без критичного осмислення не можливі. Постіндустріальна епоха перетворила науку в безпосередню виробничу силу, і формула «освіта – наука – виробництво» складає основу економічного розвитку як в масштабах держави так і між державами відбувається жорстока конкуренція. Медійний інформаційний простір стає засобом вже нових викликів і загроз, в яких нас може лише спасти освіченість, гуманізм та естетична екологічність людини, яка здатна креативно поєднати високі технології з високою відповідальністю перед майбутніми поколінням, яка має плекати свою творчість і безпечність.

Отже, розвиток, розробки нових підходів і плани реалізації курсу цифрової медіаграмотності в рамках реформ включає прагнення допомогти всім людям робити усвідомлений вибір, творити стійкіше суспільство, освіченою людину. Мартіна Чапман – експерт із європейської політики медіа грамотності, яка консультувала БАІ щодо нових рамок в сфері медіа грамотності висловила: «Десять років тому це стосувалося захисту дітей, тоді це було цифрове включення та надання доступу старшим людям. Навички, які нам були потрібні 30 років тому, були набагато простішими. Зараз нам потрібен цілий набір нових». Вона також вказує, що, хоча освіта, очевидно, орієнтована на захист дітей, «ми не повинні забувати про широку громадськість, до яку важче досягти».

Саме одним із шляхів включення дорослих у креативний світ змін може стати застосування інноватики, який в собі несе курс «Дизайн-мислення» – метод розкриття творчого потенціалу особистості педагога, який підтримує зміни, який творить зміни та проявляє, розвиває креативний потенціал у дітей.

Актуальність впровадження цього методу пов'язана з переходом нашого суспільства, в якому людина виступала засобом, в Світ творення креативного класу, діяльність якого стає естетично корисна Світу змін, що не руйнує Планету Земля, а вберігає її для прийдешніх поколінь. Саме метод «дизайн-мислення» здійснює вплив на різні суспільні та державні інституції з ціллю модернізації в підходах, що впливає на активність людини, людства XXI століття.

**Висновок:** методологія освіти дорослих потребує актуального осмислення: від недовіри щодо професійної неспроможності, невміння до критичного мислення, орієнтир в навколишньому інформаційному просторі, що не дезорієнтує, а створює потребу до дії та креативних змін. Погляд гна звичні речі «притуплює» активність людини, зневіра, що пов'язана зі стилями рабовласництва, закріпачення, феодального ставлення до людини дискредитує потенціал людини, а отже робить людини заручниками обставин. Курс «Медіаосвіти», який в Україні був ініційований командою сподвижників на чолі з Українською Академією Преси створює нові погляди на світ інформації та її можливості. Саме дизайн мислення в розумінні «іншого погляду» на звичні речі, став спонукальною потребою до змін в організації підвищення компетентностей педагогів. Багатоаспектний підхід до інформації породив ідеї, що спонукає мультидисциплінарних спеціалістів змінювати уяву на звичні речі та явища. Настав час і в освітній сфері поглянути «через лінзи» та іншим кутом зору на процеси, які з людини – інструмента переходять до сприйняття людини – творця. Саме дизайн мислення підтримує віру в



педагога, налаштовує його на сприйняття відомих речей з модернового, креативного погляду. Дизайн мислення як інструмент охопив велику кількість професій. Які раніше були виокремленні. Оскільки штучний інтелект не «креативить», а людська природа пізнання нескінченна і надійна щодо творчого погляду на явища та звичні речі, в якій дитяча природа спонтанної допитливості і інтересу безмежна – українському вчителю настав час створювати фундамент креативного класу нації, яка ще не втратила потенціал для інновацій. Методи дизайн-мислення дозволяють збирати інформацію таким чином, що рано чи пізно ми абсолютно чітко починаєте не тільки розуміти, а й відчувати свого персонажа, якого в практиці створення нового продукту прийнято називати «стейкхолдери». Так маса потенційних користувачів поступово перетворюється на осмислених людей і, як автори романів починають жити життям своїх героїв, ми волею-неволею починаєте відчувати їх світ, а, значить і краще розуміти їхні потреби, сенси, вберегти почуття естетики. Це ж стосується усіх учасників освітнього процесу, які через критичне осмислення реальності, просуваються в світ змін за власної активної потреби в участі у цих змінах.

При цьому, чим більш просунутими і складними стають наш світ, а слідом за ним і економічні взаємини, чим вище по піраміді Маслоу просувається наше суспільство, тим більш витонченими і все реальнішими і очевидними стають потреби. А правильно виявлена потреба – запорука успіху. Взагалі, розроблений дизайнерами інструментарій виявлення потреб і формулювання на цій основі завдання розробки нового освітнього продукту і є, на мій погляд, тією ключовою перевагою, завдяки чому ми звернули в останні роки увагу на дизайн-мислення, як складову критичного ставлення та критичного мислення до потреб індивідуальних, групових, колективних та світових. Інноватика та форми, методії проявлення – це і є еволюційний процес будь-якої культури через освіту.

*Додаток 1*

## **ПРОГРАМА КУРСУ**

Освітнє середовища виступає актуальним модератором змін в поглядах, підходах, залучаючи ресурси, що сприяють модернізації освітнього простору, створенню розвивального середовища, який базуючись на методології освіти дорослих привносить нові погляди на актуалізацію людського потенціалу, що сприяє масштабуванню освітніх креативних процесів. Програма зорієнтована на розвиток вмінь, навичок щодо орієнтування в нових умовах, реальності, що сприяє вивільненню потенціалу людини, завдання якої не нищити, а створювати розумну екосистему, в якій синергія всього живого вберігає потенціал Планети від локальних до глобальних викликів.

### **ПРОТЯГОМ НАВЧАННЯ МИ:**

Створюватимемо комфортне та емпатійне середовище для учасників, в якому виклики інтелектуальні не несуть загрози учасникам в оцінці їх знань, а сприяють бажанню об'єднатися в пошуці ідей, які розвиватимуть навички критичного та креативного мислення, що зорієнтовані на актуальні питання змін в освіті в поглядах та підходах. Учасники навчатимуться навичкам командної роботи, де ідеї об'єднують для корисних змін для кожного.

Цільова аудиторія: керівники та менеджери системи освіти, ліжери проектних команд, педагоги, представники освітніх громадських організацій, батьківські об'єднання.

### **Програма**

Модуль 1.1.

Стили мислення, образне мислення.

Трансформаційні процеси ХХІ століття.

Креативний клас. Модернізація освітнього середовища.

Культура освітнього закладу.

Інноватика. Думка. Ідея.

Модуль 1.2.

Конкуренція ідей. Співпраця команд.

Принципи та підходи в роботі команд.

Партнерство та конкуренція ідей.

Пошук корисного креативного «продукту» змін.

Модуль 2.1.

Дизайн мислення як метод.

Дизайн мислення як інструмент для генерації ідей.

Дизайн мислення як спосіб в «задоволення думати».

Дизайн мислення і креативне вирішення задачі.

5 етапів дизайну мислення.

Модуль 2.2.

Мета та роль дизайну мислення (Agile and Lean).

Інтеграція методу дизайну мислення в навчальний процес.

Ідеї, масштабування і управління змінами.

Модуль 3.1.

Тенденції та тренди дизайну мислення.

Філософія тренду та тенденцій.

Стереотипи та поведінкові «тренди» українців.

Взаємодія дизайну мислення з проектом-бізнес.

Модуль 3.2.

Тест-драйв дизайн мислення.

Дизайн мислення і освітні проекти.

Фасилітація креативного мислення педагога.

Активна інноваційна діяльність і дизайн мислення.

## ФОРМА ПРОПОЗИЦІЇ ІДЕЇ ПРОЕКТУ

до Плану заходів з реалізації Стратегії розвитку Хмельницької області  
у 2021-2023 роках

1	Ваші контакти: Прізвище Ім'я По-батькові : Телефон (стаціонарний і мобільний): Електронна адреса:	Очеретянюк Віктор Іванович, (тел. 097-5701067), Примуш Роман Борисович (097-7111483) hmoippro@i.ua, prymush@ukr.net
2	Назва проекту регіонального розвитку (далі - проект)	Створення освітньої Медіаплатформи (спільний проект Хмельницького обласного інституту післяди- пломної педагогічної освіти та Центру регіонального розвитку)
3	Номер і назва завдання регіональної стратегії розвитку, якому відповідає проект	2.3. Розвиток та співпраця людського капіталу (2.3.2. : Стимулювання співробітництва між навчаль- ними закладами, науково-дослідними установами і підприємствами регіонів) 2.2. Активізація інноваційної діяльності

		<p>(2.2.1: Підтримка формування інноваційної інфраструктури)</p> <p>4.2: Підвищення рівня залучення мешканців у процесі регіонального та місцевого розвитку</p> <p>(4.2.2. Вдосконалення інструментів взаємодії громад для спільного вирішення проблемних питань)</p> <p>5.1: Якісна система надання освітніх послуг</p> <p>(5.1.1: Забезпечення рівного доступу та підвищення якості освітніх послуг, 5.1.2: Розвиток дуальної та інклюзивної освіти, 5.1.3: Створення умов для самореалізації дітей та молоді)</p> <p>5.4: Розвиток культурних послуг</p> <p>(5.4.3. Підтримка культурного розмаїття та підсилення ролі культури у житті громад)</p>
4	Цілі проекту	Створення культурного освітньої медійної платформи, яка є освітньо-просвітницькою, відкритою, доступною в отриманні інформації та наданні професійно-консультативної інформації
5	Територія, на яку проект матиме вплив	Хмельницька область
6	Цільові групи проекту та кінцеві бенефіціари проекту	<ul style="list-style-type: none"> <li>- територіальні громади, які зорієнтовані на модернізацію підходів в SMART-спеціалізації – розвитку що враховують реальні ресурси залучення потенційних ресурсів, які сприятимуть збільшення потенціалу людського розвитку громад та в цілому області (громади)</li> <li>- освітньо-культурному просторі громади (громади);</li> <li>- фахівці в територіальних громадах, що відповідають за організацію реалізації проектів освітніх та культурних процесів (члени громади);</li> <li>- фахівці інклюзивної освіти, надання консультативних експертних послуг з питань інклюзії</li> <li>- керівників освітньо-культурних закладів та установ громади;</li> <li>- освітян та членів громади (освіта протягом життя);</li> </ul>
7	Опис проблеми, на вирішення якої спрямований проект	<p>Даний проект зорієнтований на організацію інформаційної платформи, що пов'язана з доступом до медійної інформації, яка обслуговує інтереси громад та організовує ефективну комунікацію між центром і громадами Хмельницької області щодо розв'язання проблем, які зорієнтовані на активну комунікацію в поінформованості та експертно-консультативній діяльності.</p> <p>Доступ до інформації в on-line режимі та ефективний менеджмент в громадах.</p>
8	Очікувані результати від реалізації проекту	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Створення обласної медійної платформи, що організовує та покращує швидкий доступ та обмін інформацією між центром та громадами області на базі Хмельницького ОППО)</li> <li>- Створення медіастудії з метою розширення форм, методів і способів фіксації життєдіяльності області.</li> <li>- Підвищення коефіцієнта людського розвитку громад завдяки ефективній поінформованості/</li> <li>- Проведення тренінгів для територіальних громад з медіаосвіти, навчання медіаграмотності, розвитку критичного мислення.</li> <li>- Організація обміном досвіду (внутрішнього і зовнішнього)</li> <li>- Встановлення міжнародної співпраці.</li> </ul>

8	Очікувані результати від реалізації проекту				
	економічна та/або бюджетна ефективність реалізації проекту				
	соціальний вплив	Підвищується рівень поінформованості та комунікації, що сприяють ефективній взаємодії та критичного реагування на інформаційні маніпуляції.			
	екологічний вплив	Зростає медіаграмотність, підвищується медіасвідомість, зростає екологічна стабільність громад.			
9	Основні заходи проекту	Створення медійного центру, облаштування технічними засобами студії; Забезпечення інформаційними технологіями (швидкісний інтернет, wifi-доступ).			
10	Період реалізації проекту (з рік) до (рік)	з (місяць / рік) - до (місяць / рік):			
11	Орієнтовний обсяг фінансування проекту, тис. грн:	2021	2022	2023	Разом
	державний бюджет	200 000 грн	-	-	200 000 грн
	місцевий бюджет	400 000 грн	500 000 грн	450 000 грн	1 350 000 грн
	інші джерела	-	-	-	-
13	Інша інформація щодо проекту (за потреби)	<i>Стратегія розвитку 2027, угода про імплементацію Україна-ЄС</i>			

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Білл Барнет, Дейв Еванс – «Дизайн-мислення. Спроектуй своє життя» – Видавництво «Наш формат», Харків, 2018. – 235с.
2. Джозеф Пайн II Б., Джеймс Х. Гилмор Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / Б. Джозеф Пайн II, Джеймс Х. Гилмор. – М.: ИД «Вильямс», 2005. – 304 с.
3. Ситуація з медіа-грамотністю в Європі – Звіт Європейської аудіовізуальної обсерваторії
4. ОПУБЛІКОВАНО, 12.02.2018 <<https://www.nrada.gov.ua/sytuatsiya-z-media-gramotnistyu-v-yevrope-zvit-yeuropejskoyi-audiovizualnoyi-observatoriyi/>>
5. Келлер К. Л. Стратегический бренд-менеджмент создание, оценка и управление марочным капиталом / – 2-е изд., пер. с англ. – М.: ИД «Вильямс», 2005. – 436 с.
6. Пекар В. Введение в экономику впечатлений / В. Пекар // Маркетинг и реклама. – 2008. – № 2. – С. 33–39
7. «Наука повсякденного мислення» – курс на Prometheus
8. <https://dubinsky.pro/news/deputat-gerega-vykupaet-krupnye-banki-zemel-i-stanovitsya-odnim-iz-krupneyshih-latifundistov>
9. <https://eba.com.ua/event/programa-rozvytku-z-dyzajn-myslennya-2019-07-11-11-08/>



Максим Запорожченко  
методист  
Миколаївський обласний інститут  
післядипломної педагогічної освіти

## МЕДІАКУЛЬТУРА ТА ЦИФРОВА БЕЗПЕКА УЧАСНИКІВ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ: РЕЗУЛЬТАТИ ОНЛАЙН-ОПИТУВАННЯ ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

*У статті висвітлено та проаналізовано результати онлайн-опитування педагогів Миколаївської області «Педагоги та діти в сучасному медіапросторі» щодо рівня медіакультури та цифрової безпеки учасників освітнього процесу, яке організували науково-методичні працівники Миколаївського ОІППО восени 2019 року в рамках реалізації всеукраїнського медіаосвітнього експерименту.*

**Ключові слова:** *медіакультура, цифрова безпека, кібербулінг, комп'ютерна залежність, медіавплив, медіаконтент, онлайн-середовище.*

Стрімкий розвиток світових медійних технологій, реформи в галузі освіти України, формування суспільства нової формації потребує якісно нових підходів до виховання дітей та процесу підвищення кваліфікації педагогів різних галузей. А це неможливо без висококваліфікованих працівників, здатних до мобільності, орієнтування в складному інфомедійному середовищі, таких, що вміють швидко приймати адекватні рішення та здатні до навчання протягом усього життя. Саме тому сьогодні перед Миколаївським ОІППО постають нові завдання, вирішення яких можливе лише за умови формування сучасного інформаційно-освітнього середовища та розуміння рівня медійної культури педагогів Миколаївщини, їх сприйняття сучасних викликів і загроз, розуміння важливості формування гармонійної, критично мислячої особистості.

Із серпня 2017 року Миколаївський ОІППО здійснює науково-методичний супровід всеукраїнського експерименту «Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику», в якому, станом на лютий 2020 року беруть участь 21 заклад освіти Миколаївської області [1; 6].

Ефективна реалізація експериментальної роботи неможлива без комплексного підходу до розуміння проблем сучасного інформаційного середовища України зокрема та світу загалом. Одним із найбільш важливих питань сьогодення, на нашу думку, є цифрова безпека громадян, а якщо торкатися специфіки роботи Миколаївського ОІППО – цифрова безпека та медіакультура учасників освітнього процесу Миколаївської області. Саме для чіткого розуміння проблемних питань цього напрямку в вересні–жовтні 2019 року серед освітян закладів дошкільної, загальної середньої, професійно-технічної, позашкільної освіти, інтернатних закладів освіти Миколаївської області проведено анонімне онлайн-опитування «Педагоги та діти в сучасному медіапросторі» (за допомогою засобів «Гугл»), у якому взяли участь 994 респонденти.

**Мета опитування:** отримання актуальних даних щодо розуміння педагогічними працівниками закладів освіти проблеми комп'ютерної та інтернет-залежності дітей, кібербулінгу, рівня власної медіакультури та цифрової безпеки.

**Завдання опитування:**

- дослідити рівень медіакультури педагогів Миколаївської області різних галузей;
- виявити проблемні питання, з яких педагогічна спільнота потребує консультування;
- дослідити основні загрози, що виявляють педагоги, котрі працюють із дітьми різних

вікових категорій, вибудувати ефективну модель співпраці учасників освітнього процесу задля подолання цих загроз.

Опитування складалося з 16 питань, які об'єднані тематичними блоками: «Комп'ютерна та Інтернет-залежність дітей», «Кібербулінг», «Цифрова безпека та медіакультура педагога».

Проблема впливу медіа на сучасну людину є чи не найбільш актуальною в Україні, де майже всі медіагрупи є приватними, а отже створюють той медіаконтент, який замовляє її власник [2, с. 47–50]. Контент, який продукується в соціальних мережах та всесвітній мережі Інтернет загалом здійснює на дитину більший вплив, ніж телебачення та друковані видання, про що зазначили 97,3 % учасників опитування (рис. 1).

### 1. Які з зазначених медіа, на Вашу думку, впливають на сучасну дитину найбільше?

994 відповіді

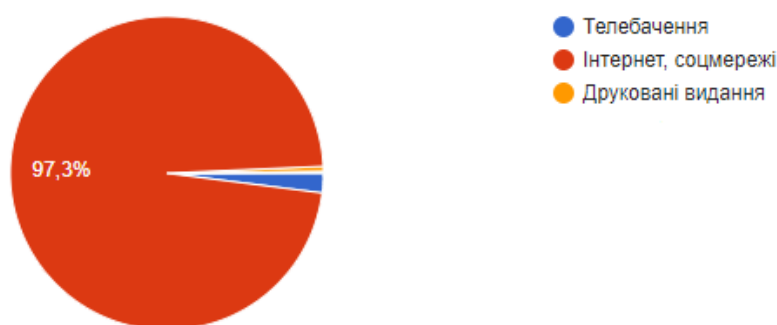


Рис. 1.

Надмірне споживання не завжди корисної та необхідної інформації може викликати в людини різноманітні психічні та фізіологічні проблеми, наприклад надмірної агресії, що надзвичайно яскраво проявляється в дітей підліткового віку, коли елементи сучасного медійного контенту можуть вчиняти на особу більший вплив, аніж батьки, друзі або вчителі [3]. Яскравим підтвердженням цього є відповіді респондентів на питання: «Чи помічали Ви прояви агресії в дитини, які викликані контентом будь-якого з медіаджерел?» (рис. 2). Більше половини (58,7 %) опитаних (а це 583 респонденти з 994) зазначили, що помічали прояви агресії в дитини, які викликані будь-яким із медійних джерел інформації, 24,4 % зазначили, що їм важко відповісти на це питання і лише 16,9 % опитаних не помічали проявів агресії в дітей. Відповіді педагогів на це запитання, перш за все, мають звернути увагу батьків на досить розповсюджену проблему дитячої агресії, а медіавиробників – на наповнення та якість контенту, який вони продукують.

### 2. Чи помічали Ви прояви агресії в дитини, які викликані контентом будь-якого з медіаджерел?

994 відповіді

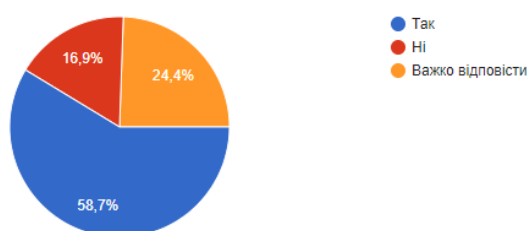


Рис. 2

Комп'ютерна залежність дітей – негативний психологічний наслідок надмірного й неконтрольованого захоплення людини комп'ютерною грою та Інтернетом. Полягає у нездатності подолати бажання постійно використовувати комп'ютер [4]. Сьогодні ж, в епоху розвитку смарт-технологій, у дітей різних вікових груп спостерігається залежність від менш габаритних смартфонів та планшетних комп'ютерів, які вже не поступаються своєю функціональністю, а відповідно й рівнем впливу звичайним стаціонарним комп'ютерам та ноутбукам. Важливим для нас було дослідити та виявити найбільш проблемну вікову групу та зрозуміти, коли саме необхідно починати виховувати візуальну та медійну грамотність у дітей.

Питання з опитування: «Чи стикалися Ви з таким явищем, як комп'ютерна залежність у дітей? Якщо так, то вкажіть вікову групу» (дозволялось обрати не більше 2 варіантів відповідей). 66, 6 % опитаних зазначили, що стикались із цим явищем у дітей середнього шкільного віку, 45, 3 % – у дітей старшого шкільного віку, 31, 3 % – у дітей молодшого шкільного віку, 14, 1 % – у дітей дошкільного віку, і лише 7, 8 % дітей не стикалися з цим явищем узагалі.

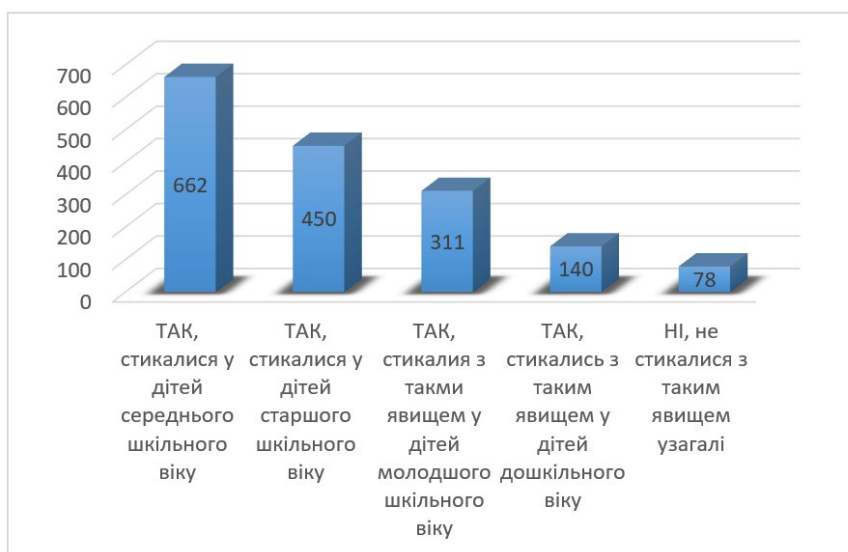


Рис. 3

Отже, можемо зробити висновок, що проблема комп'ютерної дітей актуальна для всіх вікових категорій і потребує уваги старших, починаючи із закладу дошкільної освіти. Лише спільними зусиллями вчителів, батьків та психологів можна вирішити це проблемне питання і саме для аналізу найрозповсюдженіших методів роботи вчителів із дітьми, у яких спостерігаються прояви комп'ютерної та інших видів інформаційної залежності ми запропонували таке запитання:

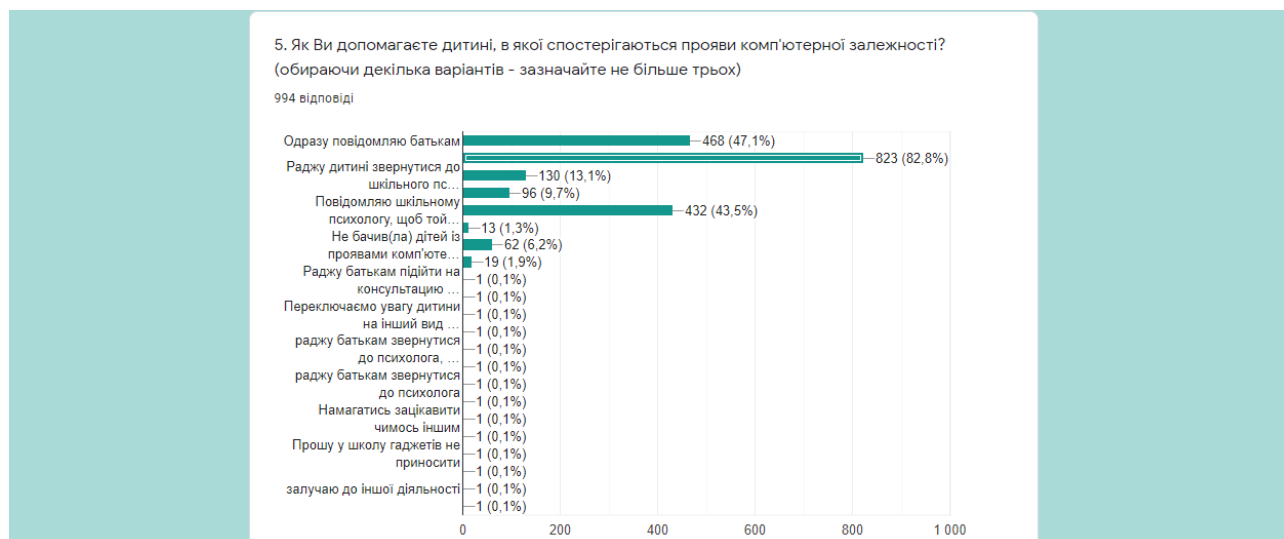


Рис. 4.

«Як Ви допомагаєте дитині, у якої спостерігаються прояви комп'ютерної залежності (допускається не більше трьох варіантів відповідей) (рис. 4).

82, 8 % опитаних зазначили, що проводять бесіди з дитиною (дітьми) про шкідливість комп'ютерної залежності, 47, 1 % – одразу повідомляють про проблему батькам, 43, 5 % – повідомляють шкільному психологу, щоб той звернув увагу на проблемну дитину (дітей), 13, 1 % – радять дитині звернутися до шкільного психолога, 9, 7 % – повідомляють про проблему адміністрації школи. На наше переконання, одним із дієвих методів роботи задля подолання негативних наслідків комп'ютерної та Інтернет-залежності дітей є залучення їх до творчості, у тому числі й до медійної. Створення власних і спільних освітніх медіапродуктів сприятиме розвитку комунікативності, медіаторчості та компетентностей медіаосвітнього напрямку (візуальна грамотність, критичне мислення, цифрова безпека тощо), зменшенню часу споживання медіаконтенту в просторі комп'ютерних, онлайн-ігор та соціальних мереж, бо окрім освітнього, саме цей контент, на думку опитаних, діти найбільше споживають в Інтернеті (рис. 5)



Рис. 5.

Питання з опитування: «На Вашу думку, який саме контент, окрім освітнього, споживає дитина, знаходячись в Інтернеті? (не більше трьох варіантів відповідей)». Цікавим також є те, що 34, 7 % опитаних зазначили, що таким контентом також можуть бути фільми або мультфільми, у яких, можливо є вікові обмеження, що свідчить про достатньо високий рівень обізнаності педагогів щодо інтересів їх учнів та вихованців. І лише 217 респондентів

(21, 8 %) зазначили, що окрім освітнього контенту, знаходячись у мережі, діти переглядають художні та документальні фільми.

Однією з найбільш розповсюджених проблем у взаємодії та спілкуванні сучасних підлітків є кібербулінг. Саме для того, щоб дослідити основні фактори, через які стало можливим це явище, ми запропонували педагогам відповісти на наступний блок питань – «Кібербулінг».

Надзвичайно показовим є те, що 93, 3 % опитаних, знають, що окрім звичайного булінгу (агресія та цькування дитини) існує ще й кібербулінг (агресія проти дитини в Інтернет-просторі, соціальних мережах та через мобільний телефон/смартфон) (рис. 6) [5].

Такий результат викликаний, по-перше, загостренням проблеми кібербулінгу за останні 7–10 років, по-друге, інформаційною кампанією з протидії кібербулінгу, розширенням аудито-

рії соціальних мереж до більш старшого покоління вчителів, які, можливо, стикнулися з цим явищем і на власному досвіді, перебуваючи в мережі.

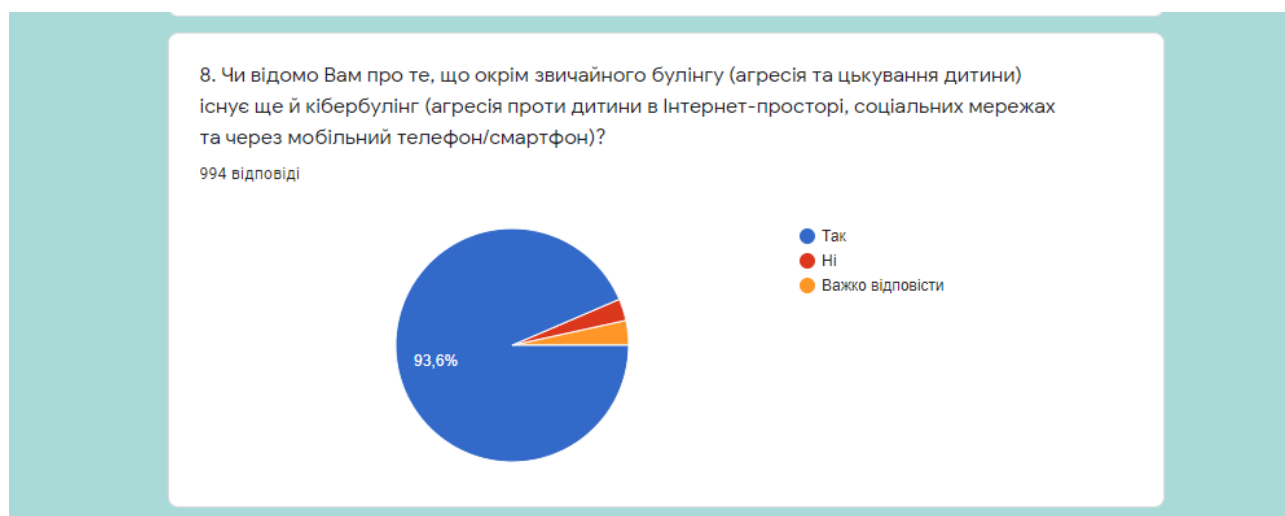


Рис. 6.

Чому ж сучасні діти все частіше стають жертвами кібербулінгу? Як зазначили 614 респондентів (61, 8 %) це викликано невмінням дитини протистояти агресії, 543 (54, 6 %) – агресією з боку однолітків, 492 (49, 5 %) – впливом суспільства та/або медіа, 456 (45, 9 %) – неправильними підходами до виховання в родині, 258 (26 %) – агресією в родині. У даному питанні допускалося не більше трьох варіантів відповідей (рис. 7).

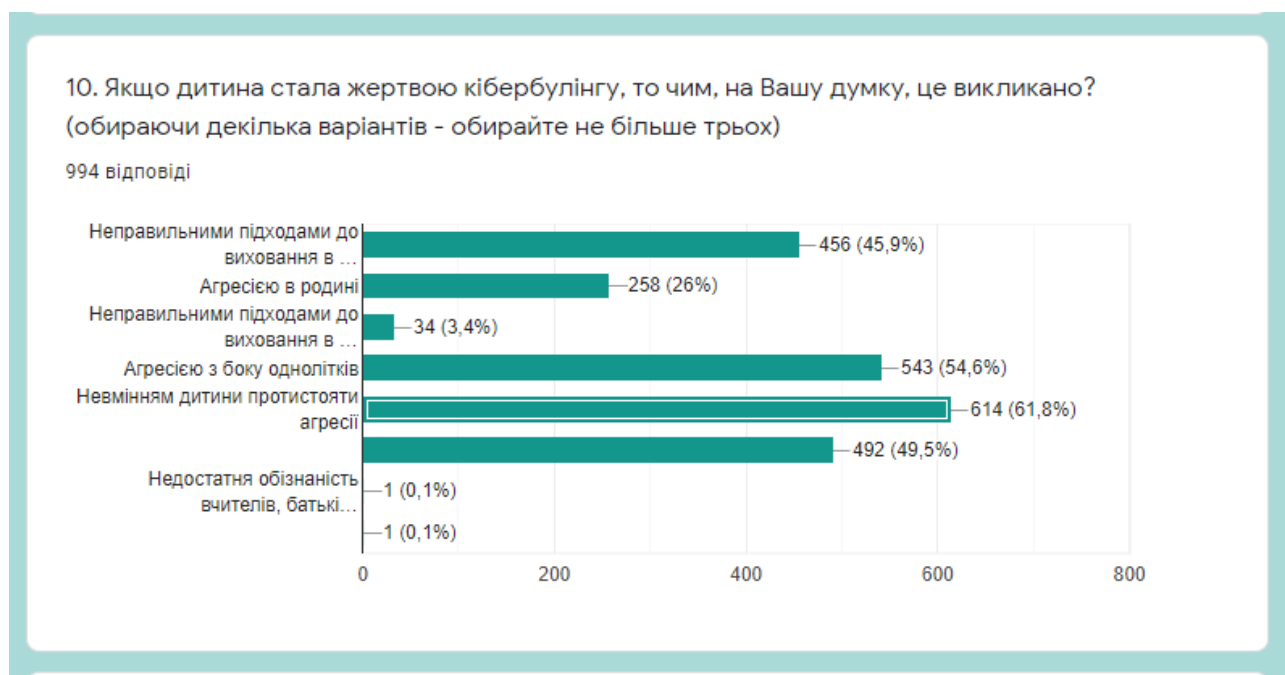


Рис. 7.

Досліджуючи цю проблему, нам хотілося також дізнатися й про причини (на думку вчителів) агресивної поведінки дітей по відношенню своїх ровесників. Для цього ми запитали в педагогів «Якщо дитина агресор, то чим, на Вашу думку це викликано» (допускалося декілька варіантів відповідей) (рис. 8). Цікавим є те, що частково відповіді на це запитання збіглися з відповідями на попереднє, тобто, що у випадку жертви, що у випадку агресора, причини кібербулінгу схожі.





Рис. 8.

65, 7 % опитаних зазначили, що агресивна поведінка дитини викликана бажанням виділитися серед однолітків, 65, 1 % – агресією в родині, 53, 9 % – неправильними підходами до виховання в родині, 44, 2 % – агресією з боку однолітків, 32, 5 % – впливом суспільства та/або медіа.

Які ж методи боротьби із кібербулінгом, запропонованих нами, є найдієвішими, на думку педагогів Миколаївської області (рис. 9)?

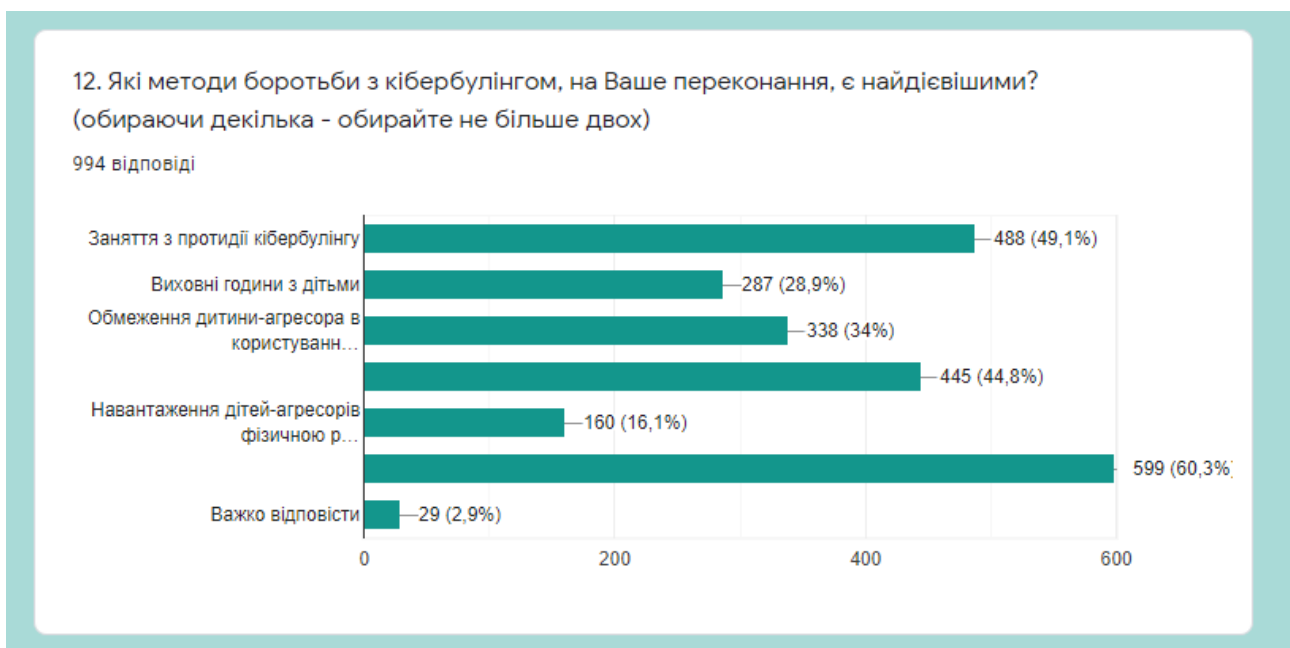


Рис. 9.

599 (60, 3 %) респондентів зазначили, що ефективним методом протидії кібербулінгу є робота психолога з дітьми та батьками, 488 (49, 1 %) – заняття з протидії кібербулінгу, 445 (44, 8 %) – бесіди з батьками дітей, які стали жертвами кібербулінгу або агресорами, 338 (34 %) – обмеження дитини-агресора в користуванні соцмережами/Інтернетом, 287 (28, 9 %) – виховні години з дітьми, 160 (16, 1 %) – навантаження дітей-агресорів фізичною роботою в класі. Усі методи, окрім фізичного навантаження дітей та обмеження в користуванні соцмережами, є дієвими, якщо їх застосовувати в комплексі та спільними зусиллями педагогів та батьків. Чому ж інші два методи не будуть дієвими?

По-перше, навантаження дітей будь-якою фізичною роботою в класі як обмежувальний захід не передбачено документами, що регулюють освітній процес, та, на нашу думку, є недопустимим. По-друге, штучне обмеження у користуванні соціальними мережами та Інтернетом не призведе до бажаного ефекту, оскільки кібербулінг – це, перш за все, психологічне явище, яке потребує відповідних психологічних методів протидії та профілактики.

Ефективна координація медіаексперименту та науково-методична робота в цьому напрямі неможлива без чіткого розуміння рівня медіакультури та цифрової обізнаності педагогів області. Тому пропонуємо до уваги блок питань «Цифрова безпека та медіакультура», у якому ми намагалися зрозуміти, брак яких знань з цифрової безпеки необхідно компенсувати в рамках курсів підвищення кваліфікації в Миколаївському ОІППО (рис.: 10, 11, 12, 13).

13. Не використовуючи можливостей пошукових систем, вкажіть чи відомо Вам, що включає в себе поняття "медіагігієна"?

994 відповіді

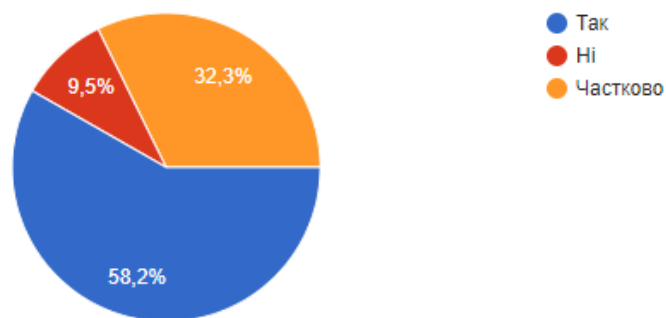


Рис. 10.

14. Не використовуючи можливостей пошукових систем, чи відомо Вам, що включає в себе поняття "цифровий слід людини"?

994 відповіді

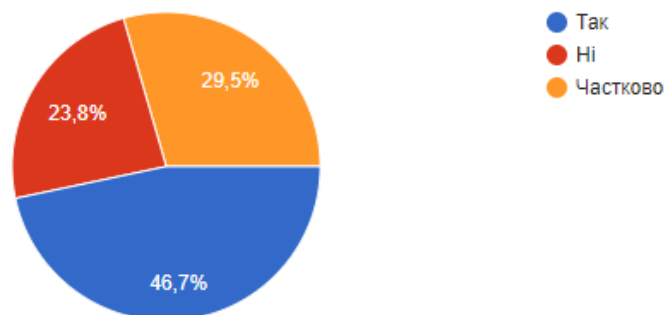


Рис. 11

15. Не використовуючи можливостей пошукових систем, чи відомо Вам, що включає в себе поняття "фішинг"?

994 відповіді

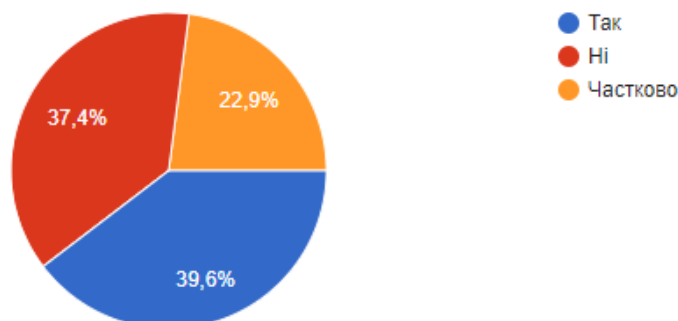


Рис. 12

16. Чи дбаєте Ви про конфіденційність власних даних у мережі та поза нею?

994 відповіді

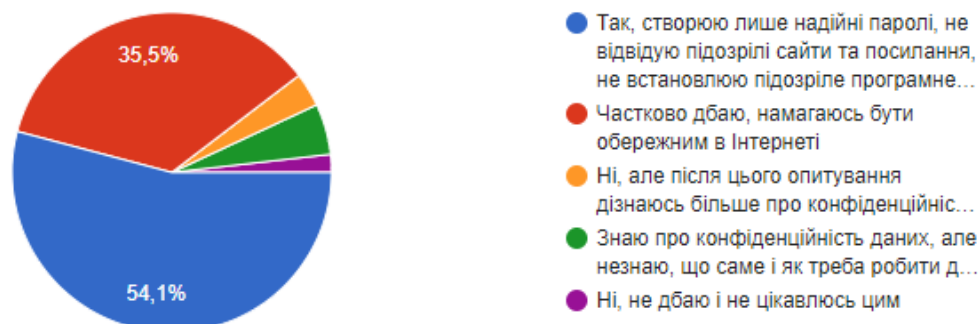


Рис. 13

Виходячи з результатів опитування блоку «Цифрова безпека та медіакультура» робимо висновок, що загальний рівень медійної культури опитаних педагогічних працівників Миколаївської області є посереднім, бо лише трохи більше половини (58, 2 %) знають, що включає в себе поняття «медіагігієна», 54, 1 % повністю дбають про конфіденційність власних персональних даних, лише 46, 7 % опитаних знають, що включає в собі поняття «цифровий слід людини», 39, 8 % – що включає в собі поняття «фішинг».

Отже, провівши опитування «Педагоги та діти в сучасному медіапросторі» серед педагогічних працівників Миколаївщини та проаналізувавши його результати, нам вдалося дослідити рівень медіакультури педагогів Миколаївської області різних галузей, виявити проблемні питання, з яких педагогічна спільнота потребує консультування, дослідити основні загрози, які виявляють педагоги, працюючи з дітьми різних вікових категорій та отримати ак-

туальні дані щодо розуміння педагогічними працівниками закладів освіти проблеми комп'ютерної та Інтернет-залежності дітей, кібербулінгу, впливу сучасних медіа, власної цифрової безпеки. Дані, які ми отримали, допоможуть науково-педагогічним працівникам Миколаївського ОШПО вдосконалити зміст курсів підвищення кваліфікації:

- збільшити обсяг елементів медіаграмотності в предметах викладання;
- розробити та вдосконалити методики інтеграції інфомедійної грамотності в освітній процес.

Також вважаємо необхідним організацію та проведення зустрічей із вчительською та батьківською громадськістю з висвітленням актуальних проблем, пов'язаних із перебуванням суб'єктів освітнього процесу в світі медіа, та його впливом на свідомість. Одним із таких заходів стала зустріч із вчительською та батьківською громадськістю «Дитина в сучасному медіа-просторі», детальніше про захід за посиланням: <http://bit.ly/3bQMSY7>.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Наказ МОН України №1199 від 18 серпня 2017 року «Про проведення всеукраїнського експерименту за темою «Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику» на базі навчальних закладів України»;
2. Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів / За загал. ред. В. Ф. Іванова. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси,
3. 2019. – 100 с.
4. Купко Н. Проблеми впливу засобів масової інформації на дітей і підлітків [Електронний ресурс] / Наталія Купко // Дитячий лікар. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <http://bit.ly/3bRCe3x>
5. Фещенко Н. Комп'ютерна залежність [Електронний ресурс] / Наталія Фещенко // Енциклопедія сучасної України. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <http://bit.ly/2SQewMe>.
6. Куценко С. Діти онлайн: як уберегти від кібербулінгу [Електронний ресурс] / Станіслав Куценко // Укрінформ. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://bit.ly/2VcgwkE>.
7. Постанова Президії НАПН України № 1-2/7-172 від 20 червня 2019 року «Про розширення бази проведення дослідно-експериментальної роботи за темою «Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику».

*The article highlights and analyzes the results of an online survey of teachers of the Mykolaiv region «Teachers and children in the modern media space» regarding the level of media culture and digital security of the participants of the educational process organized by the Mykolaiv In-Service Teachers Training Institute scientific and methodological staff in the fall of 2019.*

**Keywords:** *media culture, digital security, cyber cruelty, computer addiction, media impact, media content, online environment.*

**Тетяна Ковбасюк**

завідувач, доцент кафедри педагогіки, психології та корекційної освіти  
Рівненський обласний інститут  
післядипломної педагогічної освіти

**Лариса Паніна**

доцент кафедри суспільно-гуманітарної освіти  
Рівненський обласний інститут  
післядипломної педагогічної освіти

## **ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ОСВІТНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЦИФРОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПЕДАГОГА НУШ**

*У статті розкрито значення інформаційно-комунікаційних технологій для організації спільної діяльності вчителя та учнів. Охарактеризовано можливості використання сучасних освітніх інструментів для підвищення рівня цифрової компетентності педагога Нової української школи.*

**Ключові слова:** *інформаційно-комунікаційні технології, цифрова компетентність, освітні та цифрові технології, інструменти, онлайн-інструменти, онлайн-сервіс, веб-сервіс.*

**Постановка проблеми.** Сучасні інформаційно-комунікаційні технології поступово й докорінно змінюють світ навколо нас. Переваги їх упровадження відчуються практично у кожній сфері діяльності. Швидкоплинність розвитку новітніх засобів виробництва вимагає від фахівців постійного удосконалення і навчання. Тому сучасній людині вже недостатньо мати певну суму знань, а необхідно сформувати ряд життєвих компетентностей, які забезпечать успіх у професійній діяльності та самореалізації у житті.

Велика швидкість зростання потоків нової інформації, оновлення технологій її обробки та зберігання, зумовило розвиток нових технологій навчання, запровадження сучасних освітніх інструментів, що впливають на ефективність процесу навчання.

Нинішній стан розвитку освіти визначає інформаційно-комунікаційні технології як незамінні для організації спільної діяльності вчителів і учнів, адже завдяки їх використанню вдається розв'язати велику кількість дидактичних завдань. Інформаційно-комунікаційні технології є інструментом розвитку інтелектуальних здібностей, формування цифрової грамотності, потенціалу і готовності учнів до розв'язання на творчій основі комунікативних і комунікаційних завдань, які постають перед ними сьогодні та очікують у майбутньому в професійній діяльності. Отож, педагогу Нової української школи вже недостатньо просто користуватися комп'ютерною технікою, інтернетом, проходити навчання з використанням інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ). Тепер він зобов'язаний постійно розвивати та удосконалювати інформаційно-комунікаційну компетентність через запровадження цифрових інструментів освітньої діяльності; сприяти набуттю учнями навичок критичного сприйняття інформації, вчити виявляти недостовірну інформацію, відрізняти факти від суджень, захищатися від небезпек інформаційного тиску, користуватися можливостями медіа, тобто здійснювати системну роботу з упровадження медіа грамотності.

Метою реформування загальної середньої освіти є нова висока якість освіти. Так, у Концепції «Нова українська школа» зазначається, що «наскрізне застосування інформаційно-комунікаційних технологій в освітньому процесі та управлінні закладами освіти і



системою освіти має стати інструментом забезпечення успіху нової української школи», а «запровадження ІКТ в освітній галузі має перейти від одноразових проєктів у системний процес, який охоплює всі види діяльності» [2]. Це розширює можливості педагога, сприяє доступності інформації в різних її формах, не тільки в текстовій, а і в звуковій, візуальній, і потребує від нього постійного пошуку та вибору цікавого контенту, застосування нових технологічних інструментів та інформаційних ресурсів, що в сукупності підвищує його інформаційно-цифрову компетентність.

Педагог Нової української школи повинен володіти інформаційно-цифровою компетентністю, а це передбачає

- впевнене та водночас критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією на роботі, в публічному просторі та приватному спілкуванні;

- інформаційну й медіа-грамотність, основи програмування, алгоритмічне мислення, роботу з базами даних, навички безпеки в інтернеті та кібербезпеці;

- розуміння етики роботи з інформацією (авторське право, інтелектуальна власність тощо) [2].

Цифрова компетентність педагога розглядається як здатність уміти використовувати цифрові, медіа та інформаційно-комунікаційні технології; розуміти і критично оцінювати різні аспекти цифрових медіа і медіа контенту, а також уміти ефективно комунікувати у різноманітних контекстах.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням розвитку цифрової компетентності педагогів присвячені роботи вітчизняних дослідників В. Бикова, А. Гуржія, М. Жалдака, Н. Морзе, О. Овчарук, С. Семерікова, Н. Сороко, О. Спіріна та інших. Основний акцент цих досліджень спрямований на виокремлення інструментів, процедур, принципів і критеріїв оцінювання цифрової компетентності суб'єктів освітнього процесу закладу загальної середньої освіти (ЗЗСО) [3]. Також учені вивчали можливості використання мережі інтернет для підготовки та проведення уроків, пошуку у мережі та спілкування у ній, зокрема Н. Вовковінська, Л. Калиндрузь, О. Войченко, А. Солопов; створення веб-сайтів – В. Базурін, І. Закомірний; використання мультимедіа – О. Данилова, В. Монако.

Варто зауважити, що багато вчених у своїх роботах відмічають про недостатній рівень цифрових компетентностей педагогів – Д. Галкін, Б. Гірш, Г. Крибер, Р. Мартін, Л. Манович, О. Овчарук, О. Спірін та інші. Зазначений недолік проявляється як в процесі підготовки до професійної діяльності (наприклад, розроблення навчально-методичних матеріалів), так і в процесі самоосвіти, а також у готовності використовувати електронні освітні ресурси (ЕОР) безпосередньо в освітньому процесі. Причинами зазначеного можна виокремити:

- по-перше, відсутність мотивації, досвіду, вмінь і навичок фахово спрямованого застосування ЕОР;

- по-друге, відсутність відповідного рівня цифрової готовності як складника професійної компетентності;

- по-третє, рівень обізнаності та володіння педагогами цифровими компетенціями не відповідає реальним потребам і вимогам освітнього процесу – він потребує постійного підвищення.

Ураховуючи невідворотність подальшої «цифровізації» як глобального та національного явища, реформування загальної середньої освіти має відбуватись відповідно і з урахуванням потреб розвитку цифрової економіки, цифрового громадянства, інноваційного та креативного підприємництва, наукових можливостей, нових потреб та викликів України. Використання «цифрових» технологій має носити кросплатформовий (наскрізний) характер, тобто використовуватися не лише на уроці інформатики в окремому класі інформатики, як зазвичай, а при навчанні інших предметів, взаємодії учнів один з одним та з учителями, при здійсненні досліджень, в індивідуальному навчанні тощо [4].

**Мета статті** – проаналізувати можливості впровадження та обґрунтувати ефективність використання сучасних освітніх інструментів для підвищення рівня цифрової компетентності педагога НУШ.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Впровадження цифрових технологій в освітній процес є однією з найбільш важливих тенденцій розвитку освіти. Вони сприяють його інтенсифікації, збільшують швидкість та якість сприйняття, розуміння та засвоєння знань учнями. Процес навчання стає більш мобільним, диференційованим та індивідуальним. Так, використання на уроках дослідницько-пошукової роботи, методу проєктів, розвивальних навчальних ігор із застосуванням цифрових технологій, сприяє кращому засвоєнню інформації, бажанню вчитися, створенню нових освітніх продуктів. При цьому технології не замінюють вчителя, а доповнюють його. Таким урокам властиві адаптивність, керованість, інтерактивність, поєднання індивідуальної та групової роботи, часова необмеженість навчання.

Цифрові технології створюють учителю нові можливості, дозволяючи разом із учнем отримувати задоволення від захоплюючого процесу спілкування та пізнання. Вони сприяють автоматизації більшої частини роботи педагога, вивільняючи людський ресурс на пошук, спілкування, індивідуальну роботу з учнями, уможливають отримання моментального зворотнього зв'язку, покращують ефективність управління освітнім процесом та освітою в цілому [4, 23-24].

Сьогодні інформаційні-комунікаційні технології (ІКТ) увібрали в себе елементи різних методик – особистісно-зорієнтованого, проєктного, розвивального навчання – і є тим способом передачі знань, який відповідає якісно інноваційному змісту навчання й розвитку учня, створюють комфортні умови для самовизначення особистості в інформаційному суспільстві.

Важливою складовою ефективного використання сучасних освітніх технологій для організації співпраці на уроці є вміння підбирати відповідні інструменти та створювати контент. Вчитель повинен вибрати програмне забезпечення, яке відповідає потребам освітнього процесу. Пропонуємо критерії, які можна використовувати для визначення найкращого сервісу:

1. Наявність декількох функцій в інструмента, що дозволяє учням, при командній роботі, використовувати його різними способами.
2. Зрозуміла сукупність засобів і правил, що забезпечують взаємодію комп'ютерних програм (або пристроїв), проста навігація.
3. Параметри конфіденційності. Співпраця з командами не означає загальнодоступність всіх розмов і файлів. Іноді потрібно, щоб учасники команди мали приватні розмови або працювали над міні-проєктами.

Наведемо приклади застосування окремих онлайн інструментів для організації освітнього процесу. Для здійснення комунікації з групою, командою, класом учнів допоможе програма Skype. Вчитель може використовувати її на уроках та надавати навчальну інформацію більш широкому колу учнів, маючи приєднаний комп'ютер до мережі інтернет, щоб учні, які відсутні на уроці, могли за допомогою Skype навчатися дистанційно, в режимі реального часу. У Skype можна встановити модуль WhiteBoardMeeting, який дозволить працювати з віртуальною дошкою. Вона нагадує графічний редактор, який дозволяє працювати одночасно кільком користувачам над одним і тим же малюнком. На ній можна редагувати, вставляти на зображення текст, створювати малюнки, задавати товщину ліній, друкувати малюнок тощо. На віртуальній дошці, для зручності користувача, відкривається окрема вкладка, коли створюємо декілька малюнків одночасно. Додаток дає змогу обирати зі свого списку контактів користувачів, які матимуть доступ до цього документа. Малювання у вікні WhiteBoardMeeting відбувається в режимі реального часу. Користувачі бачать стан поточної роботи один одного [1].

Онлайн інструмент Trello – це теж віртуальна дошка, яка є хорошим помічником для вчителя у роботі над спільними онлайн-проєктами разом із учнями. Вчитель має можливість розподілити завдання за типами, а учні, у ході роботи, бачать її результати (що зробили, що потрібно доробити). Так, школярі вчаться ефективно організовувати свою роботу у віртуальному режимі, розуміють суть командної роботи. Це корисний візуальний інструмент у роботі педагога.

Онлайн інструмент Padlet – призначений для створення та наповнення контентом віртуальної дошки (простору) з можливістю спільного редагування. Є різні способи використання

дошок Padlet, зокрема, як майданчик для організації групової роботи учнів під час проведення «мозкового штурму», узагальнення й систематизації знань, рефлексії; для розміщення навчальної інформації або завдань для її пошуку; як місце розміщення ідей для проектів та їх обговорення; як інструмент для організації спільної діяльності учнів під час заняття та поза ним. Використання даного онлайн інструменту дозволяє бачити учням і вчителю результати роботи всіх груп, одразу їх аналізувати і дійти згоди зі спірних питань у режимі онлайн.

Сьогодні для організації спільної діяльності вчителя та учнів в освітньому процесі користуються різноманітними web-сервісами.

– Powtoon.com (<https://www.powtoon.com>), SparkolVideoScribe (<https://www.sparkol.com/>)

– web-сервіси для створення анімаційних роликів, інтерактивної інфографіки, презентацій та відеоскрайбінгу. Готове відео можна опублікувати на YouTube або Vimeo, а також завантажити в вигляді форматів Ppt, Pdf або вбудувати на свій сайт/блог за допомогою HTML-коду. За допомогою скрайбінгу можна швидко привернути увагу слухачів, забезпечити їх додатковою інформацією та виокремити головні моменти доповіді [5].

– Wordart.com (<https://wordart.com/>), Word itout (<https://worditout.com>) – web-сервіси для візуалізації, створення хмари слів. За допомогою хмар слів можна візуалізувати термінологію з певної теми у більш наочний спосіб. Це сприяє швидкому запам'ятовуванню інформації.

– PearDeck (<https://www.peardeck.com>), Nearpod (<https://nearpod.com>) – це web-платформи які дозволяють учителям створювати інтерактивні презентації до своїх занять і ділитися ними з учнями прямо під час уроку.

– Canva (<https://www.canva.com/>) – сервіс для графічного дизайну. Графічний редактор дає доступ до вбудованої бібліотеки шаблонів, фотографій, ілюстрацій і шрифтів. Сервісом можуть користуватися як необізнані користувачі, так і професіонали дизайну. На платформі можна створювати як зображення для публікації в інтернеті, так і макети для поліграфічної продукції.

– Kahoot (<https://kahoot.com>), Plickers (<https://get.plickers.com>), Cosrative (<https://www.socrative.com>), ClassMarker (<https://www.classmarker.com/>) – web-сервіси, що дозволяють створювати інтерактивні навчальні ігри, зокрема вікторини, обговорення, опитування. Такий вид роботи сприяє формуванню пізнавального інтересу учнів, результати автоматично оцінюються і відображаються в режимі реального часу.

Досить популярним сьогодні є онлайн сервіс Kahoot. Він дає змогу створювати різні інтерактивні ігри, що складаються з низки запитань із кількома варіантами відповідей. Його можна використовувати не тільки у роботі з учнями, для перевірки їх знань, але й у роботі з педагогами, для різних форм наукової, науково-методичної та організаційної роботи. Участь в таких іграх сприяє налагодженню спілкування та співпраці у колективі, підвищує рівень обізнаності педагогів в інформаційно-комунікаційних технологіях, стимулює критичне мислення.

Застосування вище перелічених web-сервісів у практичній діяльності педагогічного працівника надає можливість інтенсифікувати процес навчання, підвищити рівень професійної підготовки вчителя, сприяє розвитку наскрізних умінь учнів.

**Висновки.** В умовах реформування загальної середньої освіти, переходу до Нової української школи, ключова роль належить учителю, якому довірено розвиток учнів, розкриття їхнього потенціалу та формування успішної людини. Впровадження цифрових технологій в освіті – це не лише використання нових онлайн інструментів, це створення середовища існування, яке відкриває нові можливості для навчання в будь який час, як для педагогів, так і для учнів, це безперервна освіта, проектування індивідуальних освітніх маршрутів, розробка та поширення власних освітніх продуктів. Тому, є необхідність у розвитку та удосконаленні рівня володіння цифровою компетентністю педагога, сформованість якої дозволяє йому використовувати електронні освітні ресурси, онлайн інструменти з метою пошуку, логічного відбору, систематизації, використання навчального матеріалу та організації результативного освітнього процесу.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гладун М. А. Сучасні онлайн інструменти інтерактивного навчання як технологія співробітництва / М. А. Гладун, М. А. Сабліна. – URL: <file:///C:/Users/admin/Desktop/%D0%A1%D0%A2%D0%90%D0%A2%D0%AF%20IREX%2025.02.20/%D0%93%D0%BB%D0%B0%D0%B4%D1%83%D0%BD%20%D0%9E%D0%BD-%D0%BB%D0%B0%D0%B9%D0%BD%20%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8.pdf>
2. Нова українська школа. Концепція. – URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf>
3. Овчарук О. В. Загальні підходи до проблеми оцінювання інформаційно-комунікаційних компетентностей в системі освіти впродовж життя / О. В. Овчарук, Н. В. Сороко // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія № 2. Комп'ютерно-орієнтовані системи навчання: Зб. наук. праць / Педрада. – К.: НПУ імені М.П. Драгоманова, 2015. – № 16 (23). – С. 145 – 148.
4. Проект Цифрова адженда України – 2020 («Цифровий порядок денний» – 2020) Концептуальні засади (версія 1.0). Грудень, 2016. – URL: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.
5. Скрайбінг – новітня техніка презентації. – URL: <https://osvita.ua/school/scribing/51803/>.

*The article deals with the importance of information and communication technologies for the organization of common activity of teachers and students. Possibilities of using modern educational tools for increasing the level of the digital competence of the New Ukrainian School's teacher are characterized.*

**Keywords:** *information and communication technologies, digital competence, educational and digital technologies, tools, online tools, online service, web service.*

**VIII. МЕДІАГРАМОТНІСТЬ  
І КОРИСТУВАЧ.  
МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В  
ПОЖИТТЄВІЙ ОСВІТІ**



**Віктор Голобородько**

директор ТОВ «Інформаційне агентство

«Новий громадянин»

керівник громадської організації «Сучасні

громадські ініціативи»

## **ПРОБЛЕМА ВИМІРЮВАННЯ НАСЛІДКІВ ПОШИРЕННЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ**

*Вимірювання наслідків дезінформаційних кампаній показує рівень їх впливу на економіку і соціальне, політичне життя країни. Досвід таких вимірювань вказує на масштаби таких впливів у матеріальній і нематеріальній площині. Ці показники можуть слугувати вагомим аргументом для активізації громадянської позиції серед тих громадян, хто не вбачає загроз внаслідок інформаційних атак та дезінформаційних кампаній, направлених проти України.*

**Ключові слова:** дезінформація, вимірювання, оцінка, збитки, моделювання, критерії.

Дезінформація долає межі підрозділів пропаганди та контрпропаганди. Частина цього інформаційного «вірусу» дезінформування, зачіпає державні інститути, економічні галузі і суспільство в цілому, впливає безпосередньо на місцеві громади, конкретних споживачів дезінформації, створюючи індивідуальні території ворожнечі. Токсичний світ пропаганди та дезінформації, спричиняє негативні наслідки, які народженні порушенням нормального обігу інформації – її отримання, осмислення та ухвалення на цьому ґрунті справедливих, обґрунтованих та виважених рішень. Оцінка таких дій, їх вимірювання – на часі, оскільки ці дії мають не тільки моральний, етичний вимір, але й конкретні економічні збитки, втрати у вигодах держави і конкретного громадянина.

Щоб розібратися у тому, які наслідки має дезінформація, варто зупинитися хоча б побіжно на визначенні того, що є дезінформацією. У відповідності до саморегулівного Кодексу практики Європейського Союзу щодо протидії дезінформації, її визнають очевидно неправдивою або такою, яка вводить в оману, інформацією, яка має дві характерні ознаки. По-перше, вона має бути створена, представлена і поширена з метою економічної вигоди або умисного введення в оману громадськості. Друга ознака – дезінформація може заподіяти шкоду суспільству через загрозу демократичним політичним процесам і процесам вироблення політики, а також таким суспільним благам, як захист здоров'я громадян, довкілля і безпека [3, с. 1]. Схоже визначення міститься у проектних змінах до українського законодавства щодо поширення дезінформації, хоча запропоноване тлумачення має спірні позиції і критикується медіа-спільнотою України [5, с. 1].

Цікавою є спроба визначити поняття дезінформації експертами Національного інституту стратегічних досліджень через її ключову ознаку – умисність поширення [7, с. 168-169].

Обґрунтовано і найбільш точно, на нашу думку, поняття «дезінформації» окреслено у спільній заяві європейських інформаційних агентств [2, с. 1]. Дезінформація, на думку представників інформативних агентств, включає «всі форми неправдивої, неточної чи недостовірної інформації, створеної, поданої і розповсюдженої з метою цілеспрямованого нанесення шкоди чи здобуття вигоди».

Отже, дезінформація має суттєві відмінності від інших видів викривлення інформаційного простору за допомогою цілеспрямованих маніпуляцій із метою отримання вигоди. Питанню вирізнення та протидії дезінформації присвячено багато розгорнутих публікацій як у Європі та США, де цими проблемами опікуються ще з початку ХХ століття і особливо ак-

тивно з початку 90-их років минулого століття. Однак проблема економічних та суспільних наслідків дезінформації почала цікавити дослідників лише декілька років тому. Вперше оцінку фейковим новинам та дезінформаційним кампаніям у грошовому еквіваленті спробував зробити дослідник Роберто Кавазос. За його підрахунками, один рік дезінформаційних кампаній призвів до прямих збитків економіки у розмірі, еквівалентному 70 мільярдам доларів. Ці збитки стосуються майже всіх сторін життя сучасного суспільства. Найбільше втратили від цього токсичного прояву інформаційного простору фондові ринки, фінансові інституції – майже 40 мільярдів доларів. Таким чином мова йде про більше 50% облікованих втрат [8, с. 13].

Чи можна оцінити за схожою схемою шкоду, яку заподіює дезінформація, спрямована проти України? Пошук відповіді вказує на те, що у площині оцінки дезінформації та протидії їй, успішно діє чимало провідних громадських організацій та проектів, які ефективно розрізняють фейки та дезінформацію, пропагують медіаграмотність, працюють у напрямку навчання педагогів і спеціалістів непедагогічних напрямків, лідерів громадського сектору, щодо медіаграмотності. Проте питання оцінки наслідків дезінформації спрямованої проти України, окремо не розглядається, імовірно тому, що це не є основним напрямком діяльності згаданих антифейкових та антидезінформаційних громадських об'єднань і проектів.

На нашу думку, вирішення цієї проблеми полягає не у діяльності громадського сектору, який взяв на себе проблему швидкої протидії фейк-новинам та завдання утримання першої лінії інформаційної оборони. Ефективним суб'єктом діяльності у оцінці наслідків дезінформації, спрямованої проти країни, має бути державна інституція. Системна робота спеціалізованих державних установ та закладів з розв'язання цієї проблеми, мала б наслідком справедливу, якісну оцінку збитків від дезінформаційних атак. Разом з тим, Доктрина інформаційної безпеки України не містить положень щодо необхідності дослідження економічних, політичних, соціальних наслідків дезінформаційної політики сусідніх держав чи внутрішніх викликів щодо таких повідомлень [6, с. 1].

Комплексна чи точкова оцінка наслідків дезінформації для українського суспільства та держави вцілому, поки що, на нашу думку не запропонована. Проте наявність такої інформації дала б можливість збалансувати економічні показники країни, співвідносячи їх з поточними статистичними даними. Таким чином можна вирішити проблему обчислення конкретних показників щодо наслідків впливу дезінформації на економічну спроможність країни. Це дасть змогу об'єктивно оцінити те, які втрати має економіка держави і бюджети домогосподарств громадян України, внаслідок дезінформаційних кампаній.

Цікавим прикладом оцінки збитків, які завдані внаслідок дій країни-агресора були запропоновані прокуратурою Автономної Республіки Крим. За підрахунками експертів, внаслідок окупації півострова Крим, розмір збитків завданих Україні, складає 1 трильйон 80 млрд 352 млн грн. Не дивлячись на те, що згадана оцінка не стосується виключно дезінформаційної кампанії, вона має причинно-наслідковий зв'язок із окупаційними діями, які супроводжувались активними і тривалими дезінформаційними та пропагандистськими діями агресора [1, с. 1].

Оцінити наслідки дезінформації в Україні можна за допомогою багатьох критеріїв використовуючи вже відпрацьовану модель дослідження Роберта Кавазоса. Створюючи українську модель такої оцінки, що є без сумніву завданням кваліфікованих експертів або експертних груп, варто враховувати як економічні показники у вигляді збитків, так і наслідки, пов'язані із нематеріальними наслідками дезінформаційного впливу. Розмір збитків має вимірюватись у грошовому еквіваленті, оскільки це є економічною категорією. До складу таких збитків має бути враховано збитки від незаконного відчуження майна, збитки від використання на користь нових псевдовласників майна та ресурсів (як державних так і приватних), отримання потенційних та реальних вигод від їх використання.

Критерієм оцінки наслідків має слугувати і тиск на громадянське суспільство за допомогою дезінформації. Це може відбуватись, наприклад як різниця між поточними витратами для забезпечення протидії інформаційним кампаніям країни-агресора та тими ресурсами, які могли б бути витрачені без додаткових витрат для здійснення функцій держави – організації

проведення виборів, захист у напрямку кібербезпеки, виконання соціальних завдань, забезпечення внутрішньо-переміщених осіб, тощо. Виокремлення впливу агресивних інформаційних дій за межами країни та всередині неї, є досить складним процесом, оскільки ініціатори дезінформаційних кампаній чи фейк-сплесків, використовують складні для розпізнавання механізми втручання. Окрім того, вони мотивуються як внутрішніми, так і зовнішніми інформаційними тезами, тому навіть за зовнішніми ознаками такі дії розрізнити без ґрунтовного і тривалого аналізу, є проблематичним. Однак на сьогодні набагато важливішим є саме спроба обліку таких впливів в цілому, а не їх деталізація, яка стане можливою після налагодження механізму обліку наслідків дезінформаційних кампаній.

Серед об'єктивних оцінних критеріїв впливу дезінформації варто вказати рівень розрізнення інформації та дезінформації, населенням країни. Для України цей рівень є критично низький. Більше половини громадян України не схильні до критичного мислення, а відрізнити фейк від реальної новини можуть лише 11% опитаних [4, с. 37].

Напрацювання реальної моделі у оцінці наслідків дезінформації і її застосування на практиці, допоможе більш обґрунтовано переконати громадян, що у демократичному і розвиненому суспільстві володіння медіаграмотністю, є життєво необхідною навичкою. Це – не тільки інтелектуальний тренд. Протидія фейк-новинам та стійке несприйняття дезінформації, медіаграмотність – є матеріально вигідними компетенціями людини. Оприлюднення конкретних економічних втрат внаслідок дезінформації, спонукатиме громадян, зорієнтованих на цінності виживання, активно шукати відповіді на питання джерела ланцюгу тиску на їхній економічний добробут.

Саме тому, на межі дезінформації – медіаграмотності, відбувається конвертація нематеріальних навичок та вмій у матеріальну забезпеченість та соціальну прогнозованість, як елементів свідомого громадянського суспільства.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. В прокуратурі Криму підраховали збитки від окупації півострова. УНН. Українські національні новини: Інформаційне агентство. URL: <https://www.unn.com.ua/uk/exclusive/1822207-v-prokuraturi-krimu-pidrahuvali-zbitki-vid-okupatsiyi-pivostrova>
2. Інформагентства об'єднують зусилля для боротьби із загрозами фейкових новин. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2598344-informagentstva-obednuut-zusilla-dla-borotbi-iz-zagrozami-fejkovih-novin.html>
3. Кодекс практики Європейського Союзу щодо протидії дезінформації. URL: [https://www.nrada.gov.ua/wp-content/uploads/2019/09/Kodeks-praktyky-YES-shhodo-protydiyi-dezy\\_pereklad.docx](https://www.nrada.gov.ua/wp-content/uploads/2019/09/Kodeks-praktyky-YES-shhodo-protydiyi-dezy_pereklad.docx)
4. Опитування USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 р.». С. 37. URL: <https://drive.google.com/file/d/1Oi2Edvl5Srk4hSD2KoxoKkamCarUX7f/view>
5. Почему проект закона «О медиа» вызвал в Украине споры политиков и юристов. URL: <https://www.dw.com/ru/%D0%BF%D0%BE%D1%87%D0%B5%D0%BC%D1%83-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82-%D0%B7%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B0-%D0%BE-%D0%BC%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0-%D0%B2%D1%8B%D0%B7%D0%B2%D0%B0%D0%BB-%D0%B2-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B5-%D1%81%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%8B-%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2-%D0%B8-%D1%8E%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B2/a-52120371>
6. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України»: Указ Президента України від 25.02.2017 р. № 47/2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/47/2017>
7. Фейки як інструмент впливу на вибори: Аналітична доповідь. Київ, 2020. С. 168-169. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-01/dopovid-dubov-1.pdf>

8. The economic cost of bad actors on the internet. Fake news. 2019. C. 13. URL: <https://s3.amazonaws.com/media.mediapost.com/uploads/EconomicCostOfFakeNews.pdf>

*Measuring the effects of misinformation campaigns shows the level of their impact on the country's economic and social, political life. The experience of such measurements indicates the extent of such impacts in the material and intangible planes. These indicators can serve as a valid argument for stepping up citizenship among those citizens who do not see threats as a result of information attacks and misinformation campaigns against Ukraine.*

**Keywords:** *misinformation, measurement, evaluation, experience, losses, modeling, criteria.*

**Олег Джолос**

доцент кафедри телебачення і радіомовлення  
Інститут журналістики Київського національного  
університету імені Тараса Шевченка

## **ІНФОРМАЦІЙНА ТА МЕДІЙНА ГРАМОТНІСТЬ – ГОЛОВНА КОМПЕТЕНЦІЯ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ**

*У статті проаналізовано принципи та компетенції з інформаційної та медіа грамотності запропоновані ЮНЕСКО в документах (Laws of Media and Information Literacy, MIL), як комбінації знань та навичок, необхідних для активної й усвідомленої участі людини в житті медійного суспільства.*

*Сьогодні людство живе у величезному інформаційному потоці, щодня або щогодини на людину обрушується шквал інформації. Хочемо ми цього чи ні але інформація впливає на наш світогляд на нашу поведінку. Точно так само як ми з Вами вибірково ставимося до вибору продуктів харчування, одягу, побутової техніки не менше вибірково ми маємо ставитися до тих джерел інформації, які ми користуємося, тобто до свого медіаспоживання.*

*Мас-медіа, Інтернет, соціальні мережі – це головні джерела інформації для пересічних людей. При цьому треба визнати що громадяни, далеко не усіх країн, вміють користуватися ЗМІ. Щоб у суспільства була реальна картина подій у світі, варто не тільки вимагати від медіа дотримуватись правил професійної етики та стандартів, не менш важливо навчити громадян критично споживати інформацію, тобто бути медіаграмотними. Громадянам важливо розуміти функції медіа та інших джерел інформації, критично оцінювати їх контент та приймати обґрунтовані рішення на підставі отриманої інформації.*

**Ключові слова:** *інформаційна грамотність, медійна грамотність, розуміння, використання, комунікація, стратегія, критичне мислення.*

**Постановка проблеми.** Сьогодні людство живе у величезному інформаційному потоці. Громадські та комерційні телевізійні та радіо канали ведуть мовлення 24/7. Щоденно друкуються сотні тисяч газет. Незлічenna кількість книг щорічно береться з бібліотек. Цифри щодо отримання інформації в інтернеті — ще більш астрономічні. Соціальні мережі поглинули новинні формати, чим створили загрозу існування журналістики, що служить інтересам суспільства, — і тим самим започаткували епоху, коли у кожного своя правда і в кожного свої факти. Минулого року середній користувач проводив у соцмережах принаймні 30 % від усього часу, що він перебував онлайн. При цьому підлітки можуть залишатися онлайн до 9 годин на день. Тепер немає сумнівів: соціальні мережі змогли завоювати дуже важливе місце в нашому щоденному житті.

Хочемо ми цього чи ні але інформація впливає на наш світогляд на нашу поведінку. Точно так само як ми з Вами вибірково ставимося до вибору продуктів харчування, одягу, побутової техніки, не менше вибірково ми повинні ставитися до тих джерел інформації, які ми користуємося, тобто до свого медіаспоживання. На сьогодні, мас-медіа та соціальні мережі перетворилися на потужну силу, що здатна словесними та візуальними засобами створювати у значної кількості людей певне бачення подій у державі, формувати політичні симпатії. Медіа фактично є владою, тож журналістам варто усвідомлювати, до яких фатальних наслідків може призвести необ'єктивне висвітлення інформації.

**Постановка завдання.** Мас-медіа, Інтернет, соціальні мережі – це головні джерела інформації для сучасної людини. При цьому треба визнати що громадяни, далеко не усіх країн, вміють користуватися ЗМІ.



Майже 60 % українців не схильні до критичного мислення. Лише 11 % змогли відрізнити фейки. При цьому 65 % стверджують, що вміють відрізнити неправдиву інформацію в медіа. При цьому частка тих, хто звертає увагу на джерело новин зменшилася із 28 до 27 %, порівняно з минулим роком. Звертають увагу на те, чи представлені у новині різні точки зору 26 %, а на те, кому належить медіа — 13 %. Такими є результати дослідження від USAID-Internews «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 р.», у якому взяли участь близько 4 тис. людей. Похибка вибірки з імовірністю 0,95 не перевищує 2,5 % [1].

Щоб у суспільства була реальна картина подій у світі, варто не тільки вимагати від медіа дотримуватись правил професійної етики та стандартів, не менш важливо навчити громадян критично споживати інформацію, бути медіа та інформаційно грамотними.

**Виклад основного матеріалу.** Медіаграмотність — це набір компетентностей, необхідних для активної й усвідомленої участі в житті медійного суспільства. Стосовно України то в концепції Нової української школи, і законі “Про освіту” одним з головних пріоритетів зазначено формування у учнів та водночас і у вчителів навичок та компетенцій критичного мислення, інформаційної та медіаграмотності [2].

«Для виживання нашої держави дуже важливо, щоб громадяни вміло критично мислити. Медіаграмотність – це необхідне вміння для сучасної особистості», – Лілія Гриневич, экс-міністр освіти та науки України [3].

В контексті впровадження медіа грамотності слід орієнтуватись на рекомендації міжнародної організація ЮНЕСКО, яка в своїх офіційних документах запропонувала п’ять принципів медійної та інформаційної грамотності [4].

В цих документах ЮНЕСКО намагається поєднати інформаційну та медійну грамотність (Laws of Media and Information Literacy, MIL), виділивши спільні для обох сфер поняття. Організація також позиціонує ці дві сфери як комбінацію знань та навичок, необхідних сучасному суспільству в усьому світі.

«Громадянам важливо розуміти функції медіа та інших джерел інформації, критично оцінювати їх контент, а також приймати обґрунтовані рішення – як користувачам, так і виробникам медіаконтенту та інформації», – пояснили в організації [5].

Правила MIL охоплюють всі види ЗМІ та інші джерела інформації – бібліотеки, архіви, музеї та інтернет, незалежно від використовуваних технологій.

Коротко про принципи MIL запропоновані ЮНЕСКО [6]:

*Принцип 1.* 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.

*Принцип 2.* Кожен громадянин є творцем інформації/знань. Кожен має право на доступ до інформації/знань та право на самовираження. Медійна та інформаційна грамотність має бути для всіх – і для чоловіків, і для жінок, – і тісно пов’язана з правами людини.

*Принцип 3.* Інформація, знання та повідомлення не завжди є нейтральними, незалежними чи неупередженими. Будь-яка концептуалізація, використання і застосування MIL повинна зробити це твердження прозорим і зрозумілим для всіх громадян.

*Принцип 4.* 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. Їх права на це ніколи не мають порушуватися.

*Принцип 5.* 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.

На основі запропонованих принципів медіаграмотності ми формуємо набір відповідних компетентностей, необхідних для активної й усвідомленої участі в житті медійного суспільства.

Компетентності з медіаграмотності можна умовно поділити на чотири групи — розуміння медіа, використання медіа, комунікація за допомогою медіазасобів та вміння досягати власних цілей, застосовуючи медіа.

### **Розуміння медіа**

Люди мають розуміти про вплив медіа на суспільство так само як і розумітися на тому як побудовані та за якими принципами функціонують ЗМІ.

Виробники ЗМІ націлюють свої повідомлення на цільові групи. Телеканали адаптують свої програми на основі отриманих рейтингів. Видавці журналів зосереджують увагу на конкретній тематиці, мові й дизайні, щоби привернути увагу обраних цільових аудиторій. Бути медіаграмотним означає розуміти, як вибір цільової групи впливає на медіаформати та зміст. 3. Розуміння того, як медіа забарвлюють реальність. Засоби масової інформації завжди представляють реальність із певного погляду. Цей погляд часто залежить від редакційної політики, впливу власника, держави та інших факторів.

### **Використання медіа**

Активна участь у житті медійного суспільства починається з технічних навичок використання медіа. Бути технічно майстерними також означає вміти обмежити користувацькі ризики. Медіаграмотні люди вибирають безпечні паролі, використовують безпечний перегляд і встановлюють додатки для захисту від крадіжки на свої планшети. Але це також стосується і ставлення до засобів масової інформації. Бути медіаграмотним означає бути відкритим для використання нових засобів масової інформації, але також і не стати їхнім рабом. Це означає активно вивчати нові програми та технології, але не піддаватися на будь-яку нову рекламу; це означає також бути в змозі вимкнути свій телефон час від часу.

Ми маємо добре орієнтуватись у світі медіа. Багато працівників проводять у середньому чотири години свого робочого дня в інтернеті. Спочатку ви намагаєтесь знайти свій шлях у визначених середовищах: пройти гру до кінця, знайти інформацію, яку ви шукаєте на сайті, а також переглядати меню свого мобільного телефону. Далі йдеться про розуміння залежностей медіадодатків. Наприклад, якщо у вас є комп'ютер із Windows, важливо знати, що ви можете вирізати таблицю, зроблену у Word, та вставити її у презентацію PowerPoint. І, нарешті, мова про вибір між медіадодатками. Коли використовувати свій мобільний телефон, а коли легше відкрити ноутбук? Коли стежити за розвитком новин по телевізору, а коли у Twitter? Коли використовувати Google, а коли краще піти в бібліотеку? Коли розмістити повідомлення на Facebook, а коли на LinkedIn? Медіаграмотні люди досліджують можливості та розвивають навички, щоб оптимально рухатися в медіасередовищах.

### **Комунікація та створення контенту**

Бути медіаграмотним означає бути спроможним знайти те, що ви шукаєте, вибрати те, що вам потрібно, й визначити, наскільки надійною є ця інформація. А поряд із володінням ефективними стратегіями пошуку ви повинні вміти зберігати, повторно використовувати та поширювати інформацію. Бути медіаграмотним означає бути здатним оптимально використовувати відповідну інформацію, зберігаючи її розумно, й ділитися нею з іншими.

Громадяни еволюціонували від споживачів (consumers) до споживачів-виробників (prosumers). Ми не просто дивимося телевізор пасивно, але реагуємо на те, що ми бачимо, у Twitter. Ми не просто йдемо в кіно, а й виставляємо свої власні відео на YouTube. Ми дізнаємося про світ не тільки з книжок та енциклопедій, але й пишемо про нього у блогах та робимо свої внески у Вікіпедію.

Але і для людей, які активно не створюють контенту, життєво важливо вміти ефективно спілкуватися. Теперішнє медіасуспільство вимагає нових навичок комунікації та презентації від своїх громадян. Ви повинні знати, як донести інформацію до вашої цільової аудиторії і які медіа є найбільш придатними, щоби передати ваше повідомлення. Також важливо, щоб дизайн вашого повідомлення був привабливим, тому що наше медіасуспільство є візуальним суспільством, у якому картинка варта тисячі слів. Бути медіаграмотним означає бути спроможним створити функціональний і привабливий контент, щоб найкращим чином передати своє пові-

домлення цільовій аудиторії через соціальні мережі.

Соціальні медіа не тільки приносять зв'язки та співпрацю, а й неправомірне використання та зловживання. Медіаграмотні люди знають, коли інші люди поведуться невідповідним чином, і можуть ефективно покласти цьому край. Також дуже важливо розуміти, як працюють соціальні мережі: як поєднати людей для створення речей у співпраці? як вивести дискусію з колії? Як зробити, щоб вас побачили й почули? Чим важливо поділитися? Як ви можете стежити за іншими людьми й підтримувати їх?

### **Стратегія**

Розуміння, використання і комунікація в кінцевому рахунку, є лише умовами для останньої групи компетентностей: Стратегії. Як впливає зі значення слова, здебільшого «ЗМІ» завжди є засобом для реалізації особистих, соціальних, професійних або суспільних цілей. У сучасному медіасуспільстві практично неможливо досягнути особистих, соціальних, професійних або суспільних цілей без використання медіа хоча б у якийсь спосіб.

**Висновки і пропозиції.** Щоб оптимально використовувати можливості, надані засобами масової інформації, ми повинні бути в змозі задуматися про всі аспекти власного використання засобів масової інформації. Перш за все, про вплив пасивного споживання ЗМІ: що ви дивитесь, читаете і слухаете? Що насправді впливає на вас? І як це вплине на ваш спосіб життя і, в кінцевому рахунку, на ваше щастя?

На важливості впровадження медіа грамотності серед громадян і особливо молодь наголошують і міжнародні партнери України. «Демократія потребує включених активних громадян, які здатні розрізняти правду й пропаганду. Медіаграмотність важлива для усіх країн, але особливо важливо для України, суверенітет якої перебуває зараз під загрозою», – Марі Йованович, экс-посол США в Україні [7]. Щоб у суспільства була реальна картина подій у світі, варто не тільки вимагати від медіа дотримуватись професійних журналістських стандартів. Важливо навчити громадян критично споживати інформацію, тобто бути медіа грамотними – такою сьогодні є позиція українського уряду. У Міністерстві культури, молоді та спорту вважають, що частина зовнішнього незалежного оцінювання випускників шкіл або ж окремих шкільний іспит повинні стосуватися медіаграмотності.

ЗНО — дуже потужний інструмент по формуванню навичок медіаграмотності у школах, вважає міністр культури, молоді та спорту України. Про це повідомив міністр культури, молоді та спорту Володимир Бородянський під час публічної дискусії «Свобода слова, захист журналістів та інформаційного простору України від дезінформації (маніпуляції та фейків)».

«Ідея є. Її ще зарано вголос проговорювати. Але ми вважаємо, що країна, яка знаходиться в епіцентрі такої потужної інформації війни, як наша, повинна займатися медіа грамотністю починаючи зі школи. І озвучу не обговорену поки що з Міністерством освіти сентенцію, тому це дуже-дуже наперед, але я вважаю, що частиною ЗНО або такого тесту, який є фінальним у школі, повинне бути розуміння людиною, як залишатись убезпеченим в інформаційному просторі», — заявив Володимир Бородянський [8].

Громадяни мають розуміти функції медіа та інших джерел інформації, критично оцінювати їх контент та приймати обґрунтовані рішення на підставі отриманої інформації.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Лише 11 % українців змогли відрізнити фейки — дослідження, «Детектор медіа»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ms.detector.media/mediaprosvita/research/lishe\\_11\\_ukraintsiv\\_zmogli\\_vidrizniti\\_feyki\\_doslidzhennya/](https://ms.detector.media/mediaprosvita/research/lishe_11_ukraintsiv_zmogli_vidrizniti_feyki_doslidzhennya/)– (дата звернення: 16.01.2020).
2. Закон України «Про освіту» від 5 вересня 2017 року № 2145-VIII [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Верховної Ради України. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> – (дата звернення: 16.01.2020).
3. «Медіаграмотність – це необхідне вміння для сучасної особистості», – Лілія Гриневич, «Асоціація міст України»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.auc.org.ua/>

novyna/mediagramotnist-ce-neobhidne-vminnya-dlya-suchasnoyi-osobystosti-liliya-grynevych.  
– (дата звернення: 16.01.2020).

4. ЮНЕСКО опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності, «Детектор медіа»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko\\_opublikovala\\_pyat\\_printsipiv\\_mediynoi\\_ta\\_informatsiynoi\\_gramotnosti/](https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko_opublikovala_pyat_printsipiv_mediynoi_ta_informatsiynoi_gramotnosti/). – (дата звернення: 16.01.2020).
5. «United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization»: [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/Events/mil\\_five\\_laws\\_english.png](http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/Events/mil_five_laws_english.png)– (дата звернення: 16.11.19).
6. «United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/>– (дата звернення: 16.01.2020).
7. Вивчай та розрізняй (L2D): медіаграмотність для школярів, «Всеосвіта»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://vseosvita.ua/news/vivcaj-ta-rozriznaj-l2d-mediagramotnist-dla-skolariv-46.html> – (дата звернення: 16.01.2020).
8. Бородянський запропонував додати до ЗНО тест на медіаграмотність, «Детектор медіа»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://ms.detector.media/media\\_law/government/borodyanskiy\\_zaproponuvav\\_dodati\\_do\\_zno\\_test\\_na\\_mediagramotnist/](https://ms.detector.media/media_law/government/borodyanskiy_zaproponuvav_dodati_do_zno_test_na_mediagramotnist/)– (дата звернення: 16.01.2020).

*This article analyzes principles of media and information literacy proposed by UNESCO (Laws of Media and Information Literacy, MIL), as the combination of knowledge and skills that we need in the whole contemporary world.*

*Today the mankind lives in enormous information flow, every day and every hour a veritable storm of information comes in the people's life. Like it or not, but the information influences our behavior and our world view. We need to take great care when choosing a source of information as well as we choose food, clothing, and home appliances. Mass media, the Internet, social media are the main source of information for ordinary citizens. It must be acknowledged, however, that not all the citizens can use mass media. It depends upon a country they live. Our society must have the real picture of situation that is why we must demand from media to adhere to professional rules and a code of ethics. It is equally important to train people to consume information consciously, to be media literate. The people must understand the functions of mass media and other sources of information, to assess the content critically and to make an informed decision in accordance with obtained information.*

**Keywords:** *information literacy, media literacy, to assess critically, communication, comprehension, the use.*



**Юлія Доброносова**

доцент кафедри філософії та педагогіки  
Національний транспортний університет

## **КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ І МЕДІАКРЕАТИВНІСТЬ ЯК ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ГАРМОНІЙНОГО МЕДІАДОСВІДУ ОСОБИСТОСТІ**

*Автор стверджує, що медіаосвітні ініціативи у вищій школі забезпечують розвиток гармонійного медіадосвіду особистості. У центрі уваги дослідження — розвиток комунікативного критичного мислення і медіакреативності під час викладання філософських дисциплін студентам закладів вищої освіти.*

**Ключові слова:** *медіарозмаїття, медіаграмотність, медіакомпетентність, комунікативне критичне мислення, медіакреативність.*

Завдання сучасної медіаосвіти ускладнюються перед викликами сьогодення. Орієнтація на досягнення високого рівня медіаграмотності студентів педагогічних і непедагогічних спеціальностей передбачає перетворення просторів медіаосвітніх ініціатив на простори пізнання актуальних медіакомунікацій і самопізнання особи. Передумовою ефективного розвитку університетської медіаосвіти є наявність смислових мостів між науками, котрі досліджують медіакультуру. Сьогодні осмислення потребують медіаосвітні можливості гуманітарних дисциплін в структурі підготовки здобувачів вищої освіти. *Актуальним* вважаємо розгляд варіантів медіаосвітніх ініціатив, що забезпечують гармонійне співвідношення в особі вмінь і навичок, необхідних для її комунікативної самореалізації. *Метою* нашого дослідження є обґрунтування засадничої єдності формування критичного мислення і стимулювання медіакреативності студентів, необхідної для розвитку їх гармонійного медіадосвіду в процесі вивчення філософських дисциплін. Інноваційні педагогічні технології, спрямовані на формування в особі належного рівня медіаграмотності і спонукання її до подальшого його підвищення, змістовно пов'язані із визначальними трендами реформування освіти України, в тому числі із її переорієнтацією на гармонізацію формування м'яких навичок та жорстких професійних компетенцій. Дослідження напрямків і здобутків української медіаосвіти у світовому контексті, труднощів і недоліків у її впровадженні належать до актуальних інтересів психологів і педагогів, філософів і соціологів, медіаекспертів і медіакритиків. Різні аспекти проектування її майбутнього постають у наукових, навчальних і громадських заходах Академії української преси, Центру медіакомунікацій і візуальних досліджень і кафедри медіакомунікацій Харківського національного університету імені Володимира Каразіна, Інституту соціальної та політичної психології Академії педагогічних наук України, Київського міжнародного інституту соціології в кооперації із громадською організацією «Детектор медіа». За останнє десятиліття накопичилися десятки різноманітних ініціатив. Йдеться не лише про становлення шкільної медіаосвіти і медіаосвіти педагогів або журналістів, що довго домінувало в Україні і підкріплювалося відповідними державними концепціями, але й про проекти, в котрих медіаосвіта спирається на ширший контекст формування критичного мислення в осіб різного віку і професій (діяльність освітньої платформи «КритМислОП», програма «Звичка думати / Привычка думать», курси «Новинна грамотність», розроблений за підтримки «Internews Network», і «Медіаграмотність для громадян», створений у партнерстві IREX із Академією української преси і StopFake за підтримки Глобального фонду миру і безпеки (Канада), гра «Media Literacy Mission»). Позитивна динаміка помітна і в поєднанні здобутків науковців (соціологів, філософів медіа, культурологів, дослідників масової комунікації) із ініціативами новаторів-практиків, що є важливою



умовою адекватної розробки методик, необхідних для формування в особи вмінь і навичок, потрібних для вироблення здатності розуміти медіакультуру і структуру власного медіадосвіду. Обговорення можливості формування гармонійного медіадосвіду є сферою, де зустрічаються наукові інтереси представників різних гуманітарних наук, методистів-практиків, медіатренерів і медіакритиків. Тема переплетіння у медіакомунікації гармонії / дисгармонії зринає в українських дослідженнях з антропології медіа Лідії Стародубцевої, Катерини Батаєвої, Дмитрія Петренка, Людмили Ороховської, студіях медіапсихологів Любові Найдьонової, Миколи Слюсаревського, Наталі Череповської і дослідників медіакультури і медіасоціалізації Георгія Почепцова, Діани Коломієць, Катерини Стецюри. Орієнтацію на гармонізацію медіадосвіду особистості можна помітити і в спрямуваннях заходів 2019 року Академії української преси (семінари «Відеоблогінг: між популізмом і журналістськими стандартами. Як створити унікальний контент» і «Технологія викриття інформаційних міфів, фейків та маніпуляцій в медіа і публічній риторичі»). Проте осмислення єдності методик формування критичного мислення і стимулювання розвитку медіакреативності у студентів закладів вищої освіти все ще недостатньо представлене в українському медіаосвітньому середовищі. *Завданнями нашого розгляду* є характеристика викликів культури медіарозмаїття, котрі зумовлюють зміни у розумінні медіаосвітніх спрямувань, та обґрунтування підходів до формування належного рівня медіаграмотності у студентів закладів вищої освіти через розвиток єдності у гармонійному медіадосвіді критичного мислення і медіакреативності під час викладання філософських дисциплін.

Виходитимемо із того, що розуміння особою впливу актуальних медіа на когнітивні засади її існування є важливою частиною її медіакомпетентності. На початку XXI століття культуру медіарозмаїття і мережеві комунікації досліджують десятки наук, існують різноманітні міждисциплінарні проекти, продукуються знання про покоління медіа, але їх вивчення часто все ще має наздоганяти їх розвиток. Більшість науковців означають *розвиток сучасної медіакультури як непередбачуваний*. Такий контекст зумовлює зміни у стосунках між дисциплінами, що вивчають медіа, та медіаосвітою і відкриває її здатність стимулювати в особи самопізнання, коли *процес формування належного рівня медіаграмотності перетворюється для неї на процес пізнання медіарозмаїття і її місця у ньому*. У випадку із медіаосвітою студентів закладів вищої освіти цей момент увиразнюється: формування критичного мислення і розвиток медіакреативності є не просто виробленням набору вмінь, а й *активізацією спрямування особи на поєднання пізнання і комунікації у самореалізації і мотиваційною стратегією комунікативного саморозвитку*. Такий підхід до цілей і завдань медіаосвіти надає її методикам глибини, робить їх ціннісно близькими здобувачам вищої освіти.

Комунікативна самореалізація особистості у культурі медіарозмаїття передбачає наявність *полімедіального медіадосвіду*, який може демонструвати різний рівень складності, запобігати токсичному і сприяти розвивальному впливу медіа. Значні обсяги інформації, котрі людина нині повинна обробляти, ставлять її можливості в граничні умови. Серед небезпек теперішнього і майбутнього Микола Ожеван і Дмитро Дубов називають те, що «масова інформація перестає існувати у цілісному вигляді, а фрагментується, і ці фрагменти не співвідносяться безпосередньо один із одним» [7, 23], тому у багатьох наших сучасників виникає когнітивне переважання, яке послаблює здатність перевіряти й диференціювати інформацію. Медіарозмаїття сповнене зон співіснування інформації і дезінформації, ціннісної самореалізації і примітивного самовираження, тріумфів довіри і зловживання нею, водночас воно залишається простором динамічного розвитку соціокультурної реальності. Під час комунікації у медіамережах вмикаються механізми, які впливають на трансформацію цінностей особи, та не залежать лише від раціональних факторів. Масово поширені практики комунікації передбачають символічну взаємодію соціальних акторів, уможливають передачу інформації і трансляцію смислів, комунікація у соціальних мережах і мережах обміну швидкими повідомленнями перетворюється на простір накопичення прикладів інтермодальної взаємодії, що проявляються як форми зв'язності відчуттів та виражаються у загальності оцінки і сприйняття дійсності.

Недарма Георгій Почепцов зазначає : «Ми живемо у світі, в якому фізичний, інформаційний і віртуальний простори перетинаються набагато більш інтенсивно, ніж це було раніше. Інформаційний простір, посилений соціальними мережами, починає домінувати над простором фізичним і часто над віртуальним, адже будь-яке інформаційне повідомлення вибудоване під ту чи іншу віртуальну позицію і тому розповсюджує її, навіть не акцентуючи» [8, 28]. Тож сьогодні належний рівень медіаграмотності важко уявити без наявності в особи *здатності усвідомлювати структуру власного медіадосвіду*, аналізувати і критично осмислювати його компоненти і взаємозв'язки між ними, що передбачає розуміння особливостей актуальної медіакультури і спільноті кількох медіа. Медіакомунікація опосередковує пізнання людиною себе і світу, може інтенсифікувати її креативний потенціал або програмувати її на стереотипні дії, зумовлювати міжособистісні і внутрішньо-особистісні конфлікти. Способи творення і трансляції смислів у медіамережах з одного боку передбачають специфікацію, з іншого — уніфікацію, причому для їх потоків характерна процесуальність безперервності комунікації і контекстуальність повідомлень. У сучасній медіакультурі ми стикаємося із інтерактивністю нових медіа і доланням транзактної медійної комунікації традиційних мас-медіа і поруч — розквітом технологій маніпуляції й управління не завжди конструктивними настроями в соціальних мережах і поза ними. У такому горизонті йдеться вже не про загрози токсичного поширення фейків, а про небезпеку творення інформаційних міфів і систематичного продукування дезінформації. Остання, за словами Георгія Почепцова [8, 16], конструює під себе факти, котрі перетворюються на інформацію в соціальних медіа і мас-медіа, і набувають більш високого статусу знань, причому серйозність впливу соціальних медіа пов'язана зі змінами у статусі інформаційного і віртуального компонентів у його стосунку до компоненту фізичного.

Міркуючи про можливості протидії фейковим новинам, Філіпп Мюллер і Нора Деннер [6, 14] вказують, що в соціальних медіа люди переважно споживають новинний контент не системно, а евристично (у стані низького усвідомлення, з малим критичним осмисленням), причому небезпека сприйняття таких новин як правди зменшується, якщо медіаспоживач вкладає більші когнітивні ресурси у їх опрацювання, але навіть люди з потужними пізнавальними здібностями часто не застосовують їх для оцінки повідомлень. Домінування поверхового евристичного опрацювання контенту у соціальних мережах дослідники пояснюють активацією «підтверджувального упередження» або «вмотивованого усвідомлення», коли їх отримання через мережі здатне сприяти появі «бульбашки фільтрів» (споживачі надають перевагу отриманню інформації, що підтверджує наявне в них бачення світу, або більшість отриманої інформації інтерпретують способом, який відповідає їх поглядам). Філіпп Мюллер і Нора Деннер, посилаючись на численні дослідження, доходять висновку, що *навіть критично налаштовані особи можуть потрапляти під вплив фейкових повідомлень*. Це і виводить їх на важливу думку про необхідність розширення завдань медіаосвіти — від зосередження на використанні джерел до популяризації знань щодо впливу медіа. У запропонованій перспективі медіаграмотність передбачає передусім те, що медіакористувачі і медіакомуніканти будуть виявляти більшу опірність шкідливим, токсичним і травматичним медіавпливам, бо матимуть змогу *критично оцінити власне медіаспоживання* і будуть свідомі когнітивного і афективного механізмів сприйняття медіа.

Тенденції Модерну і Постмодерну переплітаються в актуальній медіакультурі, що і зумовлює непередбачуваність її розвитку. Плюральність форматів персонального медіадосвіду співмірна характеристикам сучасного мережевого соціуму (Мануель Кастельс) та дозволяє проявитися прикметам постмодерного перехідного розуму (Вольфганг Вельш). О. Є. Висоцька [1, 99] називає парадигмальною основою Постмодерну *постраціональну комунікацію*, пов'язану із комунікацією раціональною, бо є водночас і її критикою, і її продовженням. Дослідниця зазначає : «Головною передумовою становлення парадигми постраціональної комунікації є нові форми засобів комунікації, що, з одного боку, спрощують спілкування (роблячи його миттєвим, але більш опосередкованим), а з іншого боку — створюють особливий віртуальний світ, побудований на специфічній символізації реальності, в якій закони логіки суто раціональних

відносин втрачають значиму роль і стають вторинними» [1, 103]. Прикмети переліченого помітні в медіакультурі, коли в медіакомунікаційних потоках інформативність часто замінюється повторюваністю повідомлень, реалізація комунікативних дій відбувається з використанням соціально-культурного проектування, причому позамережева комунікація може розцінюватися як вторинна, та більшість сконструйованих інформаційних міфів спонукають до «переливання» життєвих і цінісних орієнтацій за межі медіамереж. Важко не погодитися із Висоцькою, що у постраціональній комунікації соціально значима комунікативна дія нерідко перетворюється на гру. Однак цей момент варто розглядати і як такий, що може мати позитивні наслідки. Ламберт Візінг зазначає, що медіа роблять дещо прочитуваним, почутим і побаченим, однак «щоразу через них прочитується, чується і бачиться дещо особливе : інтерсуб'єктивно діюча тотожність» [2, 223]. Тож говорити про потенціал формування критичного мислення і розвиток медіакреативності в процесі опанування студентами закладів вищої освіти матеріалу філософських дисциплін означає і порушувати питання про запобігання зменшенню раціонального компоненту в медіакомунікації особи, і обговорювати питання про необхідні трансформації раціональності і плюральність її форм.

Юргену Габермасу належить продуктивне розмежування різних типів дії і раціональності. Філософ виділяє такі різновиди дії як інструментальна, стратегічна і комунікативна. Якщо інструментальна є слідуванням технічним правилам дії і оцінюється за ступенем втручання в стани або події, то стратегічна розглядається відповідно до правил раціональності і оцінюється з позиції ухвалення рішень раціонального контргравця, причому у першій дії інколи бувають соціальними, а в другій вони завжди є такими. За Габермасом саме *комунікативна дія* передбачає координування суб'єктом своїх дій щодо прагнень до взаєморозуміння як процесу єднання суб'єктів, котрі говорять і діють. Сучасний медіагоризонт випробовує здатність особи адекватно обирати той чи інший тип дії, і критичне мислення необхідне у всіх трьох випадках, хоча медіакреативність дозволяє проявити потенціал комунікативної дії і вимагає більшої гнучкості і вищого рівня медіакомпетентності, в якій протистояння критичного і креативного (альтернативного гіпотетичного) мислення завершується досягненням динамічної рівноваги. Юрген Габермас [3] обґрунтовує поняття *комунікативної раціональності*, акцентуючи увагу на тому, що загалом потенціал раціональності загалом не полягає лише у поширенні цілераціональної орієнтації дій, а може розглядатися і з перспективи розповсюдження морально-практичного і естетико-експресивного знання. Філософ означає раціональність як наявність у здатних говорити й діяти суб'єктів бажання придбати знання і правильно використати їх, отже, вона має розумітися і як можливість невимушеного взаєморозуміння індивідів. У комунікативній раціональності *інтерсуб'єктивність* можливого взаєморозуміння на міжособистісному і внутрішньо-особистісному рівнях виявляється найважливішою, адже в ній парадигмальним є не ставлення суб'єкта до об'єктивного світу, а інтерсуб'єктивні взаємовідносини суб'єктів дії, котрі здатні говорити і прагнуть взаєморозуміння. Габермас вводить поняття децентрованого *комунікативного розуму* і протиставляє його суб'єкт-центрованому розуму, націленому на істину й успіх, а основою комунікативної раціональності називає комунікативну повсякденну практику і її розвиток у формах аргументації, нормативним же її компонентом виступають форми громадського життя, що дають можливість дискурсивно обговорювати претензії на значимість. Спроектуювши висновки філософа на осмислення дій особи в сучасній медіакультурі, можна говорити про необхідну трансформацію критичного мислення: *від інструментального до комунікативного*, на що і має бути спрямоване формування медіаграмотності.

Комунікація у медіамережах може не тільки стати джерелом негативних впливів на особу, пов'язаних зі змінами співвідношення приватного і публічного, але й стимулювати продуктивне поширення мережевої логіки за межі медіамереж і розвиток публічних дискурсів. У запропонованій Деннісом Мак-Квейлом [5] «*піраміді комунікації*» мікрорівень включає інтраперсональну комунікацію, інтерперсональну і інтергрупову комунікацію у малих групах, мезорівень — комунікацію одного із одним, всередині соціальних груп й інституцій зі зростанням кількості виробників споживачів повідомлень, а макрорівнева масова комунікація, (мас-медіа)

фіксує спрямованість комунікації на соціум в цілому і на більші чи менші соціальні групи. Співвідношення приватного і публічного на рівнях відрізняється: на макрорівні домінує перше, на макрорівні — друге, мезорівень демонструє широкий спектр можливих співвідношень. Нині ми спостерігаємо накопичення зв'язків і переходів між рівнями комунікації, а мезорівневі трансформації комунікації, помножені на мережеву логіку і масове поширення інтерактивності, формують виклики, котрі сьогодні постають перед нами у комунікативній самореалізації, адже людська здатність мислення і сприйняття стає можливою почасти завдяки тим медіа, які формують досвід особи. Розвиток медіакультури перших двох десятиліть XXI століття демонструє тенденції як до підважування, так і до підтвердження закономірностей, які діяли в часи домінування мас-медіа кінця минулого століття. Режі Дебре [4] у розвитку медіасфери виділяв три періоди: логосферу (домінанта письма і теології), графосферу (домінанта книгодруку) і відеосферу (домінанта аудіовізуальності, центральний статус образу). Для першого основою символічного авторитету виступало невидиме, для другого — законне, для третього — видиме, тому важливими міфологічними постатями відповідно стали образи святого, героя і знаменитості-зірки, а взірцевими поколіннями старші, дорослі і молодь. Сучасна медіакультура демонструє прикмети відеосфери, охарактеризованої Дебре ще до її масштабних мережевих трансформацій. Перехід від слова до образу (нині — цифрового, дискретного, фрагментованого), взірцева домінанта покоління молоді і потужне формування простору інтервізуальності як головної прикмети інтерсуб'єктивності в актуальному медіагоризонті доповнюються інтенсивним творенням неієрархічних мереж комунікації і виведенням на перший план постаті блогера-зірки як типу креативної особистості і лідера думок, образ якого приваблює молодь.

Медіадосвід наших сучасників, в тому числі і студентів закладів вищої освіти, часто є дисгармонійним і робить суб'єкта вразливим до медіатравматичних і токсичних впливів. Він може передбачати як раціональне, так і стихійне споживання різноманітних медіапродуктів, неусвідомлену залученість до потоків обміну смислами у більших чи менших медіамережах і навіть розвиток залежності від певних видів діяльності. Швидке глобальне поширення цифрових і медіакомунікаційних технологій вимагає від кожного такого ж швидкого набуття навичок їх використання. Часто можна спостерігати, як достатній, але суто інструментальний рівень цифрової або інформаційної грамотності із використанням численних можливостей існуючих гаджетів співіснує в особі із недостатнім усвідомленням нею структури і компонентів власного медіадосвіду, і найголовніше — того, які з них впливають на неї найбільше. Філософія протягом тисячоліть осмислює гармонію макро – і мікрокосму, соціуму й особистості, гармонійну самореалізацію особистості і міжособистісну комунікацію. Такі питання були актуальними в часи рукописів або книгодруку і в умовах домінування мас-медіа, хоча зміни горизонту медіакультури завжди впливали на характер міркувань. В останні десятиліття XX – перші десятиліття XXI століть дедалі частіше у дискурсах філософії і психології з'являються питання, пов'язані із осмисленням гармонійності / дисгармонійності медіапростору і медіакомунікації, здатності медіамереж інтенсифікувати гармонійні і дисгармонійні тенденції всередині них самих і поза ними. Не менш важливою є проблема осмислення гармонії / дисгармонії медіадосвіду особи, пов'язаних із узгодженням між собою різних вмінь та їх зв'язку з її смисложиттєвими і ціннісними спрямуваннями. Протиставлення можливості і неможливості досягнення гармонії всередині медіадосвіду незримо присутнє в пошуках антропології медіа. Можна оптимістично припустити, що сьогодні *медіадосвід особи може бути зорієнтованим на досягнення хиткої, але необхідної, внутрішньої гармонії*, передумовою якої виступає націленість суб'єкта на динамічний саморозвиток у комунікації зі світом і самим собою. Підвищення рівня медіаграмотності у такій перспективі стає *невід'ємною частиною комунікативної самореалізації впродовж всього життя*. Рівновага у співвідношенні пізнання і комунікації, опосередкованих різними медіа, передбачає поєднання навичок критичного і креативного мислення в просторах опосередкованих медіамережами і поза ними.

Спостереження за динамікою змін протягом десятиліття в освітніх програмах педагогічних (спеціальність «Професійна освіта (Транспорт)»), технічних, управлінських, юри-



дичних й економічних спеціальностей Національного транспортного університету засвідчує зменшення питомої ваги і значення дисциплін соціогуманітарного циклу. У спробах переорієнтувати навчання в річищі фахових компетентнісних спрямувань випусковій кафедрі нерідко відмовляються від філософських, соціологічних, психологічних дисциплін, створюють не завжди прийнятні комбіновані курси з кількох із них або залишають один-два у форматі пропедевтики із мінімальною кількістю аудиторних годин. Такі дії свідчать про недостатнє розуміння творцями освітніх програм як світоглядного і ціннісного потенціалу філософського, соціологічного, психологічного знання загалом, так і того, що більшість здатностей і вмій, котрі формуються в рамках освоєння його проблематики, можуть бути підґрунтям для формування *жорстких і м'яких навичок*, гармонія яких є бажаним результатом успішного навчання у закладі вищої освіти. Підважування цінності гуманітарної складової у підготовці фахівців технічної, управлінської, економічної галузей є міною уповільненої дії, а у випадку із інженерами-педагогами, юристами, дизайнерами і фахівцями зі зв'язків з громадськістю викликає тривогу. Та ситуація із загрозою зменшення кількості аудиторних годин і загалом кількості гуманітарних дисциплін, може бути розглянута і як виклик, що спонукатиме до змін у подачі філософського, соціологічного, психологічного або культурологічного знання, роблячи його ближчим до компетентнісних орієнтацій освіти. Однією із продуктивних відповідей на цей виклик вважаємо, зокрема, *переорієнтацію викладання філософських дисциплін на доміную формування критичного мислення*, що пронизуватиме весь навчальний матеріал, у поєднанні із формуванням м'яких навичок і здатностей особи, необхідних для ефективної комунікації із іншими. Матеріал більшості таких дисциплін підходить для формування критичного мислення і вироблення навичок критичного пізнання себе і світу в горизонті сучасної медіакультури. Їх тематика, пов'язана із проблематикою етики, філософської антропології, філософії медіа, аксіології, соціології масових комунікацій сприяє встановленню смислових «мостів» між сучасним гуманітарним знанням і розумінням особою власного медіадосвіду. Протягом п'яти років наша практика застосування методик формування навичок критичного читання, письма і мислення під час осягнення засад розуміння специфіки реальності сучасних медіамереж і впливу їх на комунікативну самореалізацію, питань інформаційної і медіакомунікативної безпеки засвідчує, що подібні форми роботи не лише викликають у студентів інтерес, але змінюють їх ставлення до цінності гуманітарного знання. Елементи тренінгового навчання в структурі викладання, зокрема, філософської пропедевтики, етики, естетики, філософії техніки, спрямовані на вироблення рівня медіакомпетентності і медіаграмотності, який дозволяє особі відповідати на виклики медіарозмаїття і планувати в подальшому саморозвиток. Відсутність окремих курсів або дисциплін, пов'язаних із медіаосвітою, також може сприйматися по-різному. Можна вимагати їх введення в освітні програми окремих спеціальностей, а можна обрати продуктивніший шлях залучення медіаосвітніх методик і тренінгових форматів розвитку критичного мислення в практику викладання існуючих дисциплін. Впровадження медіаосвітніх компонентів відкриває шлях і до змістовного оновлення навчального матеріалу філософських (ширше — гуманітарних) дисциплін, їх наближення до живої реальності складних трансформацій мережевого соціуму. Ефективність і цінність використання в освітньому процесі таких елементів медіаосвіти як формування не просто критичного, а комунікативного критичного мислення і розвиток медіакреативності під час викладання філософських дисциплін зумовлені і тим, що в навчальних планах підготовки студентів вони у більшості випадків з'являються на перших-других курсах навчання. Опанування матеріалом філософської пропедевтики, етики, естетики, філософії глобальних проблем сучасності взагалі є для здобувача вищої освіти випробуванням. Може виникнути запитання, чи не варто ускладнювати ситуацію, адже для багатьох студентів вправи з критичного мислення не є легкими. Проте присутність таких завдань під час студіювання етики, філософської антропології, естетики, соціальної філософії або філософії медіа дозволяють розвивати вміння, необхідні студентам для вивчення фахових дисциплін на старших курсах, а поєднання вправ на критичне мислення із підвищенням рівня медіаграмотності закладає підґрунтя для проєктування здобутих знань і вмій на дії в ситуаці-



ях реального життя. Одним із важливих способів активізації пізнання студентами смислових зв'язків між медіакультурою сучасності і медіакультурою минулого і майбутнього є залучення до навчального матеріалу висновків сучасної *медіаархеології*. Завдання, спрямовані на пошук смислових засад функціонування медіа минулих століть та продовження їх ефектів в актуальній медіакulturі дозволяють вивільнити потенціал висновків філософської антропології, філософії культури і філософії техніки в осмисленні особою свого власного медіадосвіду і міток нових медіа і медіа попередніх поколінь у ньому. Залучення матеріалу медіаархеологічних студій відкриває можливості корегування уявлень студентів про медіавпливи. Тут увиразнюється спрямування медіаархеології на аналіз феноменів за межами традиційних історичних і культурних наративів і пошук непомічених зв'язків і розривів у них. Найбільш ефективними є такі завдання на розвиток критичного мислення із медіаархеологічною змістовною домінантою в рамках опанування матеріалом філософських дисциплін із етичною і естетичною домінантою майбутніми інженерами-педагогами, дизайнерами і юристами. Подібні ініціативи спонукають студентів до подальшої апробації здобутих навичок в рамках фахових дисциплін (психолого-педагогічних, художньо-мистецьких і правничих), а також дозволяють зробити наступний крок — до виявлення потенціалу їх особистої медіакреативності. Медіаархеологія в контексті матеріалу філософських дисциплін дозволяє впроваджувати і розвивати медіаосвітні методики, які виростають із розуміння медіа як важливих чинників історичного розвитку людства, що обумовлені культурними силами і дискурсами, виступають з'єднувачами культурних традицій, але не є суворо залежними від матеріальності техніки. Особливе місце має врахування здобутків медіаархеології в інтерактивних методиках розвитку критичного мислення на матеріалі таких дисциплін як «Філософія мистецтв дизайну» й «Естетика та етика» (спеціальність «Дизайн»), «Філософія техніки» і «Професійна етика» (спеціальність «Професійна освіта (Транспорт)»), «Філософія глобальних проблем людства» (спеціальність «Облік і оподаткування»), «Професійна етика і психологія» (спеціальність «Право»), «Професійна і корпоративна етика» (спеціальності «Менеджмент», «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»). У спрямуваннях навчання на формування належного рівня медіаграмотності і вироблення комунікативного *критичного мислення* важливим є і перехід до стимулювання медіакреативності студентів. Наприклад, популярний серед молоді відеоблогінг як варіант комунікативної самореалізації і самоактуалізації належить до практик медіакомунікації, що існують майже двадцять років, але потужно розвиваються протягом останнього десятиліття, зберігаючи зв'язки із витоками у щоденникових записах у мережах. Застосування таких варіантів розвитку медіакреативності студентів як створення ними блогів і відеоблогів із поєднанням популярного матеріалу, пов'язаного із розвитком медіаграмотності і контенту філософських дисциплін, відкриває можливість їх усвідомленої комунікативної самореалізації в горизонті медіакulturі.

Метою сучасних медіаосвітніх інновацій у вищій школі має стати передусім гармонізація медіадосвіду особи, а простором їх розгортання може бути викладання філософських дисциплін. Подібний підхід до підготовки студентів педагогічних і непедагогічних спеціальностей сприяє утвердженню орієнтації освіти на гармонійне співвідношення у здобувачів м'яких і жорстких навичок. Досвід впровадження протягом п'яти років на різних факультетах Національного транспортного університету педагогічних технологій, спрямованих на формування критичного мислення під час викладання філософських дисциплін майбутнім інженерам-педагогам (спеціальність «Професійна освіта («Транспорт)»), дизайнерам, юристам, менеджерам і економістам засвідчує, що подібні методики підвищують інтерес до змісту навчальних дисциплін і активізують психологічні ресурси, необхідні для стимулювання самопізнання. Елементи інтерактивності на лекціях і семінарських заняттях дозволяють пов'язати матеріал навчальних дисциплін із філософською, етичною і естетичною проблематикою із відточуванням вмінь аналізу медіаконтенту, пошуком у ньому маніпуляцій й інформаційних міфів, розпізнавання медіатравматичних спрямувань у мас-медіа, нових медіа, соціальних мережах і мережах обміну повідомленнями. Фундаментом таких ініціатив є методики розвитку критичного мислення як важливої складової комунікативної раціональності, спрямовані на озброєння особи інстру-

ментарієм, необхідним для того, щоб орієнтуватися у складному інформаційному просторі. В актуальних реаліях культури медіарозмаїття спільнодія критичного мислення і медіакреативності відкриває шлях до динамічного розвитку у студентів комунікативного критичного мислення, що є основою комунікативної раціональності і важливою складовою медіаграмотності. Перспективним напрямком майбутніх досліджень вважаємо розгляд зв'язку креативних педагогічних технологій, застосовуваних у під час викладання філософських дисциплін у закладах вищої освіти, зі здобутками наук, котрі вивчають медіа.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Висоцька О. Є. Раціональна комунікація у парадигмальному вимірі. Практична філософія. 2007. № 2. С. 99 – 104.
2. Визинг Ламберт. Шесть ответов на вопрос «что такое медиафилософия?» / Перевод с нем. Дарьи Колесниковой. Антология медиафилософии. Санкт–Петербург: Издательство РХГА, 2013. С. 219–225.
3. Габермас Ю. Філософський дискурс Модерну / Пер. з нім. В. Купліна. Київ : Четверта хвиля, 2001. 424 с.
4. Дебрэ Р. Введение в медиологию / Пер. с франц. Б. Скуратов. Москва : Праксис, 2010. 368 с.
5. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Пер. з англ. О. Возьна, Г. Сташків. Львів : Літопис, 2010. 538 с.
6. Мюллер Філіпп, Деннер Нора. Як можна протидіяти «фейковим новинам»? Київ : Фонд Фрідріха Науманна За Свободу, Академія української преси, 2019. 30 с.
7. Ожеван Микола, Дубов, Дмитро. Номо ех Machina. Філософські, культурологічні та політичні передумови формування конвергентного суспільства: Монографія. Київ : Національний інститут стратегічних досліджень, 2017. 272 с.
8. Почепцов Георгий. (Дез)інформація. Київ : ПАЛИВОДА А. В., 2019. 248 с.

*The author argues that mediaeducation initiatives in higher education promote the development of harmonic personal mediaexperience. The focus of the study is the development of communicative critical thinking and mediacreativity during the teaching of philosophical subjects to students of higher education institutions.*

**Keywords:** *mediadiversity, medialiteracy, mediacompetence, communicative critical thinking, mediacreativity.*

**Ольга Крутенко**

кандидат педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки та освітнього менеджменту  
Комунальний навчальний заклад  
«Черкаський обласний інститут післядипломної освіти педагогічних працівників Черкаської обласної ради»

## АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕДІАОСВІТИ ДОРΟΣЛИХ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

*У статті висвітлюються питання, що стосуються сучасного стану розвитку навичок медіаграмотності серед дорослого населення України. Аналізується досвід європейських країн (зокрема – Швеції) щодо впровадження програм з розвитку медіаграмотності як у закладах освіти, так і серед людей «третього віку». Цей досвід може бути використаний для впровадження в Україні.*

**Ключові слова:** медіаграмотність, критичне мислення, маніпуляції, перевірка інформації, інформаційна війна, пропаганда, фейки.

**Актуальність проблеми.** Розвиток науки та техніки відбувається швидкими темпами, у зв'язку з чим для кожної людини виникає необхідність вміти реагувати на стрімкі зміни, оскільки в протилежному випадку виникає загроза залишитися осторонь прогресу. Успішна життєдіяльність людей у великій мірі залежить від того, в якій мірі вони сприймають безліч різноманітних фактів, які поширюються через невідпинні інформаційні потоки. Тим більше, що останніми часами значно збільшилося урізноманітнення агентів медіадіяльності за рахунок того, що постійно з'являються альтернативні медіапроекти. З огляду на це виникає декілька актуальних проблем:

- по-перше, іноді буває дуже складно визначити, яка сама інформація потрібна людині;
- по-друге, є небезпека в тому, що можна «потонути» в інформаційному просторі у пошуках необхідної інформації та загубитися в надлишку інформаційних пропозицій;
- по-третє, проблемою є невміння деяких людей протистояти маніпулятивним технологіям, які доволі часто використовують власники засобів масової інформації задля формування власного позитивного іміджу чи з метою боротьби з конкурентами.

Таким чином, величезна кількість інформації, яка є досить легкодоступною, потребує формування навичок відбору достовірних фактів, правильного їх переосмислення та подальшого використання. На нашу думку, виникає необхідність у проведенні роботи з формування навичок критичного мислення не тільки у школярів, а й їхніх батьків. Враховуючи те, що доросле покоління здійснює виховний вплив на своїх дітей та онуків, перш за все виникає потреба у формуванні у представників так званого третього віку своєрідного медіа-імунітету, який допоможе їм протистояти агресивному медіа-середовищу.

Ще один аспект, на який варто звернути увагу, полягає в тому, що на даний час велика кількість людей виступає не тільки в ролі пасивних споживачів інформації, що транслюються засобами масової інформації. Користувачі соціальних мереж створюють власний контент або поширюють той, що попадає в поле їхнього зору. З огляду на це виникає потреба у формуванні специфічних навичок медіаграмотності, до складу яких входить такі:

- уміти систематизувати інформацію, висувати гіпотези й оцінювати альтернативи;
- уміти розрізняти фейки та інші інструменти маніпуляцій;
- уміти оцінювати й інтерпретувати події;
- уміти ідентифікувати і протидіяти стереотипам і дискримінації;

- уміти працювати з першоджерелами;
- вміти відрізняти факти від думок та суджень.

Підсумовуючи це, визначимо, що медіаграмотність — це набір стійких компетентностей, необхідних для активної й усвідомленої участі людини в житті медійного суспільства. Медіаграмотна людина замислюється та аналізує все, що вона читає в ЗМІ або бачить по TV, тобто вона включається в активний процес, що потребує критичного сприйняття будь-якої інформації.

Прикладом того, яким чином можуть впливати медіа на людину, що не має навичок критичного мислення, можуть слугувати події 2014 року. У той період далеко не всі жителі України змогли протистояти потужній інформаційній пропаганді, яку розповсюджували російські засоби масової інформації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** з означеної проблеми свідчить про те, що проблема медіаграмотності населення набуває останніми часами великої зацікавленості вчених та практиків. Зокрема, питання щодо формування медіакомпетентності педагогічних працівників розкривають у своїх працях такі дослідники, як С. Іць, Л. Найдьонова, Б. Потятиник, Г. Онкович та ін. Різноманітні моделі та методи медійної освіти розглядають Д. Бекінгем, Л. Зазнобіна, Д. Консідайн, С. Пензін, Ю. Усов, О. Шариков та ін. Є також цікаві дослідження, присвячені психолого-педагогічним питанням медіаосвіти. Вони розглядаються у роботах Л. Баженової, О. Баранова, О. Федорова. За радянських часів стан справ щодо медіаосвіти молодого покоління та дорослого населення вивчали С. Шацький, А. Луначарський, А. Макаренко та інші.

**Постановка завдань дослідження.** Головна проблема, що стоїть перед українським суспільством, полягає у створенні ефективної системи поширення навичок медіаграмотності серед усіх вікових груп. У полі зору авторів таких програм обов'язково мають бути дорослі люди як одна із важливих цільових груп, в тому числі – люди похилого віку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Що стосується перспектив розвитку медіаграмотності в Україні, то варто скористатися досвідом європейських країн, що був набутий протягом ХХ сторіччя в умовах холодної війни з СРСР, який в той період продемонстрував неабияку інформаційну активність. Зокрема, варто звернути увагу на державну політику Швеції, де медіаосвіта почала поступово впроваджуватися на початку 60-х років минулого століття. Саме тоді завдяки ініціативі Асоціації газет Швеції був запроваджений навчальний ресурс Mediekompass, який сьогодні перетворився на проект Mediekompass і ставить за мету розвиток медіаосвіти у навчальних закладах усієї країни. Обов'язковою вона стала, починаючи з 1980 року, і розповсюджується на всі рівні освіти. У навчальних планах для ВНЗ зазначено, що усім студентам надається можливість розвивати навички використання сучасних цифрових технологій, що дозволить сформуванню відповідальний підхід до пошуку та оцінки інформації з точки зору її правдивості. Навчальні плани для школярів початкової школи мають подібне положення. Більше того, у липні 2018 року запроваджено в дію спеціальну програму, яка передбачає проведення заходів з підвищення якості інформування школярів початкової та середньої ланки.

Державна політика Швеції з підвищення рівня медіаграмотності тримає у полі зору і людей так званого «третього віку». Щоб допомогти представникам даної цільової аудиторії розібратися в розмаїтті недійсного контенту, у рамках проекту Mediekompass створено спеціальні навчальні матеріали, які представляють собою методичні посібники та покрокові уроки, зміст яких спрямований на роз'яснення особливостей медійного контенту [3].

У реаліях державної політики України щодо підвищення медіаграмотності населення сучасний заклад освіти цілком спроможний організувати свою роботу таким чином, щоб залучити до спільної діяльності представників та представниць декількох поколінь. Це цілком можливо з огляду на те, що останнім часом і молодь, і люди старшого покоління активно користуються гаджетами. Викликають зацікавленість результати опитування, яке було проведено в червні-липні 2019 року. В ньому взяло участь всього 4056 осіб, їх вік складав від 18 до 65 років.



Як з'ясувалося, більшість опитаних отримують актуальну інформацію про новини із соціальних мереж. Відповідаючи на запитання «Якими засобами масової інформації ви користувалися протягом останніх 30 днів для отримання новин», респонденти називали перш за все соцмережі (всього 68%). Телебачення дивляться 66% відсотків респондентів. А друкованими засобами масової інформації цікавиться всього 21% опитаних [4]. Інтернетом користуються 85% із всіх, хто брав участь у цьому опитуванні, тоді як у 2017 році такий відсоток складав 72%.

Одне із питань стосувалося мети користування інтернетом. 77% осіб сказали, що вони користуються службою миттєвих повідомлень; 71% – заради пошуку потрібної інформації, 61% – спілкування в соціальних мережах.

Це означає, що люди різного віку є активними учасниками різноманітних соціальних мереж. Враховуючи, що досить часто члени однієї родини є «друзями» один в одного, вони можуть бачити, якими новинами чи інформацією цікавиться інша людина. Таким чином, віртуальне спілкування певним чином компенсує нестачу реального.

Разом з тим, відомим є такий факт: державною політикою нашої країни передбачено, що впровадження медіаосвіти зосереджено в основному на таких цільових групах, як школярство та студентство. Доросле населення майже не охоплено жодною навчальною програмою, яка б забезпечувала формування критичного сприйняття інформації, що продукують засоби масової інформації, в тому числі – новинні сайти, соціальні мережі тощо. Саме тому українське суспільство продемонструвало у 2014 році обмежену готовність протистояти інформаційним операціям та фейкам, які розповсюджували російські засоби масової інформації. В інших країнах суспільство теж відчуло на собі результати російського втручання в проведення виборчих кампаній, які проявилось у пропаганді, фейкових новинах, діяльності багаточисельних «фабрик тролів».

Небезпека полягає в тому, що люди літнього віку не мають навичок, які допомогли б розпізнати неправдиві онлайн-новини. Як виявилось за результатами досліджень, американці, які старші 65-ти років, поширюють у Фейсбуку фейків в 7 разів більше, ніж їхні співвітчизники у віці до 30 років. І навіть представники вікової категорії від 45 до 65 років поширюють неперевірену неправдиву інформацію тільки вдвічі рідше, ніж старші люди.

Вважаємо, що формування навичок медіаграмотності суспільства повинно мати комплексний характер та спиратися на спільну діяльність людей різних поколінь. Не є таємницею той факт, що діти та молодь краще знаються на інформаційно-комунікативних технологіях, ніж старші люди. Іноді здається, що вони народжуються із смартфоном в руках, маючи впевнені навички використання сучасних гаджетів.

Підтвердженням цього можуть слугувати дослідження, що були проведені індійським просвітником Сугатою Митрою. Він довів, що навіть майже неграмотні діти, які не володіють англійською мовою, можуть з легкістю навчитися користуватися комп'ютером без чиеїсь допомоги. Експеримент «Діра в стіні» продемонстрував, що при бажанні і без примусу з боку дорослих діти молодшого шкільного віку швидко опановують різноманітні комп'ютерні програми цілком самостійно. Більш того, вони спроможні за два місяці вивчити англійську мову на такому рівні, щоб розмовляти нею майже без акценту. Як відомо, цей факт задокументований у журналі *Information Technologies & International Development*. Інші експерименти дослідника яскраво демонструють можливості використання інформаційно-комунікативних технологій задля розвитку різноманітних компетенцій, які конче необхідні людям в епоху інформаційного суспільства.

У контексті експериментальних досліджень Сугати Митри варто згадати той факт, що він організував так звану «бабусину хмару»: запропонував 300 бабусям із Великобританії бути дистанційними вчительками школярів із класів, які були розташовані на іншому кінці світу. На наш погляд, таке дистанційне спілкування є свідченням того, що різні покоління можуть бути корисні одне для одного не тільки в процесі вивчення іноземної мови, а й в інших сферах життєдіяльності суспільства. Користь від такої співпраці мають усі суб'єкти процесу.



Діяльність Сугати Митри свідчить про те, що сучасний інструментарій інформаційно-комунікативних технологій може бути творчо використаний в різноманітних сферах, у тому числі – у формуванні критичного ставлення до інформації з медіа. Але не слід забувати, що Україна має свої традиції, а українці – самобутній менталітет. Ці фактори мають бути враховані під час запозичення міжнародного досвіду у процесі налагодження міжкультурного діалогу з іншими державами та в середині нашої країни.

**Висновки.** З огляду на викладене варто зазначити, що на сьогоднішній день перед Україною стоять глобальні виклики. Без перебільшення можна сказати, що від рівня медіаграмотності населення в певній мірі залежить безпека держави. Тому варто впроваджувати програми з означеного питання на всіх рівнях освіти, починаючи від дошкільного закладу освіти, включаючи середні та вищі навчальні заклади.

Окремої уваги заслуговують дорослі люди та представники так званого третього віку. Є необхідність створення для них окремих програм на зразок тих, що впроваджуються в Швеції. Безпосередня діяльність щодо поширення серед цих верств населення навичок медіаграмотності та критичного сприйняття інформації може бути організована на базі закладів освіти. Це можуть бути лекторії, круглі столи, тренінги, семінари. Більш ефективного результату можна буде досягти, якщо подібні заходи будуть проводитися в форматі інтерактиву. І це є завданням на найближчі роки.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). MediaSapiens. [Електронний ресурс]. Режим доступу: mediasapiens.ua
2. Луначарский А. В. О воспитании и образовании. М.: Педагогика, 1976. 640 с.
3. Міжнародний досвід впровадження медіаграмотності для окремих цільових груп: можливості для України. Національний інститут міжнародних досліджень. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyni-strategii/mizhnarodniy-dosvid-vprovadzhennya-mediagramotnosti-dlya>
4. Соцмережі як джерело новин уперше обійшли ТБ в Україні – опитування. Made for Mind. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.dw.com/uk/%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B6%D1%96-%D1%8F%D0%BA-%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BB%D0%BE-%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD-%D1%83%D0%BF%D0%B5%D1%80%D1%88%D0%B5-%D0%BE%D0%B1%D1%96%D0%B9%D1%88%D0%BB%D0%B8-%D1%82%D0%B1-%D0%B2-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%96-%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%82%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F/a-50937524>

*The article covers the issues related to the current state of development of media literacy skills among the adult population of Ukraine. It analyzes the experience of European countries (in particular, Sweden) in implementing media literacy programs in educational institutions as well as among elderly people. This experience can be used for implementation in Ukraine.*

**Keywords:** *media literacy, critical thinking, manipulation, information verification, information war, propaganda, fakes.*

**Ірина Кобзєва**

завідувач навчально-методичної лабораторії  
здоров'язберігаючих технологій  
Комунальний заклад вищої освіти  
«Дніпровська академія неперервної освіти»  
Дніпропетровської обласної ради

**Олександра Белєніннїк**

методист навчально-методичної лабораторії  
здоров'язберігаючих технологій  
Комунальний заклад вищої освіти  
«Дніпровська академія неперервної освіти»  
Дніпропетровської обласної ради

## **ФОРМУВАННЯ У ПІДЛІТКІВ ТА МОЛОДІ НАВИЧОК БЕЗПЕЧНОЇ ПОВЕДІНКИ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ**

*У статті розглядається проблема формування навичок безпечної поведінки підлітків та молоді в інформаційному просторі. Визначено роль закладів освіти щодо попередження насильства та забезпечення безпеки підлітків та молоді. Запропоновані комплексні профілактичні програми, метою яких є поширення технологій збереження здоров'я підлітків та молоді; системна просвітницька робота з формування навичок безпечної поведінки у інтернет просторі. У статті підкреслюється, що для формування навичок безпечної поведінки підлітків та молоді необхідно дотримуватися єдності вимог та співпраці психолого-педагогічних працівників і батьків у цьому питанні.*

**Ключові слова:** підлітки та молодь, безпечна поведінка, інформаційний простір, ризики, Інтернет, насилля, тренінгові курси.

**Постановку проблеми.** Епоха інформаційних технологій створює умови для ефективного розвитку сучасного суспільства, в якому засоби комунікації стали невід'ємною складовою життя людей у всіх сферах діяльності, частиною життя підлітків і сучасної молоді. Мобільні телефони, комп'ютери, гаджети, інтернет, розширивши комунікаційні, просторові й часові межі, розкрили нові можливості для онлайн спілкування, якісної освіти, праці, відпочинку й творчої самореалізації сучасної особистості.

Мережеві освітні ресурси для підлітків та молоді допомагають прискорити й оптимізувати процес навчання, підвищують якість освіти завдяки максимальній структурованості та цікавій формі викладення навчального матеріалу. Саме через мережу підлітки та молодь засвоюють нові цифрові технології та вчаться вільно орієнтуватися в інформаційному просторі. У кіберпросторі існує велика кількість спеціальних сайтів, адресованих дітям різного віку. Еволюція інформаційних технологій змінює систему освіти, головними трендами сучасного розвитку освіти стають онлайн платформи та навчання за допомогою соцмедіа, відеоблогів. Самостійне пізнання підлітками та молоддю інформаційного світу дозволяє розширити коло інтересів і сприяє їх додатковій освіті, спонукає до кмітливості, привчає до самостійного розв'язання задач, задовольняє потребу у лідерстві [3]. Підлітки та молодь, які добре знають комп'ютер та інтернет більш адекватно оцінюють свої здібності та можливості, вони більш цілеспрямовані та кмітливі. Отже, сучасний підхід дозволяє підвищити якість і швидкість усвідомлення, розуміння та запам'ятовування навчального матеріалу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Одними з найважливіших моментів у процесі виховання та навчання підростаючого покоління є проблема інформаційної безпеки, яка

пов'язана з іменами таких видатних учених, як В. А. Герасименко, П. Д. Зегжда, А. О. Малюк, В. В. Мельшков, В. В. Хорошко, В. І. Ярочкін та ін. Питання інформаційної безпеки в педагогічній науці є новою та мало дослідженою галуззю міждисциплінарного знання. Методику навчання інформаційної безпеки в закладах освіти та підготовки фахівців розробляють: М. О. Абіссова, О. А. Алтуф'єва, Л. В. Астахова, В. О. Гріцик, І. М. Кірко, П. С. Ломаско, В. П. Поляков, Е. В. Татова, Г. Н. Чусавітіна. Проблему забезпечення інформаційної безпеки здобувачів освіти в умовах закладу освіти досліджують М. І. Бочаров, Т. О. Малих, Н. І. Саттарова, О. Ю. Федосов та ін. [3].

Питанням формування у підлітків та молоді навичок безпечної поведінки в інформаційному просторі приділяється ще недостатньо уваги. Також на жаль на сьогодні не достатньо враховуються особливості психолого-вікової періодизації у формуванні інформаційно безпечної особистості. Адже методи забезпечення інформаційної безпеки підлітків та виховний вплив має бути адекватний віковим особливостям та рівню розвитку дитини, для того щоб отримати оптимальний результат освітніх заходів і забезпечити безпечну соціалізацію особи в інформаційному просторі.

Головна мета цієї статті полягає в комплексному розгляді проблеми формування у підлітків та молоді навичок безпечної поведінки в інформаційному просторі.

**Виклад основного матеріалу.** Незважаючи на безумовно позитивну роль сучасних комунікаційних засобів та інтернету, існують певні ризики у використанні інформаційних технологій. Особливу небезпеку незахищений інформаційний простір приховує для дітей. Тривале перебування за комп'ютером у статичному положенні викликає порушення кровообігу і провокує застійні явища в організмі дитини, що, в свою чергу, сприяє виникненню або загостренню захворювань опорно-рухового апарату, шлунково-кишкового тракту, судинним порушенням. Концентрація погляду на екран монітора і неправильне освітлення негативно впливають на зір. А надання переваги віртуальному світу перед реальним справляє негативний вплив на психіку і здоров'я дитини та може погіршити не тільки зір, поставу та сон, але й викликати тривожність, дратівливість, соціальну дезадаптованість і узалежнену поведінку [3].

Інтернет мережа також може містити інформацію агресивного чи соціально небезпечного змісту. У віртуальному світі знімаються заборони і обмеження морально-етичного і соціальних планів (зняття табу насилля, вбивств, руйнування; відсутність правових норм, що діють у реальності). Підлітки та молодь на підсвідомому рівні відсторонюються від фундаментальних речей: необхідності дотримання правил, неминучості покарання за агресивну поведінку і порушення закону. Зацікавленість агресивними іграми призводить до того, що діти можуть спробувати застосовувати подібні методи рішення проблем у реальному житті.

На сьогодні постає дуже важливе питання інформаційно-психологічної безпеки підлітків та молоді, адже їх захоплення інформаційними технологіями та відсутність необхідних навичок прогнозування ризиків може стати причиною небезпечних ситуацій у реальному житті, а саме насилля.

Проблема насильства – прихована проблема сучасного суспільства і зазвичай дуже складно не тільки встановити кількість потерпілих дітей, а й своєчасно надати їм кваліфіковану допомогу та підтримку.

За даними Ради Європи, кожна п'ята дитина страждає від різних форм сексуального насильства. У восьми випадках із десяти сексуальне насильство над дітьми скоюють добре знайомі дитині люди – члени сім'ї, друзі, сусіди. Деякі з них обіймають певні посади, що передбачають постійний контакт з дітьми, інші мають авторитет і користуються довірою й повагою серед дорослих. Частіше, діти можуть не розповідати про насильство, допоки не стають дорослими. За 2018 рік до поліції звернулися більше 8200 разів з приводу насилля над дітьми, лише 100 із цих звернень були безпосередньо від дітей – коли діти самі телефонували. Дніпропетровська область перша за кількістю звернень по домашньому насиллю [1].

У сучасному світі однією з небезпек є сексуальне насильство онлайн. Згідно з дослідженням 30 % опитаних дітей погоджувалися зустрітися з людиною, з якою вони познайоми-

лися онлайн. Комітет ООН з прав дитини відзначив, що відвідування порнографічних сайтів становило 70 % усього трафіку на території України а п'ять млн. українських користувачів на місяць цікавляться дитячою порнографією [4].

Також на сьогодні серед учнівської молоді спостерігається тенденція до проявів агресії та насильства, які вони знімають на фото – та відеокамери, мобільні телефони. Така небажана агресивна поведінка дітей шкільного віку, яка призводить до цькування дитини іншою дитиною або групою дітей з метою приниження, залякування та демонстрації сили через Інтернет, мобільні телефони та інші електронні пристрої має назву кібербулінг. До кібербулінгу відноситься розповсюдження чуток та образливих коментарів з використанням електронної пошти, мобільних телефонів (наприклад, надсилання СМС), пересилка неоднозначних фото, обзивання по телефону, знімання на відео бійок чи інших принижень і викладання відео в мережу Інтернет, цькування через соціальні мережі і сайтів соціальних мереж [3].

До кібербулінгу можна віднести імітування чужих профілів у соціальних мережах, що завдає шкоди іншій дитині та шкодить її соціальному статусу. Цей вид цькування досить часто розповсюдженій у освітньому середовищі. На жаль, підлітки та молодь часто зберігають факт насильства в таємниці, тому що відчувають себе розгубленими, переляканими або винними. Дитина часто неспроможна визначити різницю між позитивними і негативними дотиками та проаналізувати дії дорослих, які не пов'язані із дотиками.

Як бачимо за наявності бажання і засобів будь-яка інформація щодо конкретної особистості може стати доступною і бути використана в корисливих цілях іншою особистістю, групою осіб. Щоб повноцінно орієнтуватись у віртуальному просторі, дитині треба вчитися структурувати великі потоки інформації, дотримуючись правил безпечної поведінки і в мережі, і в реальному житті.

Основними факторами, які спричиняють це явище, є: сучасні погляди на виховання, зокрема терпимість до проявів жорстокого поводження з дитиною; суспільна табування теми сексуального виховання; неготовність дорослих працювати в цій темі.

На сьогодні основним джерелом отримання знань про статеві стосунки для молоді виявляється саме інтернет. Саме мережа є місцем де молодь шукає і знаходить цікаву їй інформацію, а не звертається до батьків, педагогів, психологів. 4 % українських підлітків кажуть про те, що перші сексуальні стосунки були у віці 12-13 років, у 67 % підлітків у віці 15 років, у 35 % підлітків у віці 16-17 років. Тобто нині проблема статевого виховання нашої молоді вкрай актуальною [1].

Саме освіта та освітні заклади визнаються одними з дієвих інструментів для попередження насильства щодо дітей. Як було заявлено Комітетом з прав дитини, загальна мета освіти полягає в максимізації здатності і можливості дитини повноцінно і відповідально брати участь у вільному суспільстві.

Широка мережа закладів системи освіти (закладів дошкільної освіти, загальноосвітніх шкіл, училищ, коледжів, ліцеїв, гімназій, ЗВО та ін.), що охоплює практично все дитяче населення і значну частину молоді, та має унікальну можливість на всіх етапах освітнього процесу реалізовувати комплексні профілактичні програми [4].

Так на базі КЗВО «Дніпровська академія неперервної освіти» ДОР фахівцями навчально-методичної лабораторії здоров'язберігаючих технологій (НМЛЗТ) розроблено та впроваджуються:

1. Базовий тренінговий курс «ПОВАГА ЛЮБОВ СЕКС: сексуальна освіта для підлітків», який схвалено для використання в закладах загальної середньої освіти Науково-методичною комісією з проблем виховання дітей та учнівської молоді Науково-методичної Ради з питань освіти Міністерства освіти і науки України (протокол №3 від 21.06. 2019 р.). Метою курсу є поширення технологій збереження здоров'я підлітків та впровадження сучасних методів статевого виховання в освітній процес закладів загальної середньої освіти. Даний курс розроблено з урахуванням цілісного підходу до сексуальної освіти, на який спирається документ ВООЗ «Стандарти сексуальної освіти у Європі». 15 тренінгових занять проводяться один два рази на тиждень по 90 хв. кожне розроблено для підлітків віком 14-17 років [2].



На сьогодні тренінговий курс започатковано у 105 навчальних закладах Дніпропетровської області, підготовлено 127 тренерів з сексуальної освіти в Дніпропетровській області. Команда досвідчених тренерів впровадила тренінговий курс більше ніж для 1400 підлітків та провела інформаційні зустрічі для 2000 батьків.

2. Спеціалізований тренінговий курс «Безпека Online» (автори-укладачі: І.М. Кобзева, О. Є. Беленіннік), метою якого є системна просвітницька робота з формування навичок безпечної поведінки у інтернет просторі та можливості уникнути ризикованих ситуацій в мережі.

Комплексна програма тренінгового курсу «Безпека Online» з формування у підлітків та молоді безпечної поведінки містить п'ять тематичних занять:

Заняття 1. «Інтернет простір – територія моєї безпеки!».

Заняття 2. «Булінг та кібербулінг – не просто слова, а загроза для підлітка!».

Заняття 3. «Секстинг, спокушання онлайн – як не потрапити на гачок кривдника».

Заняття 4. «Секрети, які турбують – не мовчи, розкажи!».

Заняття 5. «Підтримка поряд!».

В основу програми тренінгового курсу покладено власний досвід роботи з підлітками та молоддю, напрацювання фахівців Українського фонду «Благополуччя дітей», щодо попередження сексуального насильства та сексуальної експлуатації у площині формування навичок безпечної поведінки.

У процесі реалізації програми застосовувалися такі методи та форми роботи: інформаційні повідомлення, мозкові штурми, кейс-стаді, відеообговорення, робота в малих групах з метою розробки правил безпечної поведінки в інформаційному просторі. З окремими підлітками та молоддю, у яких домінувала модель ризикованої поведінки, проводилися індивідуальні консультації психолого-педагогічними працівниками закладів освіти Дніпропетровської області.

На основі проведених занять з підлітками та молоддю в закладах середньої та вищої освіти фахівцями НМЛЗТ було виокремлено структурні компоненти, які сприяють формуванню навичок безпечної поведінки підлітків та молоді в інформаційному просторі: пізнавальний (обізнаність підлітків та молоді про плюси та мінуси інформаційного простору), навчальний (розвиток умінь та навичок безпечної діяльності в Інтернеті, ведення конструктивного діалогу з віртуальними співрозмовниками та вміння протистояти тиску з їхньої сторони, контролювати та спрямовувати свою діяльність в інформаційному просторі), мотиваційний (бажання підлітків та молоді убезпечити себе в Інтернеті, самовдосконалюватися у реальному та віртуальному житті, аналізувати власну поведінку в інформаційному просторі).

Пройшовши навчання за даними тренінговими курсами психолого-педагогічні працівники закладів освіти отримують ефективний просвітницький інструмент, завдяки якому вони мають можливість проводити тренінгові заняття з підлітками та молоддю, що сприятиме забезпеченню умов безпечної соціалізації особистості у соціальному просторі та формуванню культури інформаційної безпеки. Запропоновані авторами тренінгові курси є практичним інструментом не тільки для освітян, а й для батьків та інших відповідальних та небайдужих дорослих, які допоможуть дитині здобути знання, вміння та навички, необхідні для подальшого безпечного самостійного життя.

**Висновки.** Таким чином, питання інформаційно-психологічної безпеки є вкрай важливими, адже захоплення інформаційними технологіями та відсутність необхідних навичок у підлітків та молоді прогнозування ризиків у мережі може стати причиною небезпечних ситуацій у реальному житті. Важливо, аби підлітки та молодь усвідомили, що у процесі інформатизації людина стала інформаційно «прозорою». За наявності бажання і засобів будь-яка інформація щодо конкретної особистості може стати доступною і бути використана в корисливих цілях іншою особистістю, групою осіб. Авторами обґрунтовано, що формування у підлітків та молоді безпечної поведінки – це цілеспрямована системна просвітницька робота, яка ґрунтується на єдності цілей, завдань та умов і передбачає участь підлітків, їхніх батьків та психолого-педагогічних працівників щодо оволодіння навичками безпечної поведінки в інформаційному про-



сторі. Перспективу подальших досліджень у цьому напрямі вбачаємо у розробці тренінгових курсів щодо формування безпечної поведінки у дітей молодшого шкільного віку.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Кобзева І. М., Кравченко Л. А. Проблеми статевої просвіти підлітків. III Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Наука III тисячоліття: пошуки, проблеми, перспективи розвитку» (25-26 квітня 2019 р.) : збірник тез. Бердянськ : БДПУ, 2019., С. 217-218.
2. Самусь В. В., Кравченко Л. А., Кобзева І. М. Посібник для тренерів з сексуальної освіти «Повага. Любов. Секс». Дніпро, 2019. 211 с.
3. Черних О. О. Аналіз класифікацій загроз в Інтернеті. Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка № 1 (290), 2015. С. 281-289.
4. Kobzieva I. Formation of adolescent and youth outlook on sexual health in educational institutions. Mechanisms for ensuring sustainable development of society. Series of monographs Faculty of Architecture, Civil Engineering and Applied Arts Katowice School of Technology. Monograph 29, P. 299-311.

*The article deals with the problem of developing safe behavior of adolescents and youth in the information space. The role of educational institutions in preventing violence and ensuring the safety of adolescents and youth has been identified. Comprehensive prevention programs for promoting adolescent and youth health technologies have been proposed; systematic educational work on developing safe behaviors in the Internet. The article emphasizes that for the development of safe behavior of adolescents and young people it is necessary to observe the unity of requirements and cooperation of psychological and pedagogical workers and parents in this matter.*

**Keywords:** *adolescents and youth, safe behavior, information space, risks, Internet, violence, training courses.*

**Оксана Іванченко**

доцент кафедри видавничої справи, редагування  
і теорії інформації, кандидат наук із соціальних  
комунікацій

Черкаський національний університет  
імені Богдана Хмельницького

## **ЕКОЛОГІЧНА ПРОБЛЕМАТИКА ЯК ПРИВІД ДЛЯ МАНІПУЛЯЦІЇ В МЕДІА**

*Висвітлення проблем довкілля у ЗМІ набуло особливої актуальності останнім часом у зв'язку зі значним погіршенням екологічної ситуації на планеті. Під час сприймання матеріалу тема, яка є близькою і зрозумілою кожному читачеві, здатна формувати в реципієнтів різні, часом протилежні, погляди. Такі наслідки може викликати маніпуляція автора фактами.*

**Ключові слова:** маніпуляція громадською думкою, провокативний журналістський текст, екологічна проблематика.

*Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями.* Природні умови проживання людини на планеті в останні роки значно погіршилися. Збільшився розмір озонових дір, спостерігається глобальне потепління, змінюється клімат, катастрофічно швидко вичерпуються запаси корисних копалин, підвищується рівень океану внаслідок танення льодовиків, а сам океан забруднений відходами людської діяльності. Ці та подібні проблеми стали вже предметом щоденного висвітлення в ЗМІ, оскільки ситуація набула статусу екологічно катастрофи, а основною причиною її є сама людина.

Проте тема, яка, на перший погляд, може мати лише однозначну оцінку читача, набуває різного, часом протилежного, трактування. Акцентуючи увагу реципієнта на несподіваному другорядному факті, сумнівному дослідженні, винятковій позиції окремого науковця, політика чи громадського діяча, автор досягає поставленої мети – сформувати опозиційну думку до типового сприйняття проблеми.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій.* Проблема медіаграмотності населення у зв'язку зі стрімким розвитком медіасфери останнім часом набула особливої актуальності. В Україні 2016 року прийнята вже нова редакція «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні», головна ідея якої полягає у «підготовці дітей і молоді до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою медіа, формуванні у громадян медіаінформаційної грамотності і медіакультури відповідно до їхніх вікових, індивідуальних та інших особливостей» [9]. Дослідженням природи та наслідків впливу фейків і маніпуляцій займалось багато науковців, зокрема Н. Бондаровська, О. Волошенюк, В. Іванов, Ю. Казаков, О. Невмержицька, С. Пальчевський, С. Пензін, І. Пенчук, А. Федоров та ін.

Вивчаючи причини виникнення фейків, Г. Почепцов зауважує: «Фейки прийшли як відображення багатьох змін, що їх зазнає людська цивілізація. Під час цих трансформацій, які відбуваються на наших очах, по суті, і зникла правда, щоб потім відродитися у вигляді множинності фейків, де кожен може обрати правду до душі. І це вже зовсім інша правда, оскільки вона створюється під споживача інформації, а не об'єктивно» [12].

О. Голуб звертає увагу, що останнім часом під час роботи журналісти стикаються не стільки з фейками, як із маніпуляціями, де інформація має цілком правдоподібний вигляд і тому не викликає зайвої підозри [5].

Незважаючи на численні напрацювання дослідників, проблема медіаграмотності потребує подальшого вивчення, що пов'язане із недостатнім практичним використанням медіапотенціалу у сфері освіти, особистісного розвитку з урахуванням стрімких змін інформаційно-

го середовища та появи нових медіаінструментів. Це й обумовило необхідність детальнішого вивчення проблеми маніпуляцій у сучасних інформаційних каналах.

*Постановка завдань дослідження.* Метою роботи є виявлення можливості використання авторами медіатекстів на суспільно значущу і загалом однозначно трактовану тему маніпулятивних підходів для зміни громадської позиції читачів.

*Виклад основного матеріалу дослідження.* Природозахисники вже давно звертають увагу світу на невинуватене жорстоке поводження з тваринами, яких люди використовують для задоволення своїх споживацьких потреб. Ідеї, викладені в численних документальних фільмах, статтях, акціях протесту нарешті почали знаходити розуміння і підтримку – спостерігаємо масштабну відмову країн Європи від вироблення хутра, проведення лабораторних дослідів на тваринах у косметології, вегетаріанство позиціонується як здоровий спосіб харчування. Уподобання споживачів почали змінюватися та викликати зміну виробництва. Значно збільшилася кількість закладів харчування, що спеціалізуються на рослинній їжі. Щороку зростає кількість людей, які відмовляються носити одяг із натурального хутра. Причому серед охочих замінити його штучним є багато відомих та впливових осіб, лідерів думок, що робить ідею поширенішою. Відомі світові бренди одягу виключили натуральне хутро зі своїх колекцій, поширюючи моду на штучне. Суспільство починає відповідальніше ставитися до забезпечення власних потреб, зважаючи і на природу.

Однак екологи зовсім не схвалюють такі зміни, аргументуючи свою позицію шкодою, яку завдасть природі штучне волокно під час розкладання. Адже дешевий синтетичний одяг через свою доступність буде мати переважно нетривале використання, отже, хоч і врятує життя тварин, та заподіє значно більшої шкоди довкіллю. Тож усе частіше натрапляємо на статті, у яких автори закликають відмовитися від штучного хутра на користь натурального [14]. І навіть вдумливому читачеві у цій ситуації протилежних аргументів буде складно прийняти зважене рішення. Адже обидві сторони висвітлюють проблему, переконливо використовуючи необхідні факти та замовчуючи інші.

Надзвичайно актуальною у зв'язку із забрудненням навколишнього середовища стала тема використання пластику в побуті. Поширені в медіа документальні зображення забруднених ділянок океану, мертвих та понівечених пластиковими відходами тварин, інфографіка про час розкладання різних матеріалів, серед яких пластик займає останні позиції, тощо сприяли відмові багатьох людей, торговельних мереж та цілих країн від використання пакетів, одноразового посуду, засобів гігієни та ін., виготовлених з поліетилену, і заміні їх продукцією природного походження. Відтак, медіамережі наповнилися текстами як авторів-прихильників, так і противників цієї ідеї. Останні аргументують свою позицію тим, що відмова від штучних матеріалів усе одно тягне за собою знищення природи – вирубування дерев, убивство тварин, видобування корисних копалин. Тож висновок читача значною мірою залежатиме від переконливіших та наполегливіших авторів.

Прикладом такої маніпуляції громадською думкою стало цьогорічне обговорення черкаської міської новорічної ялинки. Проблема, піднята регіональними інтернет-ЗМІ, полягала в тому, що міська влада заздалегідь планувала купити для міста штучну ялинку, про що департамент освіти та гуманітарної політики оголосив тендер. Очікувана вартість ялинки разом із фотозонами та вуличними прикрасами складала 2,5 мільйона гривень. Однак тендер був зупинений у зв'язку із оскарженням приватним підприємцем в Антимонопольному комітеті через порушення процедури закупівлі. Опитування ж черкасців у соціальних мережах, проведене тим же департаментом, показало, що більшість (84 відсотки) жителів підтримують ідею штучної ялинки. Однак під час опитування уже фігурують інші цифри – вартість можливої оренди, а не купівлі штучної ялинки, а це 145,5 тисячі. Журналісти швидко відреагували на подію публікаціями про користь штучної ялинки для екології, адже вона могла б бути використана кількаразово. При цьому живі дерева, на відміну від попередніх років, коли Черкаси прикрашали справжні лісові красуні, не були б вирубані. Хоча одночасно в текстах ішлося про те, що гарантійний термін служби таких прикрас – не більше року.

Проте екоактивісти, серед яких є й черкаські журналісти, спочатку в соціальних мережах коментують результати опитування, привертаючи увагу до тривалого розкладання полімерного виробу, зважаючи на неможливість в українських реаліях його безпечної утилізації. Невдовзі в ЗМІ вже з'являються аналітичні матеріали про небезпеку штучної ялинки для екології. Автори підкріплюють свою позицію думкою науковців та громадських діячів-екологів, які пропонують компромісний варіант – металевий каркас заповнити гілками чи спеціально вирощеними для вирубування молодими соснами [11]. Але громадської думки ці статті вже змінити не встигли. На центральній площі міста була встановлена полімерна ялинка, яка викликала схвалення більшості містян. Таким чином, неповне, однобічне, розкриття суті проблеми в медіа спричинило викривлене сприйняття її читацькою аудиторією.

Показовою щодо можливостей маніпулятивного використання екотематики є інформаційна кампанія, пов'язана зі шведською школяркою Гретою Тунберг. Із раннього дитинства дівчинка переймалася проблемами довкілля так, що в 11-річному віці на нервовому ґрунті впала в депресію та тяжко захворіла. Із 15 років щоп'ятниці влаштовувала під будівлею шведського парламенту акції протесту, аби привернути увагу влади до питання екології. У вересні 2019 року виступила на Генасамблеї ООН з промовою, яка спричинила в ЗМІ широкий розголос про екоактивістку та її акції.

Грета Тунберг за досить короткий час стала зіркою медіа з мільйонами підписників з усього світу в соціальних мережах, і, одночасно, об'єктом для дискусій політиків, екологів, журналістів, для створення значної кількості фейкових та маніпулятивних матеріалів.

Так, морська подорож Грети на саміт ООН в США мала досить широке і неоднозначне висвітлення в ЗМІ. Прихильники екологічних ідей, які пропагує школярка, зосередилися на шкоді, якої завдають літаки для навколишнього середовища, та підтримці Грети Тунберг у її складній подорожі яхтою. Однак деякі медіа звернули увагу на те, що для транспортування яхти назад в Європу звідти в США літаком вилетіли моряки. А екіпаж яхти, який супроводжував дівчинку до Америки, назад також повертався літаком, що ставить під сумнів екологічну доцільність усієї акції [6; 13].

Пропуски занять у школі, неоднозначна функція батьків, велика вартість проведених заходів, сумнівність оприлюднених Г. Тунберг фотографій, залучення до руху політиків тощо – залежно від поставлених авторами матеріалів акцентів сприйняття та висновки читачів будуть різними. Як наслідок, маємо й мільйони прихильників висловлених ідей, і скептиків, а часом і противників, які вбачають в екоактивістці чийсь фінансовий та політичний проєкт.

Сама Г. Тунберг на сторінці в інстаграмі заявляє, що її ім'я й екологічний рух часто використовують для маніпуляції задля власної вигоди політики, торгові марки – з метою збільшення продажу продукції, шахраї – для збору коштів [7].

Значний вплив на клімат планети, на думку екологів, можуть спричинити масштабні лісові пожежі, які вирували протягом 2019 року в Сибіру, Бразилії та на початку 2020 – в Австралії. Наслідком пожеж стало вигорання великих площ лісу, загибель тварин, людські жертви. Саме медіа стали потужним ретранслятором кожної найменшої зміни в ситуації, на появу якої чекала аудиторія. Завдяки ЗМІ увага населення була зосереджена на кількох аспектах трагедії, що й формувало неоднорідну громадську думку щодо події.

Найбільше емоційне потрясіння в читача викликали матеріали про страждання людей і тварин під час пожежі в Австралії. Тож візуальний контент став найдієвішим засобом інформування, а отже, і впливу. Документальні кадри з місця події дозволили кожному реципієнтові особисто зробити висновки про те, що відбувалося. Однак згодом з'ясувалося, що не всі оприлюднені фотографії мали коректний чи правдивий опис зображення. Наприклад, один із найбільш вражаючих, знімок австралійського материка, розжареного від пожежі, представлений як фото із космосу, виявився інфографікою, створеною на основі супутникових даних НАСА у вигляді 3D-візуалізації фотографом Ентоні Херсі. А популярне зображення австралійської дівчинки, яка тримає на руках врятовану коалу на тлі пожежі, насправді є наслідком поєднання

кількох прошарків, поєднаних за допомогою фотошопу. Сіро-оранжеві хмари диму, наприклад, були сфотографовані під час виверження вулкану на Гаваях [1].

Неоднозначними виявилися і трактування самих пожеж. Залежно від факту, на якому автор акцентував увагу, читачі отримували підстави для різних, іноді цілком протилежних висновків. Так, окрім зосередження уваги на недостатніх чи взагалі відсутніх діях влади відповідних країн щодо ліквідації пожеж, навмисному підпалі лісу для зниження іміджу керівництва тощо, маємо інформацію про шкоду самих екологів, які, забороняючи робити санітарне очищення лісу від сухостою в Австралії, стали винуватцями пожежі [3].

Отже, сформувавши опозиційну думку до типового сприйняття проблеми та, відповідно, спровокувати читача на вигідну собі чи своєму замовникові реакцію автор може досить легко, задіявши маніпулятивні прийоми – зацентрувавши увагу реципієнта на несподіваному другорядному факті, сумнівному дослідженні, винятковій позиції окремого науковця, політика, громадського діяча тощо.

*Висновки та перспективи подальших досліджень.* Таким чином, використовуючи реальні факти, наукові аргументи, обґрунтовані твердження, автор може маніпулювати реципієнтом. І лише медіаграмотна читацька аудиторія здатна критично оцінювати зміст публікацій, виявляючи провокативний підтекст та маніпулятивні прийоми. Перспективи подальших розвідок вбачаємо у глибшому вивченні аферентної функції медіатекстів, зокрема тих, де застосовано маніпуляцію фактами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Австралія в огні: причини, фейки і прогнози [Електронний ресурс]. URL: <https://euroradio.fm/ru/avstraliya-v-ogne-prichiny-feyki-i-prognozy>.
2. Банников П., Соколова Т. Мифы и правда о Грете Тунберг и ее высказываниях [Електронний ресурс]. URL: <https://factcheck.kz/ecology/mify-i-pravda-o-grete-tunberg-i-eyo-vyskazyvaniyah/>.
3. Бразильська Амазонія палає. Показуємо масштаби пожеж у мапах та графіках [Електронний ресурс]. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-49454186>.
4. Бути медіаграмотним: десять необхідних компетентностей [Електронний ресурс]. URL: [https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/buti\\_mediagramotnim\\_desyat\\_neobkhidnih\\_kompetentnostey/](https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/buti_mediagramotnim_desyat_neobkhidnih_kompetentnostey/).
5. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. К.: ТОВ «Софія–А». 2016. 184с.
6. Грета Тунберг вернеться в Європу із США на катамаране [Електронний ресурс]. URL: <https://meduza.io/news/2019/11/13/greta-tunberg-vernetsya-v-evropu-iz-ssha-na-katamarane>.
7. Грета Тунберг вирішила зробити своє ім'я товарним знаком [Електронний ресурс]. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2020/01/30/7238873/>.
8. Иванов Н. Глобальное потепление оказалось фейком? [Електронний ресурс]. URL: <https://mirnov.ru/politika/sobytiya-v-mire/globalnoe-poteplenie-okazalos-feikom.html>.
9. Коцепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс]. URL: [https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya\\_vprovadzhennya\\_mediaosviti\\_v\\_ukraini\\_nova\\_redaktsiya/](https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/).
10. Медіаосвіта і медіаграмотність: підручник. – ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенко; за наук.ред. В. В. Різуна. К.: Центр вільної преси. 2012. 352 с.
11. Пластикова ялинка на головній площі Черкас. Чи виграє місто від такого вибору [Електронний ресурс]. URL: <https://hromadske.ck.ua/plastykova-yalynka/>.
12. Почепцов Г. Фейки и потеря правды / Георгий Почепцов. «Media Sapiens», 2018 [Електронний ресурс]. URL: [https://ms.detector.media/trends/1411978127/feyki\\_i\\_poterya\\_pravdy/](https://ms.detector.media/trends/1411978127/feyki_i_poterya_pravdy/).
13. Севастьянов Д. Грета Тунберг – профессиональные фейк, фото и хорошая жизнь на вранье [Електронний ресурс]. URL: <https://sevastianmos.livejournal.com/41595.html>.



14. Цыбуляк А. «Экошуба — это скорее не о спасении животных, а об убийстве экологии» [Электронный ресурс]. URL: [https://elle.ua/stil-zhizni/blog\\_stil\\_zhizni/ekoshuba--eto-ne-sovsem-o-spasenii-zhivotnih-a-o-ubiystve-ekologii/?fbclid=IwAR172nw\\_FNcFxcBvF4dOqurpnEKSuC\\_fkrRwIqgADJ0r8Y0iVfSOX16F4Q](https://elle.ua/stil-zhizni/blog_stil_zhizni/ekoshuba--eto-ne-sovsem-o-spasenii-zhivotnih-a-o-ubiystve-ekologii/?fbclid=IwAR172nw_FNcFxcBvF4dOqurpnEKSuC_fkrRwIqgADJ0r8Y0iVfSOX16F4Q).

*Media coverage of environmental issues has become particularly relevant in the recent past, due to the significant environmental degradation on the planet. During the perception of the material, a topic that is close and understandable to each reader is able to form in the recipients different, sometimes opposite, views. Such consequences can be caused by the author's manipulation of the facts.*

**Keywords:** *public opinion manipulation, provocative journalistic text, environmental issues.*

**Ірина Ладика**  
магістрантка кафедри нових медій  
факультету журналістики  
Львівський національний університет  
імені Івана Франка

## **РОЛЬ МЕДІА У ФОРМУВАННІ НАВИЧОК МЕДІАГРАМОТНОСТІ У СПОЖИВАЧІВ ІНФОРМАЦІЇ**

*У науковій статті ми спробували з'ясувати роль медіа у формуванні медіа грамотності у користувачів інформації, яку подають ЗМІ, прослідкувати кореляцію поміж якістю контенту, можливістю створювати медіамесиджі споживачам самотужки та ростом рівня медіаграмотності.*

**Ключові слова:** *медіаграмотність, медіа, ЗМІ, медіа продукція, перевірка інформації.*

**Постановка проблеми.** В інформаційному суспільстві користувачів глобальної мережі оточує повсюдний інформаційний шум. Почасти його створюють і медіа, поширюючи неперевірені новини, плітки, клікбейтні заголовки та відверті фейки, аби лише збільшити кількість заходів на сайт. Читачі сподіваються, що засоби масової інформації, яким вони довіряють, ретельно перевіряють дані, які поширюють, та на практиці це не завжди так. Часто медіа не свідомі того, яка велика відповідальність покладена на них, адже ЗМІ відіграють важливу роль у формуванні аудиторії навичок медіаграмотності у споживачів інформації. Якщо медіа ретельно ставляться до перевірки інформації, подають лише підтвержені факти, то й у їхніх споживачів «підвищується» планка споживання медіаконтенту.

**Аналіз останніх досліджень.** До проблеми медіаграмотності зверталися різні дослідники: Борис Потятиник, Наталка Габор, Володимир Різун, Василь Шкляр, Микола Тимошик [6]. Класичні праці Г. Лассуела і М. Маклюєна формують теоретичні підґрунтя для дослідження проблем функціонування медіапростору. Н. Габор, С. Квіт, В. Різун, Л. Павлюк, Б. Потятиник, І. Михайлін, Л. Саєнкова внесли чималий вклад у розвиток просвітництва у сфері медіаосвіти. Теорії інформаційного суспільства і діяльність сучасних ЗМІ у критичному аспекті розглядають у своїх дослідженнях Е. Андрунас, О. Вартанова, Г. Вебстер, М. Землянова, Ю. Качанова, І. Засурський, В. Конецька, О. Соколова [7].

**Завдання дослідження.** Перед собою ми поставили такі завдання:

- 1) вивчити історіографію питання;
- 2) проаналізувати кореляцію між медіаконтентом та медіаграмотністю його споживачів;
- 3) дослідити вплив медіа на формування навичок медіаграмотності у користувачів.

**Виклад основного матеріалу.** Щоб вивчити історіографію проблеми, пов'язаної із кореляцією медіаграмотності та медіа, ми звернулися найперше до закордонного досвіду. Причому, «американська науковиця П. Офдерхейд вважає, що медіаграмотність має на меті розвиток у людини «критичної автономії щодо медіа» [4]. На думку дослідниці, «пріоритетним у медіаграмотності є широкий спектр інформування у громадянській, соціальній, споживацькій сфері стосовно критичного сприйняття та творчості» [4]. Головним у цьому погляді, безперечно, є не роль медіа (відображення чи репрезентація), а проактивне ставлення людини до пізнання медіа. ЗМІ тут виступають самостійним утворенням, стосовно якого важливо зберігати самостійність та сприймати його критично» [4].

Для комплексного розкриття теми, заявленої у назві нашої роботи, цікавим також є ознайомлення із поглядами дослідника С. фон Файлітзен. Він переконаний, що медіаосвіта означає критичне мислення (critical thinking). Суттєвим елементом його розвитку є створення учнями власної медіапродукції. На думку науковця, медіаосвіта потрібна для активної участі

не лише у демократичному процесі, але й і в процесі глобалізації. Вона має засновуватися на вивченні усіх видів медіа. Тобто, підсумовує медіезнавець, створення власної медіапродукції є необхідним елементом у процесі медіаосвіти.

Тут варто зазначити, що «медіатекст, на відміну від звичайного тексту, – є витвором масовоінформаційної діяльності та масової комунікації, що має на меті вплинути, переконати. А це означає, що медіатекст можливо потлумачити як особливий різновид інформаційного і впливового дискурсу» [10, 78].

Аналогічного погляду дотримується К. Тайнер. Дослідник пропонує такі шляхи використання аудіовізуальних ЗМІ: 1) аналіз медіапродукції (розвиток критичного мислення), який може мати міждисциплінарний та інтерактивний характер; 2) участь у створенні навчальної медіапродукції, що передбачає спільний вибір теми, змісту, концепції, шляхів практичної реалізації проекту; 3) розробка критеріїв оцінювання, яке здійснюють спільно вчителі й учні.

Варто зауважити, що серед дослідників та дослідниць побутує думка, що медіаосвіта – це вивчення медіа. Причому воно відрізняється від навчання за допомогою медіа. Медіаосвіта одночасно пов'язана з пізнанням того, як створюються і розповсюджуються медіатексти, а також із розвитком аналітичних здібностей для інтерпретації та оцінки їхнього змісту. Для порівняння вивчення медіа (media studies), як правило, пов'язується із практичною роботою зі створення медіатекстів. І медіаосвіта, і вивчення медіа спрямовані на досягнення цілей медіаграмотності (media literacy). Закономірністю тут є отримання медіаосвіти не лише суто від навчання за допомогою медіа, але й і від вивчення самих медіа. Чіткою також є вказівка на мету медіаосвіти – досягнення медіаграмотності [4].

Засоби масової інформації масово атакують людську свідомість та підсвідомість в умовах інформаційного суспільства. Тому зростає запит та необхідність розвитку умінь та навичок адаптуватися до нових умов життя у ХХІ столітті особливої значимості набуває розвиток медіаграмотності (або ж медіакомпетентності) [1].

Оксфордська енциклопедія дає цьому поняттю таке визначення: ««Медіаграмотність» (media literacy) – це процес підготовки людини, що володіє розвиненою здатністю до сприйняття, створенню, аналізу, оцінці медіатекстів, до розуміння соціокультурного та політичного контексту функціонування медіа в сучасному світі, кодових і репрезентаційних систем, використовуваних медіа; життя такої людини в суспільстві і світі пов'язані з громадянською відповідальністю» [13].

Медіакомпетентність у документах Ради Європи визначено як «критичне та вдумливе ставлення до засобів масової інформації задля виховання відповідальних громадян, здатних висловити власні судження на основі отриманої інформації, що дає їм можливість використовувати необхідну інформацію, аналізувати її, ідентифікувати економічні, політичні, соціальні та/ або культурні інтереси, які з нею пов'язані, інтерпретувати і створювати повідомлення, вибирати найбільш відповідні для комунікації медіа, а також дає людям змогу здійснювати їх право на свободу самовираження та інформацію, що не тільки сприяє особистому розвитку, але також збільшує соціальну участь і інтерактивність» [12].

Медіаграмотність — це набір компетентностей, необхідних для активної й усвідомленої участі у житті медійного суспільства, тобто інформаційного суспільства, суспільства ХХІ століття. Теперішнє медіа суспільство — це суспільство 2.0[2]. Тобто інформаційне суспільство, яке спілкується, ділиться інформацією, отримує нові знання, влаштовує соціальні акції та флешмоби у віртуальному просторі.

В основі медіа грамотності лежить така 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 [9].

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 [9]. 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.

Наслідок низького рівня медіа грамотності – перекося у розподілі відповідей на запитання щодо довіри до засобів масової інформації. Причина у тому, що вибір конкретного мас-медіа визначається не лише певним дійсним рівнем довіри до нього, скільки комфортністю його використання. Традиційні ЗМІ завдяки лімітованому об'єму інформації значно спрощують процес її сприйняття. А відсутність у аудиторії навичок роботи з великими обсягами інформації спонукають її звертатися до більш простих та зрозумілих [5, 16].

Міжнародна організація ЮНЕСКО [11] опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної. Відповідно до них, «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.

Згідно з принципами ЮНЕСКО, «кожен громадянин – творець 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 [6].

Ще одним принципом є те, що «інформація, знання та повідомлення не завжди є нейтральними, незалежними чи неупередженими. Будь-яка концептуалізація, використання і застосування МІП повинна зробити це твердження прозорим і зрозумілим для всіх громадян». 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 [6]. «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» [6].

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 [6, Ладика].

Осмилення, аналіз та рефлексія щодо інформації з Інтернет-джерел в умовах інформаційного перевантаження потребує певного інтелектуального рівня та критичного підходу до аналізу інформації. Одне із визначень критичного мислення – спроможність використовувати

певні прийоми обробки інформації, що дозволяють отримати бажаний результат. До основних рис критичного мислення слід віднести такі уміння: робити логічні умовиводи; ухвалювати обґрунтовані рішення; давати оцінку позитивних та негативних рис як отриманої інформації, так і самого розумового процесу; спрямованість на результат. Окрім здатності до критичного мислення для розуміння процесів у сучасному медіа середовищі, людина повинна володіти особливими знаннями, комунікативними та інформаційними вміннями та навичками, які формуються у процесі організованої та цілеспрямованої медіаосвіти [5, 16]. Шведський медіаосвітянин та педагог, куратор шведського медіаосвітнього порталу Йоран Андерсон [3] 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 [6].

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 перевіривши. Для цього і потрібно володіти медіаграмотністю – щоб не вірити жодним відомостям до їхньої перевірки [6].

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 [6].

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 [6].

**Висновки.** Отже, провівши невелике дослідження на тему «Роль медіа у формуванні навичок медіаграмотності у споживачів інформації», можемо зробити такі висновки: тема медіа грамотності неодноразово опинялася у центрі уваги дослідників та медіаекспертів, водночас не так багато наукових праць присвячено темі кореляції якості медійного контенту та укріплення медіаграмотності. Водночас саме медіа відповідальні за формування уявлення споживачів інформації про те, яким має бути якісний контент у засобах масової інформації. До того ж, у XXI столітті, коли користувачі та споживачі перетворюються на творців контенту, але не мають перед собою прикладів його належного та якісного творення. Усе це погіршує умови для формування навичок медіаграмотності, особливо у дітей. Вважаємо тему нашого невеликого дослідження доволі перспективною для подальших наукових пошуків. Нашу ж роботу можна використовувати під час викладання курсів медіакритики, критики нових медій, філософії нових медій, медіаекології у закладах вищої освіти.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бойко С. Медіаграмотність як основа інформаційно-психологічної безпеки особистості в сучасних умовах. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://pedagogyviv.org.ua/zhurnaly/december\\_2015.pdf](http://pedagogyviv.org.ua/zhurnaly/december_2015.pdf)
2. Бути медіаграмотним: 10 необхідних компетентностей.– [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/buti\\_mediagramotnim\\_desyat\\_neobkhidnikh\\_kompetentnostey/](http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/buti_mediagramotnim_desyat_neobkhidnikh_kompetentnostey/)
3. 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-pravyyla-korystuvannia-feisbukom-vid-yorana-andersona.html>
4. Іванов В., Шкоба О. Медіаосвіта та медіаграмотність: визначення термінів. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [irbis-nbuv.gov.ua > cgi-bin > irbis\\_nbuv > cgiirbis\\_64](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64)
5. Каверіна А. Кореляція джерел масової інформації з рівнем медіа грамотності. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/6143/Polit%20filos%20cots%202015.pdf?sequence=1#page=15>
6. Ладика І. Медіаграмотність як сучасна потреба інформаційного суспільства. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.researchgate.net/profile/Hanna\\_ganna\\_Anna\\_Onkovych/publication/333579480\\_Zbirnik\\_statej\\_Sostoi\\_miznarodnoi\\_naukovo-metodicnoi\\_konferencii\\_z\\_mediaosviti\\_ta\\_mediagramotnosti\\_20-21\\_kvitna\\_2018\\_rik\\_PRAKTICNA\\_MEDIAGRAMOTNIST\\_MIZNARODNIJ\\_DOSVID\\_TA\\_UKRAINSKI\\_PERSPEKTIVI/links/5cf5465aa6fdcc847502c48f/Zbirnik-statej-Sostoi-miznarodnoi-naukovo-metodicnoi-konferencii-z-mediaosviti-ta-mediagramotnosti-20-21-kvitna-2018-rik-PRAKTICNA-MEDIAGRAMOTNIST-MIZNARODNIJ-DOSVID-TA-UKRAINSKI-PERSPEKTIVI.pdf#page=38](https://www.researchgate.net/profile/Hanna_ganna_Anna_Onkovych/publication/333579480_Zbirnik_statej_Sostoi_miznarodnoi_naukovo-metodicnoi_konferencii_z_mediaosviti_ta_mediagramotnosti_20-21_kvitna_2018_rik_PRAKTICNA_MEDIAGRAMOTNIST_MIZNARODNIJ_DOSVID_TA_UKRAINSKI_PERSPEKTIVI/links/5cf5465aa6fdcc847502c48f/Zbirnik-statej-Sostoi-miznarodnoi-naukovo-metodicnoi-konferencii-z-mediaosviti-ta-mediagramotnosti-20-21-kvitna-2018-rik-PRAKTICNA-MEDIAGRAMOTNIST-MIZNARODNIJ-DOSVID-TA-UKRAINSKI-PERSPEKTIVI.pdf#page=38)
7. Нерсесян Г. Медіаграмотність молоді — запорука протидії інформаційній агресії. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.investplan.com.ua/pdf/6\\_2018/14.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/6_2018/14.pdf)
8. Плахта Д. Медіаосвітня вакцинація. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/polityka/mediaosvitnya-vakcynasiya>
9. 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>
10. Попкова О. Мовна економія як запорука успішної медіаграмотності. — [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.researchgate.net/profile/Hanna\\_ganna\\_Anna\\_Onkovych/publication/334599989\\_Pedagogicna\\_blogodidaktika\\_ta\\_ii\\_skladniki/links/5d34ef854585153e59166fa8/Pedagogicna-blogodidaktika-ta-ii-skladniki.pdf#page=76](https://www.researchgate.net/profile/Hanna_ganna_Anna_Onkovych/publication/334599989_Pedagogicna_blogodidaktika_ta_ii_skladniki/links/5d34ef854585153e59166fa8/Pedagogicna-blogodidaktika-ta-ii-skladniki.pdf#page=76)
11. 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/](http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko_opublikovala_pyat_printsipiv_mediynoi_ta_informatsiynoi_gramotnosti/)
12. Council of Europe, 2000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://assembly.coe.int/main.asp?Link=/documents/adoptedtext/ta00/erec1466.htm>
13. International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences. Vol. 14 / Eds. N. J. Smelser & P. B. Baltes. – Oxford, 2001. – P. 9494/)

*In a scholarly article, we tried to find out the role of media in shaping media literacy among media users, to track the correlation between content quality, the ability to create media mixes for consumers on their own, and the rise in media literacy.*

**Keywords:** *media literacy, media, media, media production, verification of information.*

**Олександр Тягло**

доктор філософських наук, професор,  
професор кафедри соціально-гуманітарних  
дисциплін

Харківський національний університет  
внутрішніх справ

## **ЯК ВИХОВУВАТИ ВМІННЯ ПРОТИДІЯТИ ТОКСИЧНИМ ІНФОРМАЦІЙНИМ ВПЛИВАМ?**

*Розвідка спирається на припущення, що за вихідну матрицю організації (само)виховання медіаграмотності, вміння протидіяти токсичним інформаційним впливам загалом розумно обрати структуру процесу (само)виховання критичного мислення. Основні дані щодо природи критичного мислення і процесу його виховання запозичені, насамперед, з відомого звіту Пітера А. Фасіоуна про дослідження, виконане з лютого 1988 по листопад 1989 року. Цей процес включає низку стадій, що йдуть одна за одною протягом десятиліть: інтродукційна стадія, стадія практики й інтегрування, а також стадія узагальненого переносу. Роз'яснено також, що визначена у такий спосіб універсальна матриця організації (само)виховання протидіяти токсичним інформаційним впливам різного роду потребує додаткового пристосування до різноманітних освітніх традицій і суспільних ситуацій, зокрема до ситуації у сучасній Україні.*

**Ключові слова:** токсичний інформаційний вплив, медіаграмотність, критичне мислення, Пітер А. Фасіоун, Україна.

**Постановка проблеми.** Вміння ефективно протидіяти нетривіально-токсичному контенту інформаційних впливів є ані природженим, ані таким, що автоматично набувається в процесі природної соціалізації: воно – справа особливої синергії самої людини і низки суспільних інститутів, насамперед освіти. Ця синергія – не швидкоплинний акт, а тривалий процес, який, ґрунтуючись на освіті й самоосвіті протягом усього життя, визначає не тільки конкурентоспроможність того чи іншого сучасного фахівця, а і дієздатність громадянина демократичної держави. Та чи існує сьогодні повне і ясне розуміння цього процесу? Не претендуючи на вичерпну відповідь на поставлене запитання, спробую далі окреслити принаймні деякі її суттєві складові. При цьому спиратимусь на базові відомості щодо природи критичного мислення (КМ) і процесу його (само)виховання, оскільки воно, як відомо, виявляється необхідною складовою медіаграмотності, вміння протидіяти токсичним інформаційним впливам різного роду загалом.

### **Що являє собою вміння критичного мислення?**

До середини 80-х років минулого століття у Північній Америці феномен КМ досяг такого рівня суспільної затребуваності і поширення, який не тільки допускає, а й вимагає ретельного вивчення й наукової оцінки. Одне з фундаментальних досліджень в такому зв'язку було проведене на замовлення Американської філософської асоціації за підтримки Каліфорнійського університету у Фуллертоні з лютого 1988 по листопад 1989 року. Воно виконувалось за Дельфі-методом із залученням 47 визнаних в полі освіти експертів. Звіт про це дослідження опублікований його науковим модератором Пітером А. Фасіоуном.

*На нашу думку, у консенсусний спосіб заявили учасники дослідження, критичне мислення має бути цілеспрямованим, здатним до саморегуляції процесом судження, що здійснюється через інтерпретацію, аналіз, оцінку і виведення висновків, а також через усвідомлення фактологічних, концептуальних, методологічних, критеріологічних чи контекстуальних засад, на яких це судження базується. Критичне мислення необхідне як знаряддя дослідницького пошуку (inquiry). Будучи таким, воно є силою вивільнення в освіті й потужним ресурсом*

особистого та громадянського життя. Не співпадаючи з добрим мисленням (*good thinking*), КМ виявляється усюди проникаючим і здатним до самовиправлення людським феноменом. Ідеальна критично мисляча особа завжди допитлива, добре поінформована, упевнена у розумі, неупереджена, гнучка, справедлива в оцінках, чесна у визнанні своїх прихильностей, зважена у рішеннях, здатна до перегляду власної позиції, ясна у висловлюваннях з обговорюваних питань, впорядковано діюча у складних справах, старанна у пошуку відповідної інформації, розсудлива у доборі критеріїв, зосереджена на пошуку і наполеглива у віднайденні результатів, точних настільки, наскільки дозволяє предмет і обставини дослідження. Тож виховання добре критично мислячих осіб є роботою з досягнення визначеного ідеалу. Воно поєднує розвиток вмінь КМ з плеканням відповідних диспозицій, що в результаті приносить корисні прозріння і становить основу раціонального та демократичного суспільства [1, р. 2].

Роз'ясненню й обґрунтуванню цієї короткої заяви та прямо пов'язаних з нею питань присвячена решта звіту П. А. Фасіоуна. Але зараз обмежусь лише двома зауваженнями.

По-перше, не кожен корисний когнітивний процес слід вважати критичним мисленням. Не будь-яке цінне вміння мислити є вмінням КМ. КМ виявляється одним із сімейства щільно пов'язаних форм мислення вищого порядку (*higher-order thinking*) – урівні, наприклад, з вмінням розв'язувати проблеми, виробляти рішення чи мислити творчо [1, р. 5].

Наведене зауваження дотепер зберігає актуальність для вітчизняної публіки, оскільки спостерігаються непоодинокі спроби «згорнути усе до однієї купи» з брендом «Критичне мислення». Однак такі спроби позбавляють поняття КМ визначеності, вносять плутанину у цілі й засоби опанування вмінням мислити критично (див., напр., [2], [3]). Слід зрозуміти, окрім того, що стратегічно зусилля потрібно спрямовувати на виховання не КМ самого по собі, а мислення вищого порядку, невід'ємною – але тільки однією – складовою якого є КМ.

По-друге, повної концептуалізації КМ чи ґрунтованого на ній плідного його (само)виховання не досягнути без урахування хоча і взаємопов'язаних, однак якісно відмінних *вимірів: когнітивного та афективного*. Перший враховує когнітивні, або пізнавальні, вміння і диспозиції, а другий – афективні диспозиції.

До центральних для КМ когнітивних вмінь експерти фактично одностайно ( $N > 95\%$ ) віднесли *аналіз, оцінку і виведення висновків*. Сильна згода ( $N > 87\%$ ) виявилась щодо включення до цього осердя КМ *інтерпретації, пояснення і саморегуляції*, яка включає *самоконтроль і самовиправлення* [1, р. 3-4, 6]. Без надмірного спрощення можна вважати, що зазначені когнітивні вміння в основному ґрунтуються на природній логіці чи на науці логіки, а також на здатності розуміння чи на герменевтиці: це вміння, що схоплюються у наукових поняттях, піддають раціональній алгоритмізації та навчанню.

Натомість у описі афективних диспозицій учасники дослідження не спромоглися уникнути майже художніх метафор. На їх думку, *існує критичний дух (critical spirit), невгамовна допитливість, загостреність думки, ревна відданість правильному мисленню, жага надійної інформації, що властиве добре критично мислячим особам, але відсутнє у тих, хто критично мислить слабо. Як вода живе в рослин, так афективні диспозиції створюють підґрунтя для укорінення і розквіту визначених вмінь КМ у тих, хто навчається* [1, р. 11].

Афективні диспозиції, як видається, виходять за межі раціонального і навіть свідомого – у несвідоме, індивідуальне чи соціальне, у природні задатки людини чи у «з молоком матері всмоктані» цінності й звички різноманітних людських спільнот. Тож якщо засадничим для КМ когнітивним вмінням чи, так би мовити, його когнітивному вмісту можна навчати(ся) за точно встановленими загальними алгоритмами, то відповідні афективні диспозиції людини слід якомога раніше починати плекати у ситуативно-залежні і майже мистецькі способи – як висхідні й до певної міри втаємничені підвалини її мислення, життєдіяльності загалом.

Не входячи зараз у глибини розгляду когнітивного і афективного вимірів людської психіки, можна зрозуміти, що відповідні афективні диспозиції становлять необхідне підґрунтя систематичної реалізації когнітивного вмісту КМ: без них воно «зависає у повітрі», залишаючись скоріше можливістю мислити критично. Даний висновок видається слушним узагальни-

ти і для засад (само)виховання вміння регулярної протидії токсичним інформаційним впливам: без плекання *невгамовної допитливості й відданості правильному мисленню*, без вкорінення у психіці *жаги надійної інформації* такого роду протидія з боку навіть достатньо навченої, когнітивно бездоганної людини не буде систематичною. Більше того, за сучасних умов різноманітних інформаційних зіткнень, що часто криють у собі загрози іміджевих, статусних чи інших втрат, бажана протидія навряд чи набуватиме реальності.

### **Як виховувати критично мислячу людину?**

З огляду на думку щодо, принаймні почасті, несвідомої природи афективних диспозицій стає зрозумілішим помітне розходження експертів у ставленні до них. Значна більшість (83%) погодилась, що добре критично мислячій людині притаманні належні афективні диспозиції, але тільки 61% учасників дослідження наполягали на посиленні на них у концептуалізації власне КМ [1, р. 11-14]. Так або інакше, але виглядає доцільнішим не навчати КМ самому по собі, а *виховувати критично мислячу людину*: розвиток вміння КМ має знаходити належне підґрунтя у відповідних когнітивних і афективних диспозиціях. Розпочинати цей процес слід змалку, варіюючи проміжні цілі і способи протягом, щонайменше, дитсадку, шкільної й університетської освіти.

*Свідома увага до виховання (fostering) вмінь і диспозицій КМ – мета освіти за усією програмою К-12. Плекання диспозицій КМ, наголос на представленні й оцінці резонів має бути органічною частиною освіти в елементарній школі. У середній школі відомості щодо різних аспектів і застосувань КМ потрібно інтегрувати до усіх навчальних предметів. А для вступників до коледжів і студентів слід розробити особливі програми вищого рівня та курси з КМ. Хоча в освіті після школи програми з КМ найчастіше асоціюються з кафедрами філософії, ніяк не можна обмежувати в участі у них жоден академічний підрозділ. Адже всеохоплюючі програми з КМ у вишах надаватимуть студентам змогу застосовувати КМ у широкому спектрі тем, обговорюваних питань і проблем [1, р. 15-16]<sup>1</sup>.*

З наведеного фрагменту зрозуміло, перш за все, що в процесі виховання КМ – з огляду як на вміння, так і на диспозиції – виділено низку послідовних стадій. Надалі, вже в обговоренні оцінки КМ, експерти відзначили *інтродукційну стадію, стадію практики, стадію інтегрування, а також стадію узагальненого переносу* [1, р. 17]. Через співставлення цих двох поділів доходжу висновку, що інтродукційна стадія, в значній мірі спрямована на плекання афективних і когнітивних диспозицій, укорінених, зокрема, у дитячій допитливості, природно відповідає дошкільній підготовці та початковій школі; стадії практики й інтегрування, тобто оволодіння КМ на рівні одиничного та особливого інтегрування у різні навчальні предмети – навчанню у середній школі; стадії узагальненого переносу досягають ті, хто, одержуючи вищу освіту, сходять до сутності КМ, осягають його універсальні форми, норми, стандарти<sup>2</sup>.

Визначені північноамериканськими експертами стадії виховання КМ мають загальну природу, їх врахування актуальне і для вітчизняної системи освіти. Однак при цьому не припустимо ігнорувати певні особливості, наприклад те, що на першому курсі наших вишів поширеним є курс загальної логіки. Це – сприятлива обставина, здатна полегшити і підвищити ефективність навчання КМ.

«Схрещування» звичного для вітчизняних вишів курсу логіки і північноамериканського доробку у сфері КМ несе позитивні наслідки для засвоєння як КМ, так і логіки. Викладання КМ, практиковане мною в кількох університетах Харкова, має ще і таку особливість – доповнення матеріалом щодо творчого мислення та основ композиції наукових праць. Тож пропо-

1 Аббревіатура К-12 позначає програму дошкільної підготовки (kindergarten) й усіх рівнів повної середньої освіти, загалом зазвичай від чотирьохрічного до сімнадцятирічного віку.

2 Визначені стадії, як видається, не пов'язані з певним віком жорстко: можна намагатися (само) виховувати вміння КМ і у більш або менш зрілому віці. Однак чи будуть подібні намагання завжди і цілком вдалими, наприклад, коли вже укорінилися афективні й когнітивні диспозиції, протилежні тим, що сприяють засвоєнню та практикуванню КМ?! Тож найбільш ефективно усе ж розпочинати процес виховання критично мислячої людини змалку.



нований курс не обмежується поданням КМ, почасти орієнтуючись на вироблення *мислення вищого порядку* (докладніше див. [4], [5], [6]).

Разом з тим досвід свідчить, що сьогодні навчання КМ у вітчизняних вишах досить часто не дає бажаних результатів. Одна з головних причин у тому, що стадії виховання КМ у дитсадках і школах, як правило, губляться. Окрім того, освітня система, що дісталася нам від радянських часів і часто-густо відтворюється дотепер, не спрямована на плекання базових для КМ когнітивних та афективних диспозицій (докладніше див., напр., [6, с. 247-248]).

Виділені стадії виховання КМ й їх основні характеристики загалом можуть бути, на мою думку, екстрапольовані й на процес (само)виховання вміння протидіяти токсичним інформаційним впливам. До сказаного доречно додати, що на цьому еволюція вмінь КМ чи, зокрема, медіаграмотності зовсім не завершується – вони отримують сталу перспективу всебічного вдосконалення протягом усього життя, насамперед через самоосвіту і регулярну самостійну практику.

Ґрунтована на ідеях і висновках звіту П. А. Фасіюна організація розглядуваних процесів вимагає осучаснення, оскільки з того часу людське буття зазнало істотних змін. Одна з найголовніших серед них вдало схоплена російським фахівцем Андрієм Курпатовим, за яким *ми переміщуємося із галактики Гутенберга до галактики Цукерберга, із цивілізації текстів й системного мислення до цивілізації зорових образів, де немає ані аналітичного мислення, ані системного* [7]. Зазначене твердження вимагає подальшого комплексного критичного осмислення. Однак вже зрозуміло, що поряд зі створенням якісно нових можливостей продукування, отримання чи використання небачених раніше обсягів та видів інформації, практично миттєвого «електронного» спілкування з різноманітними комунікантами, іншими позитивами воно несе з собою і серйозні загрози, зокрема, виродження як критичного, так і творчого мислення, цифровий аутизм<sup>3</sup>. Як цим загрозам протидіяти? Не маючи жодних ілюзій щодо простого рецепту розв'язання наявної проблеми, можна поки що погодитися з вихідними пропозиціями Курпатова: дотримання цифрової гігієни, насамперед у дитячому, підлітковому й юнацькому віці, збільшення кількості «живих» соціальних комунікацій. Зрозуміло, що за сучасних умов ці чи складніші заходи мають спиратися не стільки на примус, скільки на синергію диференційованого виховного заохочення й афективно та когнітивно уґрунтованої активності самої людини.

**Основні висновки.** Оскільки вміння критичного мислення є необхідною складовою вмілої протидії токсичному контенту інформаційних впливів різного роду, я обираю структурований процес (само)виховання КМ за, так би мовити, вихідну матрицю організації (само)виховання медіаграмотності, протидії токсичним інформаційним впливам різного роду загалом.

КМ у тому розумінні, в якому воно розглядається у моїй розвідці, це динамічне явище на перетині, зокрема, освіти, науки, політики і економіки, викликане до життя становленням глобального інформаційного суспільства. Базові відомості щодо природи КМ і процесу його (само)виховання запозичені, насамперед, зі звіту Пітера А. Фасіюна щодо модерзованого ним дослідження, виконаного з лютого 1988 по листопад 1989 року за Дельфі-методом із залученням 47 визнаних в полі освіти експертів.

Як вміння КМ, так і вміння протидії токсичним інформаційним впливам потрібно вивчати та, зрештою, виховувати з огляду на відповідні когнітивні й афективні диспозиції. Без плекання невгамовної допитливості й відданості правильному мисленню, без вкорінення у психіці жаги надійної інформації такого роду протидія з боку навіть достатньо навченої, когнітивно бездоганної людини навряд чи буде чимось більшим за малоймовірні випадки.

Процес виховання критично мислячої людини, готової регулярно і успішно протидіяти

3 Французький нейропсихолог Мішель Демюрже у книзі «Фабрика цифрових кретинів», виданій у 2019 році, відзначив негативні наслідки тривалого використання різних «екранів» підростаючим поколінням. Це відставання у розвитку мовлення у наймолодших, проблеми з моторикою, порушення пам'яті, погана концентрація, порушення сну, зниження креативності й численні емоційні розлади (депресія, агресивність і т. ін.) [8],[9].



токсичним інформаційним впливам, бажано починати з дитсадка, щонайменше він має тривати протягом дошкільної, шкільної й університетської освіти. Цей процес передбачає низку послідовних стадій: за звітом П. А. Фасіоуна це інтродукційна стадія, стадії практики та інтегрування, а також стадія узагальненого переносу. Інтродукційна стадія, в значній мірі спрямована на плекання афективних і когнітивних диспозицій, укорінених, зокрема, у дитячій допитливості, природно відповідає дошкільній підготовці та початковій школі; стадії практики й інтегрування, тобто оволодіння КМ на рівні одиничного та особливого інтегрування до різних навчальних предметів – навчанню у середній школі; стадії узагальненого переносу досягають ті, хто, одержуючи вищу освіту, сходять до сутності КМ, осягають його універсальні форми, норми, стандарти. Коли якась з стадій губиться, ефективність (само)виховання і, зрештою, подальшого практикування КМ та ґрунтованої на ньому протидії токсичному контенту інформаційних впливів може бути зведена нанівець.

Як структурований процес (само)виховання КМ, так і визначена ним універсальна матриця організації (само)виховання медіаграмотності, протидії токсичним інформаційним впливам різного роду потребує додаткового пристосування до місцевих освітніх традицій чи соціальних ситуацій. Так, наприклад, в Україні має значення те, що в наших вишах є поширеним курс загальної логіки: його «схрещування» з північноамериканським доробком у сфері КМ несе позитивні наслідки для засвоєння і логіки, і КМ, і медіаграмотності... А з огляду на фундаментальні зміни сучасного буття вимагають подальшого критичного осмислення і відповідних контрзаходів загрози переміщення людства, за висловом А. Курпатова, із галактики Гутенберга до галактики Цукерберга.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Facione Peter A. (1990). Critical Thinking: A Statement of Expert Consensus for Purposes of Educational Assessment and Instruction. Executive Summary. "The Delfi Report". Millbrae, CA: The California Academic Press. URL: <https://www.qcc.cuny.edu/SocialSciences/ppacorino/CT-Expert-Report.pdf>
2. Терно С. (2012). Світ критичного мислення: образ та мімікрія. Історія в сучасній школі, 7-8. 27-38.
3. Тягло О. В. (2017). Критичне мислення в дії, або Досвід критичної рецензії. Постметодика, 1(126). 8-13. URL: [https://www.researchgate.net/publication/338177984\\_Taglo\\_OV\\_Kriticne\\_mislenna\\_v\\_dii\\_abo\\_Dosvid\\_kriticnoi\\_recenzii](https://www.researchgate.net/publication/338177984_Taglo_OV_Kriticne_mislenna_v_dii_abo_Dosvid_kriticnoi_recenzii)
4. Тягло О. В. (2008). Критичне мислення: навчальний посібник. Харків : Видавництво «Основа».
5. Тягло А. В. (2013). «Наука рассуждать» в «быстром мире». Философские науки, 3. 129-136. URL: [https://www.researchgate.net/publication/321808193\\_Nauka\\_rassuzdat\\_v\\_bystrom\\_mire](https://www.researchgate.net/publication/321808193_Nauka_rassuzdat_v_bystrom_mire)
6. Тягло О. В. (2017). Досвід засвоєння критичного мислення в українській вищій школі. Філософія освіти. Philosophy of Education, 2(21). 240-257. URL: [https://www.researchgate.net/publication/324840890\\_Dosvid\\_zasvoenna\\_kriticnogo\\_mislenna\\_v\\_ukrainskij\\_visij\\_skoli](https://www.researchgate.net/publication/324840890_Dosvid_zasvoenna_kriticnogo_mislenna_v_ukrainskij_visij_skoli)
7. «Эпидемия цифрового аутизма». Известный психиатр Курпатов рассказал в Давосе, как смартфоны уничтожают интеллект человека и дал советы как от этого спастись (2020). Страна.UA. URL: <https://strana.ua/news/249203-tsifrovoj-autizm-lektsija-andreja-kurpatova.html>
8. «Фабрика экранных идиотов»: французский нейропсихолог нашел причины снижения интеллекта у детей (2020). Нова освіта. URL: [https://osvitanova.com.ua/posts/3221-fabryka-ekrannykh-ydyotov-frantsuzskiy-neiropsykholog-nashel-prychyny-snyzheniya-yntellekta-u-detei?fbclid=IwAR3dTEEJcjKvt1oeDnegG6b49OuB\\_E\\_yQasVOxMVqYC9u\\_5htwgzygegoVA](https://osvitanova.com.ua/posts/3221-fabryka-ekrannykh-ydyotov-frantsuzskiy-neiropsykholog-nashel-prychyny-snyzheniya-yntellekta-u-detei?fbclid=IwAR3dTEEJcjKvt1oeDnegG6b49OuB_E_yQasVOxMVqYC9u_5htwgzygegoVA)
9. Desmurget, Michel (2019). La fabrique du crétin digital: Les dangers des écrans pour nos enfants. Paris: Le Seuil. URL: <https://www.amazon.fr/fabrique-du-cr%C3%A9tin-digital/dp/202142331X>

*This research paper is based on the assumption that it is reasonable to take the structure of process of (self)education in critical thinking as the initial matrix to organize (self)education in media literacy, in the skill to counteract toxic informational influences in general. Principal data on the nature of critical thinking and on the process of educating critical thinking are taken, first of all, from the well-known Peter A. Facione's report about a research that had begun in February 1988 and ended in November 1989. This process includes a row of stages, which goes one after other during decades: the introductory stage, the practice stage, the integration stage or the generalized transfer stage. It is explained also that the defined by this way universal matrix to organize (self)education to counteract toxic informational influences requires additional adaptation to diverse educational traditions and societal situations, in part to current situation in Ukraine.*

**Keywords:** *toxic informational influence, media literacy, critical thinking, Peter A. Facione, Ukraine.*

## **ФАКТЧЕКІНГОВІ МЕДІАРЕСУРСИ У ФОРМУВАННІ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ НАСЕЛЕННЯ**

*У статті обґрунтовується роль фактчекінгу у формуванні критичного мислення. Проаналізовано діяльність фактчекінгових медіаресурсів в Україні. Визначено основні напрямки.*

**Ключові слова:** фактчекінг, медіаграмотність, медіаресурси.

Формування критичного мислення в останні роки стало визначальним трендом суспільного розвитку; цією проблемою переймаються педагоги і психологи, філософи і політологи, актуальною вона є й для медійної сфери. Водночас, даний концепт має свою історію розвитку в науковому і буденному дискурсі, численні визначення та підходи. Слід зазначити, що сама ідея розвитку критичного мислення сягає своїм корінням у праці відомих американських психологів ХХ ст. Своє продовження вона знайшла у працях Метью Ліпмана, засновника Інституту Критичного мислення, який визначає критичне мислення як кваліфіковане (досвідчене, майстерне), відповідальне мислення, що виносить правильні судження, тому що (а) засноване на критеріях, (b) саме себе виправляє (самовдосконалюється) та (c) враховує контекст [6, с. 3]. Вчений вважав, що критичному мисленню потрібно навчати, оскільки демократичне суспільство потребує розумних громадян, а не просто раціональних [6, с. 7-25]. За думкою американського професора Девіда Клустера ознаками критичного мислення є: 1) критичне мислення — це мислення самостійне — це перша і найважливіша характеристика; 2) інформація є відправним, але в жодному разі не кінцевим пунктом критичного мислення; 3) критичне мислення починається з формулювання запитань, з'ясування проблем, які слід розв'язати; 4) критичне мислення прагне до переконливої аргументації; 5) критичне мислення є мисленням соціальним (будь-яка думка перевіряється і відточується, коли нею діляться з іншими) [3].

Важко не погодитися з тезою М. Лумана, яким він починає свою книгу «Реальність медіа»: «Те, що ми знаємо про наше суспільство, і навіть про світ, в якому живемо, ми знаємо завдяки мас-медіа» [4, с. 8]. Саме мас-медіа формують нашу реальність, даючи нам інформацію про те, про що ми ніколи не можемо дізнатися безпосередньо. Тому від того, наскільки достовірною ця інформація буде, залежить і наша картина світу, і наші подальші дії в цьому світі, і ті рішення, які ми приймаємо. Водночас особливістю мас-медіа є акцентування уваги на поточні події, які постійно змінюють один одного. Сучасні інформаційні потоки, що характеризуються великим обсягом та значною швидкістю, практично не залишають шансу для перевірки їх на достовірність. А поява конвергентних медіа призвело до того, що ця швидкість постійно зростає, а обсяги збільшуються буквально в геометричній прогресії. Реальність спотворюється як на стадії створення і передачі інформаційного повідомлення, тобто співробітниками медіа-сфери, так і на стадії генерування повідомлення джерелом інформації (публічними особами). В кінцевому підсумку це призводить до того, що медіа-повідомлення перестають викликати довіру, що негативно позначається на комунікативній сфері суспільства в цілому. Така ситуація вимагає від кожного споживача інформації критичного мислення. Водночас, як зазначалося вище, критичне мислення є складною процедурою, однією з обов'язкових процедур якої є аргументація. Щодо ситуації з медіаспоживанням, то в ньому аргументація базується на фактах, які більшістю споживачів сприймаються на віру, результатом чого є те, що він отримує ілюзію реальності, створену медіа. У цьому зв'язку особливу актуальність у формуванні критичного мислення набуває процедура фактчекінгу.

Слід зазначити, що фактчекінг незважаючи на свою популярність як вид практичної діяльності, ще не став повноправним об'єктом теоретичних досліджень в Україні. На сьогоднішній день йому присвячена незначна кількість наукових публікацій (В. Іванов, Р. Почепцов, Ю. Полтавець, Ст. Шевченка, Ю. Кияшко). Водночас у вітчизняному медіа-просторі функціонує ціла низка фактчекінгових медіаресурсів, деякі медіа мають фактчекінгові рубрики, ця діяльність активно висвітлюється і підтримується різними громадськими організаціями в галузі медіа. Роль фактчекінгових медіаресурсів у формуванні критичного мислення ще не знайшла свого теоретичного обґрунтування, чим зумовлена актуальність даної роботи. Отже, завданням дослідження є розкриття потенціалу фактчекінгових медіаресурсів у формуванні критичного мислення.

Фактчекінг — це процес дослідження даних для з'ясування їх достовірності. Він є похідним від терміна «фактчек» (від англ. Fact checking – перевірка фактів, даних, відомостей), що представляє собою формат журналістики розслідувань. Слід зазначити, що за останні роки фактчекінг перетворився в окремих медіа-тренд, який має свої оригінальні особливості, структуру, методологію. Спрямованість фактчекінгу на перевірку тих чи інших даних, дає підстави класифікувати його як напрямок журналістики контролю. Свідченням популярності і поширеності цього напрямку є те, що в світі зараз функціонує більше 130 медіа, які позиціонують себе виключно у форматі фактчек-ресурсів, близько 20 з яких знаходяться на пострадянському просторі. Консолідацією фактчек-ресурсів займається Міжнародна мережа фактчекерів інституту ROYNTER (international fact-checking network@roynter), яка надає консультаційну, методичну, правову, фінансову допомогу фактчекінговим ресурсам, а також розробляє стандарти цього виду діяльності [2].

Вважається, що першим фактчекінговим ресурсом став PolitiFact ([Http://www.politifact.com/](http://www.politifact.com/)) у 2007 р. (США). Він займається перевіркою фактів в заявах політиків. Кожному виразу присвоюється рейтинг «Truth-O-Meter» [5].

Першим фактчекінговим ресурсом в Україні став аналітичний портал «Слово і діло», що виник у 2008 р. і спеціалізується на перевірці обіцянок політиків. З метою спростування фейків російської пропаганди з березня 2014 р. функціонує ресурс «StopFake». Влітку 2014 р. з'явилася незалежна аналітична платформа VoxUkraine, в рамках якого функціонує і фактчекінговий проект VoxCheck, що виявляє брехню та маніпуляції у заявах політиків. У лютому 2016 р. активістами громадської організації «Українська команда реформаторів» був заснований проект «FactCheck-Ukraine» (з 2018 р. перший міжрегіональний фактчек-проект «Без брехні»). Поряд з вище згаданими в Україні працює ще кілька проектів, які займаються фактчекінгом («Чесно», «Гра слів», «Дослівно», «По той бік новин»). Всі проекти працюють з використанням грантової підтримки.

Роль подібних медіаресурсів у формуванні критичного мислення в суспільстві полягає в тому, що вони самим своїм існуванням показують, що факти можна і потрібно перевіряти. Але, водночас, аналіз кількості передплатників на ці ресурси у фейсбуку свідчать про їх незначну популярність: «Слово і діло» — 102429; «StopFake» — 64665; VoxUkraine — 22037, «Без брехні» — 1376. В інших соціальних мережах популярність ще більш низька.

Причому фактчек-проект «Без брехні», що має найменшу кількість передплатників, займається найбільш багатогранною і всебічною просвітницькою роботою в цьому напрямку. Саме він заснував мережу регіональних фактчек-медіа, видав перший в Україні підручник з фактчеку, створив перший в Україні рейтинг «Брехні/Правди» політиків, провів понад 70 тренінгів за авторськими програмами. Даний медіаресурс публікує фактчекінгові розслідування і статті, що присвячені методиці фактчекингу. Протягом свого існування він реалізовував себе в різних форматах: у мережі, у режимі телетрансляції. Найбільша кількість перевірок заяв політиків в рамках проекту — 520 — припадає на 2017 р. [1]. У подальшому проект стає міжрегіональним, і працівники зосереджують свою роботу на створенні та розвитку регіональної мережі, а також починають дуже активно займатися тренерською роботою. Він стає обов'язковою складовою в підготовці тренерів з медіаграмотності за програмами «Не довіряй — пере-

віряй» від IREX та Академією DW. Крім того, проводяться численні тренінги для журналістів, викладачів і студентів журналістських факультетів у багатьох регіонах країни. Важливим у цій діяльності є «мережевий» підхід, оскільки підготовлені тренери з медіаграмотності будуть нести отримані знання своїм аудиторіям, а викладачі — інтегрувати їх у свої курси. Тому в даному випадку можна зробити висновок про те, що поряд з безпосередньою фактчекінговою діяльністю велику роль у розвитку критичного мислення займає освітня, яка дає можливість кожному бажаному оволодіти методикою фактчека.

Якщо вище згадані фактчек-ресурси зосереджують свою увагу на фактчекі або заяв політиків («Слово і діло», «VoxUkraine», «Без брехні»), або на інформаційних повідомленнях російських ЗМІ («StopFake»), то створений зовсім недавно проект Інституту розвитку регіональної преси «По той бік новин: я не вірю на слова» відрізняється більш широким тематичним охопленням. Своїм читачам він адресує інфографіку, тести, статті експертів з медіаграмотності, покрокові інструкції та інструменти протидії маніпуляціям і фейкам. У межах проекту докладно розбираються кейси для того, щоб показати як маніпулятивні технології реалізуються в соціальних мережах та ЗМІ. Про успішність даного проекту свідчить те, що, розпочавши свою роботу у вигляді фейсбук-публіка з серпня 2018 р. він зараз має в фейсбуці 32714, демонструючи значні темпи зростання (у жовтні 2019 р. мав 23 508 передплатників). Багато в чому це можна пояснити тим, що проект відгукується на прохання читачів про перевірку тієї чи іншої інформації, наочно показуючи, як саме вони це роблять. Тим самим проект здатний переконати будь адресанта медіа-повідомлень, що засоби, якими здійснюється перевірка, дійсно працюють. Виникнення подібного ресурсу заповнює лакуну в такому вигляді фактчека як фактчек ЗМІ, до недавнього часу відсутнього в українському медійному просторі, але досить поширеного на Заході. Фактчек ЗМІ дає можливість, в тому числі, робити і експертні висновки, щодо дотримання журналістських стандартів. Їх наслідком може бути те, що певні медіаресурси, які зловживають фейками, викличуть відповідне ставлення у своїх споживачів. Запорукою успіху даного медіа ресурсу є й те, що вони працюють з фейками, які циркулюють у масовій свідомості і розповсюджуються чутками. Адже відомо, що саме чутки викликають паніку, дестабілізують суспільство. Причому з ними складніше всього боротися, адже дуже важко виявити епіцентр поширення чуток. Охоплення такого контенту є унікальною особливістю саме даного медіа ресурсу. Співробітники оперативно виносять вердикти за текстами, що циркулюють як ЗМІ, найрізноманітнішої тематики. При цьому поряд із стандартними вердиктами «фейк», «брехня», «маніпуляція» використовуються і досить нетрадиційні, такі як «правда, але є але», «маячні сивої кобили о третьої ночі», які безумовно викликають більшу зацікавленість аудиторії. Вердикт розташовується на супровідному до тексту зображенні білим надписом на стрічці синього кольору, що відразу кидається в очі і привертає увагу. Використання гумору, дотепні фрази, довірливий тон сприяють установленню контакту з користувачами, що з одного боку сприяють зростанню популярності медіа-ресурсу, з іншого, ефективно послугують розвитку критичного мислення.

Аналіз діяльності існуючих фактчек-проектів показує, що вони приділяють не достатню увагу своєму просуванню: не використовують усього різноманіття каналів комунікації; в обмежених масштабах використовують аудіовізуальний контент; не достатньо представлені в соціальних мережах. Це є підтвердженням того, що фактчекінг в Україні повністю не заповнив нішу в медіа-просторі. Водночас, існування таких медіаресурсів, активне просування їх в соціальних мережах, користувачами яких є переважна більшість населення, безумовно буде сприяти розвитку критичного мислення. Фактчекінгові розслідування фізично не можуть охопити всі заяви публічних персон, а тим більше всі повідомлення, які циркулюють в медіа, та й не у такій великій частині населення з'являється бажання читати подібні дослідження, але все ж фактчек-ресурси демонструють нам можливість цієї діяльності у формуванні критичного мислення, показуючи, що ніякий факт не можна приймати на віру. Крім того, фактчекінгові медіаресурси мають значний потенціал освітньої діяльності, навчаючи звичайних людей навичкам фактчекінгу, що може реалізовуватися у вигляді тренінгів, виданні методичних посібників.



Перспективними у цьому зв'язку можуть бути вебінари, більш активне охоплення соціальних мереж, створення контенту для поширення в You Tube. Перспективою подальших досліджень може бути аналіз ефективності фактчекінгових медіаресурсів у формуванні критичного мислення.

### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Без брехні: факт чек політичної риторики. URL: <https://www.bez-brehni.com/>
2. Гороховський О. М. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи : практичний посібник. Дніпро : ЛІРА, 2017. 133 с.
3. Клустер Д. Что такое критическое мышление / Клустер Д. // М. : Русский язык. 2002. № 29. С. 3. URL: <http://rus.1september.ru/2002/29/2.htm>
4. Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. М.: Праксис, 2005. 256 с.
5. Шевченко В. Фактчекінг і верифікація у журналістській роботі / В. Шевченко // Образ. 2018. № 1. С. 140-153.
6. Lipman M. Thinking in education. Cambridge : Cambridge university press, 1991. 188 p.

*The article substantiates the role of fact checking in the formation of critical thinking . The activity of fact-checking media-resources in Ukraine is analyzed. The main directions are identified.*

**Keywords:** *factchecking, critical thinking, media-resources.*

**Артем Захарченко**

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент  
доцент кафедри мультимедійних технологій і  
медіадизайну Інституту журналістики Київського  
національного університету імені Тараса Шевченка  
директор з досліджень Центру контент-аналізу

## **МАНІПУЛЯЦІЇ, ВІД ЯКИХ НЕ ЗАХИСТИТИСЯ ФАКТЧЕКІНГОМ ТА СТАНДАРТАМИ ВВС**

В епоху пост-правди фактчекінг і стандарти ВВС вважаються ключовими інструментами для боротьби з маніпуляціями в медіа [10]. Дотримання стандартів точності, безсторонності, балансу думок, вважається найкращим запобіжником проти маніпуляцій. Тим не менше, навіть так звані «якісні» видання, які дотримуються зазначених норм, часто наражаються на критику. Зокрема, так було з передвиборчим розслідуванням VINUS.info про друзів Петра Порошенка, яке спричинило в медіапросторі дискусію щодо того, чи є воно передвиборчим «вкидом» [9]. Результати цього розслідування могли вплинути на рейтинги кандидатів у президенти за механізмом встановлення порядку денного другого рівня: коли у свідомості читачів встановлюється асоціація між двома явищами, скажімо, прізвищем політика та корупцією. А отже, є маніпуляцією.

Під терміном «маніпуляції» ми розуміємо прихований навмисний вплив, який реципієнт зазвичай не може розпізнати. У такому разі, ми можемо розташувати різні види маніпуляцій за зростанням складності та ефективності. Серед них фейкові новини – найпростіший і найбільш масовий вид. Його ефективність тримається на низькому рівні медіаосвіти в аудиторії та на її непривичаєності до фактчекінгу. Так, існують дослідження, що доводять: люди, що звикли споживати і поширювати новини таблоїдів, з більшою імовірністю роблять те ж саме і з фейковими новинами [2]. Для більш складних маніпуляцій, таких, як логічні помилки, психологічні, соціальні або організаційні маніпуляції, які часто використовуються для підсилення пропаганди [3], простого фактчекінгу недостатньо: для їх уникнення необхідне дотримання професійних стандартів.

Обмежені можливості фактчекерів у протидії маніпуляціям дослідники почали зауважувати лише в останні роки. У свіжій роботі лондонського центру Demos стверджується: «більшість інформації, поширюваної під час інформаційних операцій, була не «фейками», а вибіркоким поширенням повідомлень поважних мейнстрімних медіа для впливу на порядок денний» [5, с. 7]. Однак маніпуляції з порядком денним складніші конструкційно, і виявляються складніше. Наразі вчені розрізняють порядок денний трьох рівнів. На першому рівні передбачається, що частота, з якою медіа згадують певний об'єкт – проблему або персону – впливає на те, наскільки важливим цей об'єкт здається аудиторії [7]. Другий рівень стосується атрибутів цих об'єктів: якщо їх згадувати неодноразово в контекстній близькості, то об'єкти отримують відповідні «ярлики» в свідомості аудиторії [6]. Нарешті, третій рівень встановлює зв'язки між об'єктами у певній когнітивній структурі, що має мережеву форму [4].

Всі ці рівні встановлення порядку денного можуть бути піддані маніпуляціям. Наразі дослідники виявили два таких рівні. По-перше, це порядок денний, що встановлюється фейковими новинами [8]. По-друге, на прикладі ірландської політичної системи місцеві дослідники {Formatting Citation} виділяють окремий тип заангажованості – заангажованість порядку денного, на ряду з заангажованою помітністю та тональністю. Згаданих проблем можна уникнути, завдяки стандартам ВВС. Проте загрози на рівні ньюзмейкерів та їх навмисних намірів впливу своїми діями на порядок денний досі не були вивчені в медіадослідженнях.

Відтак, метою нашого дослідження стала перевірка гіпотези про можливість для ньюзмейкерів маніпулювати навіть якісними медіа шляхом створення інфоприводів, які ті не змо-

жуть проігнорувати. За нашим припущенням, медійники не звертають уваги на імовірну піарну мету теми, яка з'явилася в інформаційному просторі, і, провівши фактчекінг, створюють цілком збалансований журналістський текст, який впливає на порядок денний. Ми запроваджуємо окремих вид маніпуляції – фейковий інфопривід, який є підвидом маніпуляцій з порядком денним.

Для виконання нашої мети ми простежили за поширенням восьми тем, щодо яких можна було припустити, що вони були запуснені винятково або зокрема для піару. Ми обмежилися діями, які не мали настільки великого впливу на долю країни або світу, що могли викликати інтерес у редакторів попри усвідомлення їх піарності. Відбиралися реальні, неспонтанні, навмисні дії: кримінальна справа, реєстрація законопроекту, з'їзд тощо, а не, скажімо, заяви або аварії. Піарність цих дій не мала бути очевидною, передбаченою їх характером. Скажімо, мітинги, пікети, публікація книжок чи пісень також не підходять для цього дослідження.

У підсумку, ми отримали такий список:

– Позови Андрія Портнова проти Петра Порошенка (період аналізу, який ми обрали: 20 травня – кінець серпня);

– Собор, проведений Філаретом, щодо нібито відновлення УПЦ (КП) (1 червня – 25 червня);

– «Дематюкаційний закон» Ольги Богомолець (2 – 15 липня);

– Ініціювання Росією обговорення мовного закону в ООН (2 липня – 18 липня);

– Рішення Баришівського райсуду про заборону на польоти компанії SkyUp (10 червня – 10 липня);

– Заява міністра охорони здоров'я Зоряни Скалецької з посиланням на виявлення СБУ порушень при закупівлі «швидких» (27 вересня – 2 жовтня);

– Позов Тетяни Чорнової проти Андрія Портнова щодо створення злочинної організації (10 серпня – 20 вересня);

– Ухвалення закону про імпічмент (29 серпня – 25 вересня).

Ми опитали 8 компетентних українських експертів: піарника, політолога, медіаменеджера, фактчекера, редактора та журналіста. Попросили їх визначити піарність кожної із тем, а також оцінити певну вибірку медіа, які фігурують в різних українських рейтингах, як «якісні». Ми виходили з припущення, що кількість публікацій у темі залежить щонайменше від трьох параметрів: від того, скільки інфоприводів з'явилося у рамках цієї теми, від того, наскільки дійові особи є вагомими для цієї категорії медіа, а також від того, наскільки серйозні зміни відбуваються із зазначеними дійовими особами. Відчуття журналістами піарності теми, вочевидь, має знижувати третій із указаних показників. Тому нашою метою було з'ясувати, чи «якісніші» медіа менше реагують на більш маніпулятивні теми ньюзмейкерів, чи не замислюються про це.

Деталі методики описані в публікації [11]. Якщо коротко, то ми підраховали, скільки публікацій кожне видання присвятило кожній із досліджуваних тем. Окремо ми рахували публікації, в яких медіа наголошують на піарній природі події. У двох із досліджуваних тем був також третій тип публікацій: коли опоненти ініціатора теми, а робили свою асиметричну дію, аби перекреслити плани ініціатора. Так, Україна використала інспіроване РФ слухання в ООН про мовний закон, щоб актуалізувати тему українських моряків. А юристи Порошенка подали позов про завідомо неправдиве повідомлення про злочин.

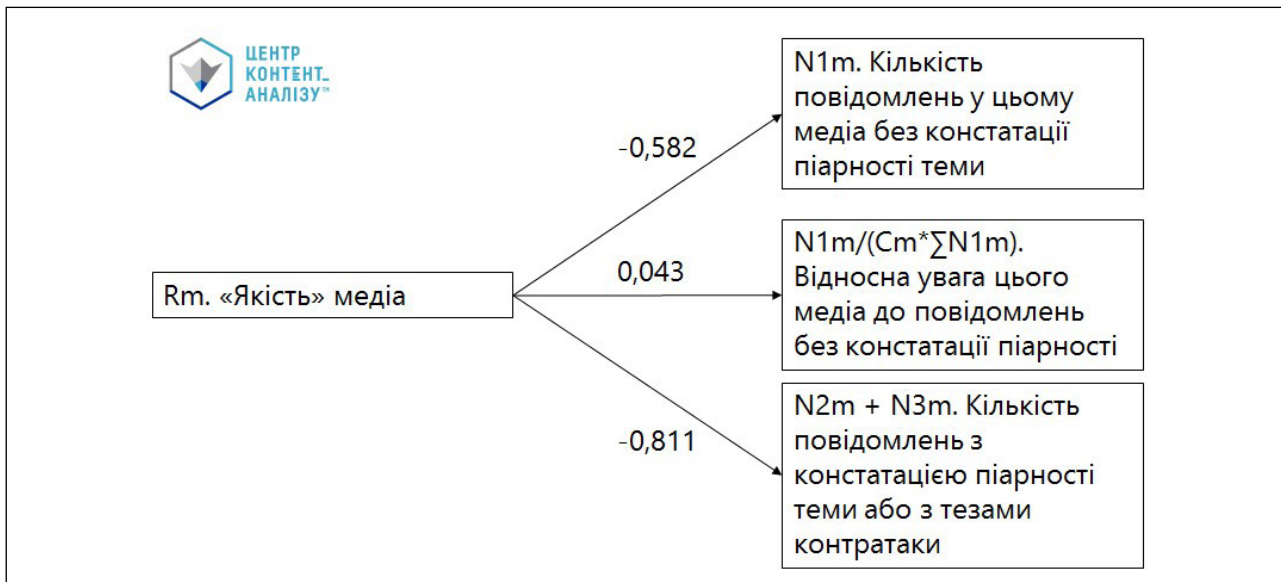


Рис. 1. Кореляції між рейтингом медіа та висвітленням ними досліджуваних тем.

Наше припущення про те, що чим «якісніше», на думку експертів, медіа, і чим вища, на їхній же погляд, піарність теми, тим менше новин першого типу вони цій темі присвячують, зовсім не справдилася. Так, коефіцієнти кореляції на Рис.1 нібито показують, що зі зростанням визначеної експертами «якості» медіа скорочується кількість новин, які вони присвячують досліджуваним темам (коэф. кореляції – 0,582). Але ще більше скорочується кількість новин з констатацією піарності і новин про асиметричні відповіді (коэф. – 0,811). Це можна пояснити тим, що в нашій вибірці «якісніші» медіа просто в середньому рідше публікують будь-які новини, а не лише присвячені піарним темам. Якщо ж врахувати поправку на те, яку частку публікацій створює кожне медіа нашої вибірки в інших, непіарних темах, то бачимо цілковиту відсутність кореляції (коэф. 0,043).

Схожа картина – і щодо рейтингу піарності тем. На Рис.2 ми бачимо, що, чим більш піарна тема, тим менше про неї написано публікацій як без констатації піарності, так і з нею, але цей зв'язок дуже слабкий. Іще слабший він між «якістю» теми та кількістю новин на один

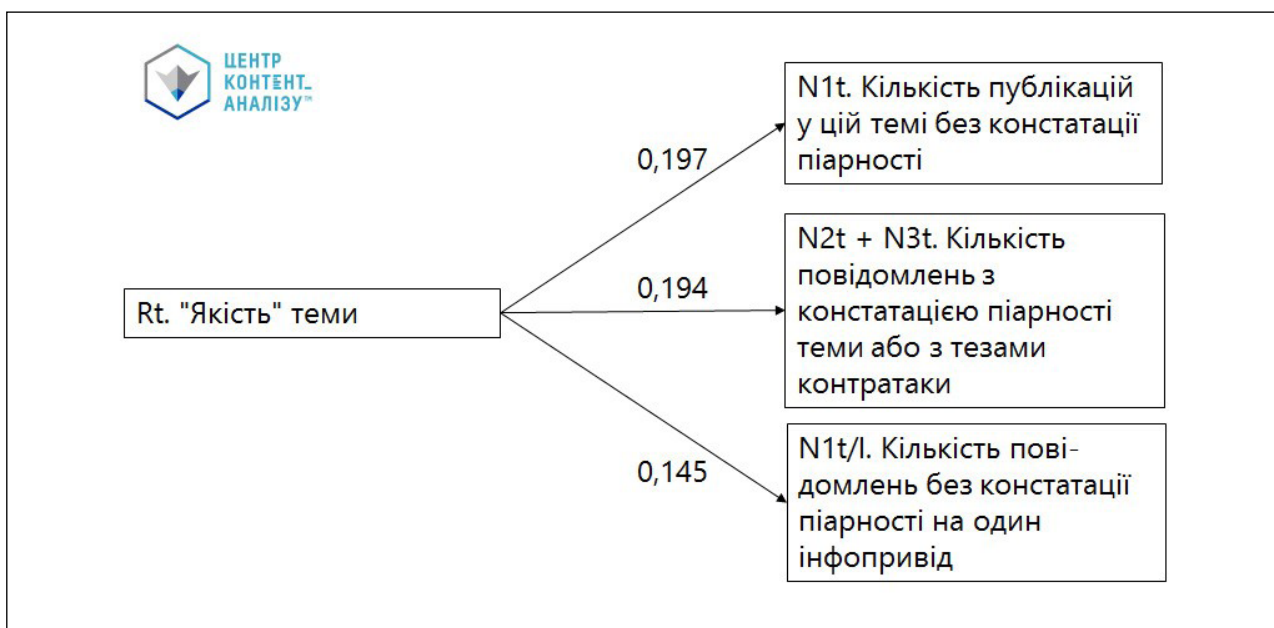


Рис.2. Кореляції між піарністю теми та увагою до неї медіа з вибірки.

інформпривід. Іншими словами, виходить, що коли достатньо вагомий ньюзмейкер запускає певну тему, йому достатньо генерувати якомога більше інфоприводів, а також провокувати своїх опонентів на відповіді – і порядок денний медіа, навіть якісних, буде зазначати впливу.

Іншими словами, у випадку, коли достатньо «розкручений» ньюзмейкер робить певну цікаву для суспільства дію, йому достатньо продовжувати створювати якомога більше інфоприводів, наприклад, ініціювати відповіді своїх опонентів, і йому вдасться вплинути на порядок денний навіть «якісних» медіа. Це працює навіть у випадку, якщо дія, що розпочала тему, є «фейковою», тобто, його задекларована і справжня мета не збігаються. Адже у більшості випадків принаймні українські журналісти самі не роблять висновків про те, що тему запущено для піару. Щоправда, якщо хтось із учасників дискусії робить для них такий висновок, говорячи, що тема запущена «лише для піару», то цей меседж добре транслюється, активніше за більшість інфоприводів у таких темах. Так само, як і контратаки – асиметричні піарні дії опонентів ініціатора тем.

Інша справа, що якісні або майже якісні медіа майже ніколи не нагадують про піарну природу теми в бекграундах повідомлень, написаних з нагоди нових інфоприводів. Для прикладу, за тиждень після подачі першого з позовів Портнова проти Порошенка, команда п'ятого президента України спочатку назвала дії экс-заступника голови АП юридичним тролінгом, а потім подала зустрічний позов, де звинуватила його у завідомо неправдивих обвинуваченнях. Якісні медіа з увагою поставилися до обох заяв. Але потім ці меседжі майже зовсім не зустрічалися у бекграунді про нові подальші позови Портнова.

У **висновку** зазначимо, що, для уникнення піарності, медіа, які прагнуть бути максимально незаангажованими, варто зважати на мотивацію ньюзмейкерів. Корисним буде ставити такі запитання: навіщо ініціатор теми зробив певну дію? Чи не варто цю тему проігнорувати як таку, що не матиме жодних наслідків, окрім встановлення порядку денного? Або ж чи не варто хоча б знайти спікера, який підтвердить піарну природу теми, і цитувати його не лише в одному матеріалі?

Цей висновок стосується і піарників: якщо їх опонент скликає непотрібні слухання, подає безглуздий позов, реєструє дивний законопроект, безперспективно добивається певних ухвал у суді тощо, не варто просто критикувати його дії – це лише допомагає опоненту роздувати скандал, який працює на його порядок денний. Більш ефективною буде асиметрична відповідь, яка допоможе, використовуючи його медійну вагу, просувати власні меседжі атакованого.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Brandenburg, H. Political bias in the Irish media: a quantitative study of campaign coverage during the 2002 general election. *Irish Political Studies*. 2005. Vol. 20, No. 3. С. 297–322.
2. Chadwick A., Vaccari C., O'Loughlin B. Do tabloids poison the well of social media? Explaining democratically dysfunctional news sharing. *New Media and Society*. 2018. Vol. 20, No. 11. С. 4255–4274.
3. Hart C. Argumentation meets adapted cognition: Manipulation in media discourse on immigration. *Journal of Pragmatics*. 2013. Vol. 59. С. 200–209.
4. Guo L., Vu, H. T., McCombs M. An expanded perspective on agenda-setting effects. Exploring the third level of agenda setting Una extensión de la perspectiva de los efectos de la Agenda Setting . Explorando el tercer nivel de la Agenda setting. *Revista de Comunicación*. 2012. Vol. 11. С. 51–68.
5. Krasodomski-Jones A., Smith J., Jones E., та ін. *Warring Songs: Information Operations in the Digital Age* / London: 2019.
6. McCombs M. New frontiers in agenda setting: Agendas of attributes and frames: *Mass Communication Review*, 97. С. 32–52.
7. McCombs M. B. E., Shaw D. L. *THE AGENDA-SETTING FUNCTION OF MASS MEDIA* / Oxford University Press, 1972.



8. Vargo C. J., Guo L., Amazeen M. A. The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. *New Media and Society*. 2018. Vol. 20, No. 5. С. 2028–2049.
9. 9. «Армія. Друзі. Емоції», або Чому бомба від Bihus.info вибухнула з такою силою: URL: <https://detector.media/kritika/article/164341/2019-03-22-armiya-druzi-emotsii-abo-chomu-bomba-vid-bihusinfo-vibukhnula-z-takoyu-siloyu/> Детектор медіа, (дата звернення: 21.11.19).
10. Журналісти проти фейків: рецепти ВВС та українських ЗМІ: *BBC News Україна*. 2017.
11. Захарченко А. Як маніпулювати аудиторією за допомогою «якісних медіа»: дослідження – Центр контент-аналізу: URL: <https://ukrcontent.com/blog/yak-manipulyuvati-auditorieyu-za-dopomogoyu-yakisnih-media-doslidzhennya.html> Центр контент-аналізу, (дата звернення: 21.11.19).

### **Ольга Ладика**

доцент кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови  
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

### **Оксана Ярема**

доцент кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови  
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

## **НАВЧАННЯ ЗАПОБІГАННЯ ВИДАМ ШАХРАЙСТВА У МЕДІЙНОМУ ПРОСТОРИ**

*У статті розглянуто поняття інфо-медійної грамотності та способи її формування шляхом інтеграції розроблених завдань з релевантної тематики у програму занять з практики англійської мови для студентів I курсу англійського відділення. Завдання мають на меті забезпечити розуміння поняття ІМГ, а саме розкривають значення термінів сфери «шахрайство», способів дій при різних його видах та використання додатків, що мінімізують вплив фейкового інформаційного потоку.*

**Ключові слова:** інфо-медійна грамотність, фішинг, смішинг, вішинг, види шахрайства.

**Постановка проблеми.** Розвиток медійної грамотності та критичного мислення у навчанні англійської мови є необхідним викликом сучасного цифрового світу. Студенти повинні бути обізнаними про можливості багатьох онлайн ресурсів, якими вже користуються чи про існування яких навіть не здогадуються. **Актуальність обраної тематики** в межах тематичного модуля «Means of Communication» засвідчує необхідність формування критичного мислення та пошуку засобів для запобігання інформаційної вразливості в умовах вищої школи, зокрема формування таких навичок на початковому етапі навчання, у студентів I курсу. Особливої актуальності інфомедійна грамотність для цієї вікової категорії набуває в умовах активного застосування медіа-інструментів в умовах соціальної комунікації. Розробка навчальної програми з підготовки майбутніх вчителів шляхом забезпечення імплементації інфомедійної грамотності та навичок критичного сприйняття інформації сприятиме сучасній професійній підготовці майбутніх учителів, які після закінчення університету впроваджуватимуть навички медіаграмотності у закладах загальної середньої освіти.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Медіаграмотність, за визначенням О. Різуна, є сукупність знань, навичок та умінь, що дозволяють людям аналізувати, критично оцінювати і створювати різноманітні повідомлення для різних типів медіа. До того ж, медіаграмотність передбачає вміння розуміти й аналізувати, як медіа функціонують у суспільстві та який вплив вони мають [6]. Особливої актуальності набуває формування навичок ІМГ у школярів та студентів. Зокрема, впродовж останніх двох років стрімко зріс інтерес у формуванні різноманітних навичок грамотності: фінансової, емоційної, інфо-медійної тощо [1, с. 100]. Як результат створюються портали медіаосвіти та медіаграмотності подібно до однойменної платформи від Академії Української Преси, онлайн-курси, зокрема на популярному сьогодні ресурсі Prometheus, з 2018 року відбувається імплементація проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» від IREX.

Через ситуацію, що склалась в Україні, питання саме ІМГ є одним з пріоритетних у формуванні навичок 21 століття. Це підтверджується і тим фактом, що на основі проведено

КМІС опитування у 2018 році, «основними вимогами українців до новин протягом останніх чотирьох років лишаються чесність та достовірність (44 %), об'єктивність (19 %), своєчасність (15 %). Частка тих, хто знає про існування замовних матеріалів в ЗМІ зростає і становить 65 %. При цьому лише трохи більше половини тих, хто знає про існування таких матеріалів, декларує вміння їх розрізняти. Збільшилась частка тих, хто критично оцінює достовірність інформації в ЗМІ орієнтуючись на походження новин (28 %) та збалансованість точок зору в них (29 %), при тому залишається значною частка аудиторії, яка у визначенні достовірності новин орієнтується на свою інтуїцію чи вподобання (26 %). В українському суспільстві існує усвідомлення необхідності впровадження медіаграмотності та запит на медіаосвіту, при чому не лише шкільну/студентську, але й на більший загаль» [5].

**Постановка завдань дослідження.** Метою розроблених занять є опанування технологією підвищення рівня медіаграмотності та підтвердження ролі вищої школи в інтеграції навичок критичного сприйняття інформації в освітній процес підготовки майбутніх учителів закладів вищої освіти. Завданнями розроблених занять є ознайомити студентів із небезпекою інтернет простору, а саме способів маніпуляції та шахрайства. Молоді люди повинні вміти відрізнити шахрайські повідомлення та впливи під час соціальної комунікації та вміти активно застосовувати корисні медіа-інструменти.

Введення тематичного модуля з інфо-медійної грамотності на заняттях з практики англійської мови власне на 1 курсі сприяє формуванню у студентів навичок фільтрування фейкової інформації, що впливає на підбір якісного контенту для підготовки індивідуальних проектів з навчальних дисциплін, вибір правильного вектору та підбір достовірних фактів з наукових досліджень, а також створює фундамент для застосування сформованих навичок під час вивчення подальших курсів.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Автори-розробники занять з ІМГ, пропонують у статті технології та інструменти, які дозволять ефективно використовувати можливості нового медійного світу, а також переосмислити існуючі методи викладання та сформувані нові підходи, у яких медійна грамотність і критичне мислення посідатимуть стрижневе місце.

У статті, запропоновані авторами завдання, були розроблені в межах участі у проекті «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», який виконується Радою Міжнародних наукових досліджень та обмінів IREX, Посольством США та Посольством Великої Британії в Україні у партнерстві з Академією української преси та за підтримки Міністерства освіти і науки України. ТНПУ ім. В. Гнатюка є одним із 10 ЗВО України, який включений до 2-х річної програми проекту.

Завдання мають на меті забезпечити розуміння поняття термінів сфери «шахрайство», способів дій при різних його видах та використання додатків, що мінімізують вплив фейкового інформаційного потоку.

Первинна апробація запропонованих завдань з теми «Means of Communication» здійснювалась під час занять з групою студентів 1 курсу у кількості 14 осіб. Тривалість однієї сесії – 120 хвилин (2 академічні години). Наведемо приклад завдань, що розроблені для Сесії 1.

**Завдання 1.** Провести зріз рівня проінформованості студентів з теми «Медіа та медіаграмотність» за допомогою методу ввідного анкетування (Entry Card).

**Інструкція.** Перейдіть за посиланням та виконайте тестового завдання.

**Джерело:** <https://www.brainpop.com/english/studyandreadingskills/medialiteracy/quiz/>

**Матеріал:** Гаджети та доступ до інтернету.

**Час виконання:** 10 хв.

**Завдання 2.** Фішинг, смішинг і вішинг. Завдання містить три поетапні кроки.

**Крок 1.** Ознайомлення з поняттями фішинг, смішинг і вішинг.

**Інструкція:** Перегляньте відео (англійською мовою мовою) та зверніть увагу на різницю між поняттями і способи запобігання цих явищ.

**Джерело:** [https://www.youtube.com/watch?v=\\_Tc5qywg-8g](https://www.youtube.com/watch?v=_Tc5qywg-8g)

**Матеріал:** Проектор, екран, колонки та доступ до інтернету.

**Час виконання:** 2 хв

**Крок 2.** Перевірка засвоєння матеріалу, а саме розмежування студентами суміжних понять фішинг, смішинг і вішинг.

**Інструкція:** Поділ на групи по 3 студенти методом А-В-С.

Прочитайте ситуації та визначте який вид шахрайства описаний. На рисунках 1-3 представлено таблицю, яку потрібно заповнити, з одним з описів типу шахрайства. Такі ж описи студенти отримують про інші види та відповідно пропонують свій варіант дій у таких випадках або наводять приклади з життя.

**Джерело:** розроблені матеріали (див. Рис. 1-3).

**Матеріал:** роздруківки.

**Час:** 7 хв

Перевірка правильності відповідей. Пояснення етимології понять.

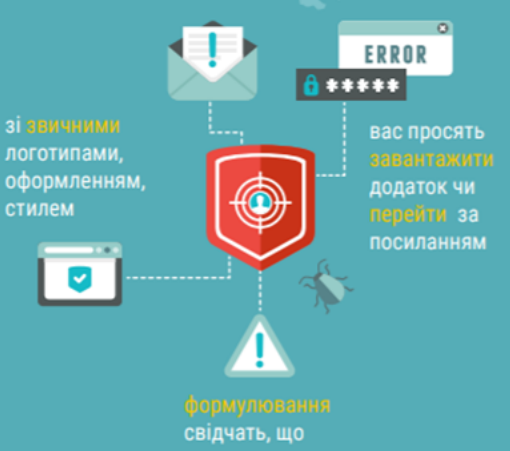
Вид шахрайства: Це ...	
<p>ЩО ВІДБУВАЄТЬСЯ?</p> <p>Прийшов лист: на перший погляд схожий на листи, які регулярно надходять із банку</p>  <p>зі звичними логотипами, оформленням, стилем</p> <p>вас просять завантажити додаток чи перейти за посиланням</p> <p>формулювання свідчать, що справа нагальна</p>	<p>ЯК ДІЯТИ ?</p>

Рис. 1. Зразок таблиці з описом виду шахрайства та плану дій.

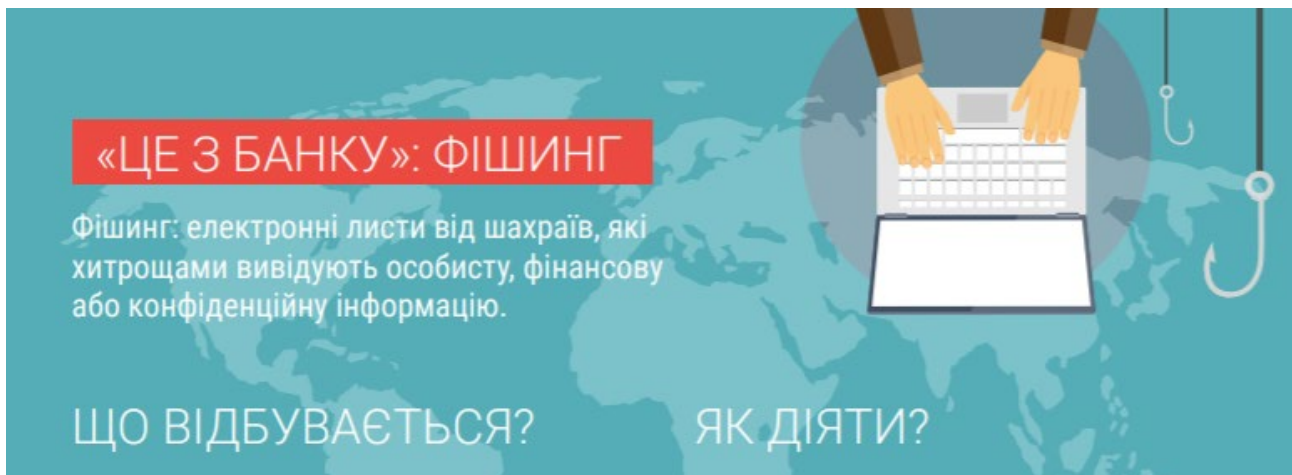


Рис. 2. Відповідь до завдання.

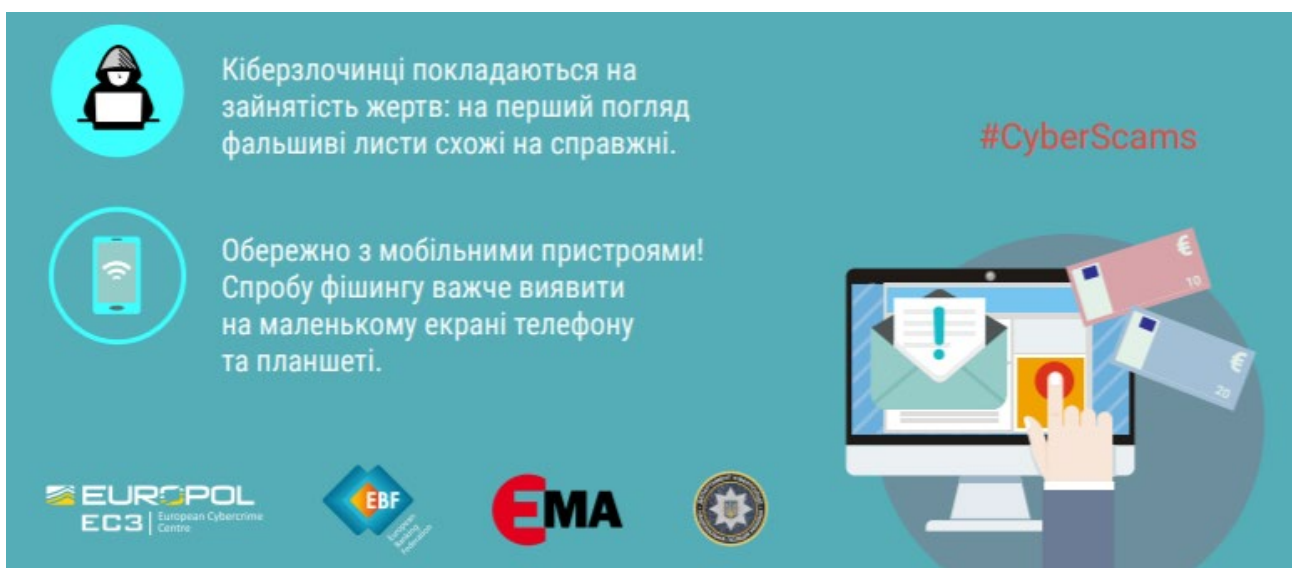


Рис. 3. Зразок плану дій.

**Крок 3.** Введення понять англійською мовою.

**Метод роботи:** Buzz lecture

**Інструкція:** Поділ на групи по 5.

Капітан кожної групи роздається теоретичний матеріал (див. Рис. 4) і дається 5 хв для його самостійного засвоєння. В той час кожному члену групи даються пусті картки з трьома поняттями (див. Рис. 5) , до яких вони додумують пояснення англійською мовою.

Капітан повертається в команду і власними словами пояснює свій опрацьований матеріал. Члени групи роблять нотатки і порівнюють власні дефініції з поданими капітаном. Далі відбувається ротація капітанів за годинниковою стрілкою і повторення процедури з іншими командами – пояснення і співставлення. На кінець завдання у кожного студента буде заповнена картка з дефініціями опрацьованих понять.

**Час виконання:** 25 хв.



РОЗДРУКІВКА 3 – для кожного із присутніх студентів

**Phishing** is

**Vishing** is

**Smishing** is

**Bait** is

**Avoid the Hook**

Рис. 4. Картка для заповнення дефініцій понять.

РОЗДРУКІВКА 2 – для капітанів

1)



2)



Рис. 5. Інформація до ознайомлення для капітанів.

**Завдання 3.** Додатки, що забезпечують безпеку користування онлайн-сервісами.

**Крок 1.** Ознайомлення з існуючими додатками, що забезпечують безпеку користування онлайн-сервісами.

**Інструкція:** Індивідуальна робота.

На екрані запропоновано 6 найпоширеніших і перевірених додатків, що забезпечують безпеку користування онлайн-сервісами.

Зайдіть у **Google Market** чи **AppStore** та знайдіть інші корисні додатки або поділіться власним досвідом користування такими.

**Джерело:** розроблена презентація (рис.6)

**Матеріал:** презентація.

**Час:** 6 хв.

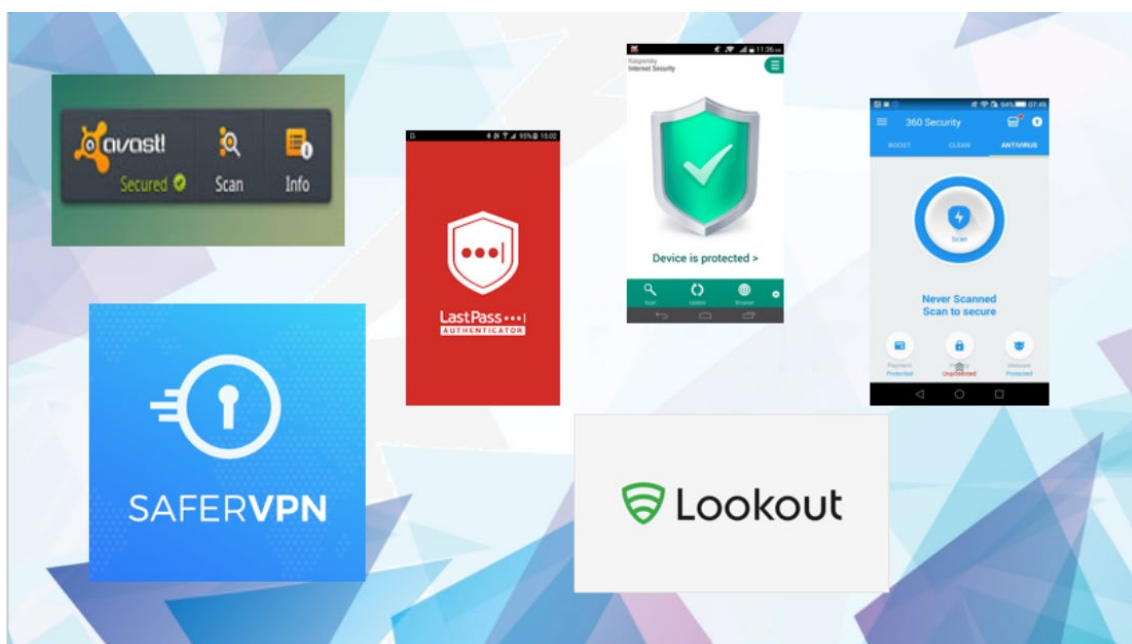


Рис. 6. Зразки додатків для операцювання.

**Крок 2.** Обмін інформацією та занурення у мету та дію кожного з додатків.

**Інструкція:** Поділ на групи по 4 способом Seasons.

З'ясуйте мету обраних додатків та особливості роботи кожного.

Обговоріть їх у групі.

Представте схематично та здійсніть ранжування усіх запропонованих на шкалі (див. Рис. 7).



*Рис. 7. Шкала для ранжування додатків.*

**Матеріал:** 1) ватман, фломастери; 2) роздруківка зі шкалою, ручка.

**Час виконання:** 15 хв.

У кінці заняття доцільним є проведення короткої сесії рефлексії щодо отриманих знань та отримання зворотного відгуку від студентів. Так, серед основних плюсів введення цього тематичного матеріалу студенти відзначили його актуальність та затребуваність для якісного користування інформаційним простором медіа, універсальність застосування не лише у навальній діяльності, та отримання своєрідного вектору для розвитку навичок з ІМГ самостійно.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Усі завдання розроблено відповідно до зазначених у вимогах до проекту IREX компетентностей, а саме робота під час сесій покликана сформувати у студентів:

- вміння аналізувати рекламу, розрізнати її типи (соціальна, комерційна, піар, контекстна реклама тощо)
- вміння обґрунтовувати власну позицію
- вміння аналізувати передумови та причини події
- вміння ідентифікувати інструменти маніпуляції
- вміння ефективно шукати інформацію
- вміння шукати та працювати з джерелами та першоджерелами
- навички з особистої кібербезпеки
- вміння аналізувати фото, лого, символи, постери, інфографіку, інші візуальні ряди вміння втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам.

**Тематика модуля** уможливило продовження роботи за принципом наступності у навчанні. Як приклад представлено схему розробки сесії у межах тем «Інтернет» та «Радіо», завдання якої можна розробити та імплементувати згодом. Оскільки тема «Інтернет» є доволі широкою, вона може містити кілька окремих сесій.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Гендерні медійні практики: Навчальний посібник із гендерної рівності та недискримінації для студентів вищих навчальних закладів // Штурхецький С., Маслова Ю., Гончар Ю., Гусак Н., Савельєва Ю., Петрушкевич М. – 2014. 206 с.
2. Інтеграція інфомедійної грамотності у навчальний процес. Навчально-методичні матеріали проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». – К.: IREX в Україні, 2019-2020.
3. Квіт С. Масові комунікації: підруч. для студ. вищ. навч. закл. / С. Квіт ; Національний ун-т «Києво-Могилянська академія». – К. : Києво-Могилянська академія, 2008. – 206 с.
4. Мацкевіч Т. Пошук ефектних шляхоў навчання медыяграмацнасці ў школе. Медыяком-

пас. URL: <http://www.nastaunik.info/node/14943>

5. Черненко Т. В. Міжнародний досвід впровадження медіаграмотності для окремих цільових груп: можливості для України // Національний інститут стратегічних досліджень, відділ інформаційної безпеки та розвитку інформаційного суспільства. – 2019. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/informaciyini-strategii/mizhnarodniy-dosvid-vprovadzhennya-mediagramotnosti-dlya>
6. Ріізун О. 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.

*The article deals with the concept of info-media literacy and ways of its formation by integrating the developed tasks on relevant topics into the program of the English language practice for students of the 1st year of English department. The tasks are intended to provide an understanding of the concept of IML, namely to reveal the understand the meaning of the term “fraud” and its types, the ways of reaction to those types and the use of applications that minimize the impact of fake information flow.*

**Keywords:** *information and media literacy, phishing, vishing, smishing, fraud.*

**Ганна Старкова**

доцентка кафедри управління

соціальними комунікаціями

Харківський національний економічний університет

імені С. Кузнеця

редакторка стрічки Цензор.НЕТ

**Ганна Сорокіна**

доцентка кафедри управління

соціальними комунікаціями

Харківський національний економічний університет

імені С. Кузнеця

## ЕЛЕМЕНТИ КАРТИНИ СВІТУ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ КРІЗЬ ПРИЗМУ МЕМІВ

*Стаття присвячена дослідженню елементів світоглядної картини світу сучасної студентської молоді крізь призму мемів. Особливу увагу приділено актуальним проблемам, що турбують молодих людей, які поширюються через меми та стають складовою їх світогляду.*

**Ключові слова:** *медіаграмотність, фольклор, сміхова культура, критичне мислення, мем, пропаганда, мова ненависті, іронія.*

Одну з проблем нового покоління влучно охарактеризував іспанський філософ Хосе Ортега-і-Гассет: «Я дуже сумніваюся, що сучасну молоду людину можна зацікавити віршем, картиною або музичним твором, не присмаченими дещицею іронії» [1]. Його «Дегуманізація мистецтва» стосується не питань педагогіки та дидактики, а розкриває сутність і стає на захист авангарду, який на момент виходу есеї (1925 рік) вважався новою течією. Полемізуючи з апологетами «традиційного» мистецтва, філософ зауважує, що «сучасний митець запрошує нас поглянути на мистецтво як на жарт, побачити в ньому глузування над самим собою», «замість того щоб висміювати людей або речі — без жертви-бо нема комедії, — нове мистецтво бере на кпини саме мистецтво» [1].

Протягом століття авангард зазнав трансформацій, модернізм поступився постмодернізму [2], який на початку ХХІ століття від мистецтва та філософських диспутів поступово поширився на всі царини життя [3] та дістався найактивніших створювачів контенту — у соціальні мережі. Одним з непрямих підтверджень цьому слугує імітація користувачами наукової термінології: «постіронія», «метамем» тощо.

Термін «мем» (від грец. *mimēta* – «наслідувати») першим ужив у роботі «Егоїстичний ген» біолог Річард Докінз у 1976 р. Він визначає мем як «одиницю передачі культури» за аналогією до терміна «ген», що передає біологічну інформацію [4].

Дослідженням мемів присвячені роботи Р. Броуді [5] та Д. Рашкоффа [6]. Стадії життя мемів досліджував фахівець з інтернет-культури М. Кронгауз [7]. Проблематика мемів цікавить таких українських дослідників як К. В. Соколова [8], Т. А. Пода [9], О. Ю. Оленіна й Ю. О. Пічугіна [10], Ж. З. Денисюк [11] та інші. Але недослідженою є проблема впливу мемів на формування картини світу сучасної студентської молоді та їх характеристика в аспекті світосприйняття молодих людей.

Мета статті полягає в спробі зафіксувати елементи світосприйняття студентів крізь призму інтернет-мемів, які фактично слугують віддзеркаленнями життєвих уподобань і цінностей молодих людей.

Доступність освіти й інформації привела до самовпевнено-зверхнього та іронічного ставлення багатьох сучасників до знання як такого, а разом — до усіх феноменів цивілізації.



Перефразуючи Ортегу-і-Гассета, типовий користувач соцмереж воліє поглянути на життя як на жарт та ясно бачить в ньому глузування над самим собою. Водночас, висміюються переважно люди та речі. Яскравий приклад — сучасний фольклор, меми [12].

Наукові дослідження, зокрема з царини медіаграмотності, давно попереджають про можливість негативних наслідків необачного користування новими медіа. Так, Г. Остапенко називає однією з найнезахищеніших у цьому контексті студентську молодь, тобто особливу соціальну групу, що характеризується «виконанням у суспільстві певних функцій, однозначною детермінованістю поведінки членів групи, цілісністю та самостійністю відносно інших соціальних груп, специфічними соціально-психологічними рисами та системою цінностей» [13]. «Поміж особливих рис студентства як соціальної групи можна виділити такі:

- студентство є найпідготовленішою, найосвіченішою частиною молоді;
- спільність мети в отриманні вищої освіти, спільний характер праці — навчання, спосіб життя, активна участь у громадських справах ВНЗ — сприяють виробленню у студентів згуртованості;

- соціально значущою рисою студентства є пошук сенсу життя, прагнення до нових ідей і прогресивних перетворень у суспільстві. Однак через брак життєвого (соціального) досвіду, поверховості в оцінці явищ життя деякі студенти від справедливої критики можуть переходити до бездумного критицизму» [13]. Дослідниця вважає контролювання процесу маніпулювання прерогативою «власників бізнес-сайтів та посадових осіб», а для молоді відводить «отримання знань щодо використання маніпулятивних технологій у мережі, вироблення духовних якостей, інформаційної та комунікаційної культури, етичної поведінки в мережі Інтернет і розуміння своїх ролі та місця в суспільстві в цілому» [13].

Завдяки надмірній кількості інформації, що оточує сучасну людину, формується звичка до прискороного та фрагментарного сприйняття текстів. Популярність мемів серед сучасної молоді обумовлена їх образністю та швидким фіксуванням актуальної реальності. Однак саме у мемах вбачають дослідники великий маніпулятивний потенціал [9], який набув певних особливостей у зв'язку із ситуацією в країні. «В умовах невщухаючої і невпинної деструктивної інформаційно-психологічної пропаганди з боку північного сусіда по конструюванню у свідомості людей відповідних виграшних для себе і заангажованих світоглядних конструктів дуже важливо суспільству бути „розумним“, тобто іншими словами — бути інформаційно грамотними і перебірливими, вміти розрізняти брехню і маніпуляцію від правди і істини. Це вкрай важливо, аби не стати об'єктами маніпулювання і „шестернями“ механізму деструктивної соціальної інженерії. Важливо розуміти сутність речей і орієнтуватися в технологіях маніпуляцій і спекуляцій. Особливо це важливо в умовах, коли дестабілізуючі інформаційні впливи йдуть як ззовні, так і зсередини країни» [14, с. 57].

Серед маніпулятивних прийомів виділяється застосування мови ворожнечі, яка ґрунтується на соціальних стереотипах, упередженні та дискримінації [15, с. 90]. Головним медіумом мови ворожнечі залишається живе усне мовлення. Водночас, «одними з найбільш поширених проявів мови ворожнечі в українському інформаційному просторі стали меми, що виконують певну символічну функцію і діють на колективну підсвідомість, тобто безпосередньо впливають на вчинки осіб» [15, с. 90].

В такому контексті важливо дослідити, чому дійсно віддає перевагу молодь. Студентам першого курсу спеціальності «Журналістика» Харківського національного університету імені Семена Кузнеця було дане завдання надати улюблені меми або ті, що найбільше запам'яталися. Таким чином отримано 59 мемів від 19 учасників. Переважна більшість студентів мешкають у Харкові та Харківській області та мають вік 17-18 років.

Власне, картина світу, тобто світоглядне подання об'єктивної реальності [16], конструюється або привласнюється в процесі практичної діяльності. Цілком логічно «узагальнений образ соціального середовища, що становить вихідну умову людського буття» студентів включає навчання у виші, тамтешні соціальні та мовні умови, а також позанавчальне буття (робота, розваги, стосунки). Впливає на картину світу регіон проживання та отримана до вступу в університет цілокупність знань і досвіду.

# Me: Sleeping

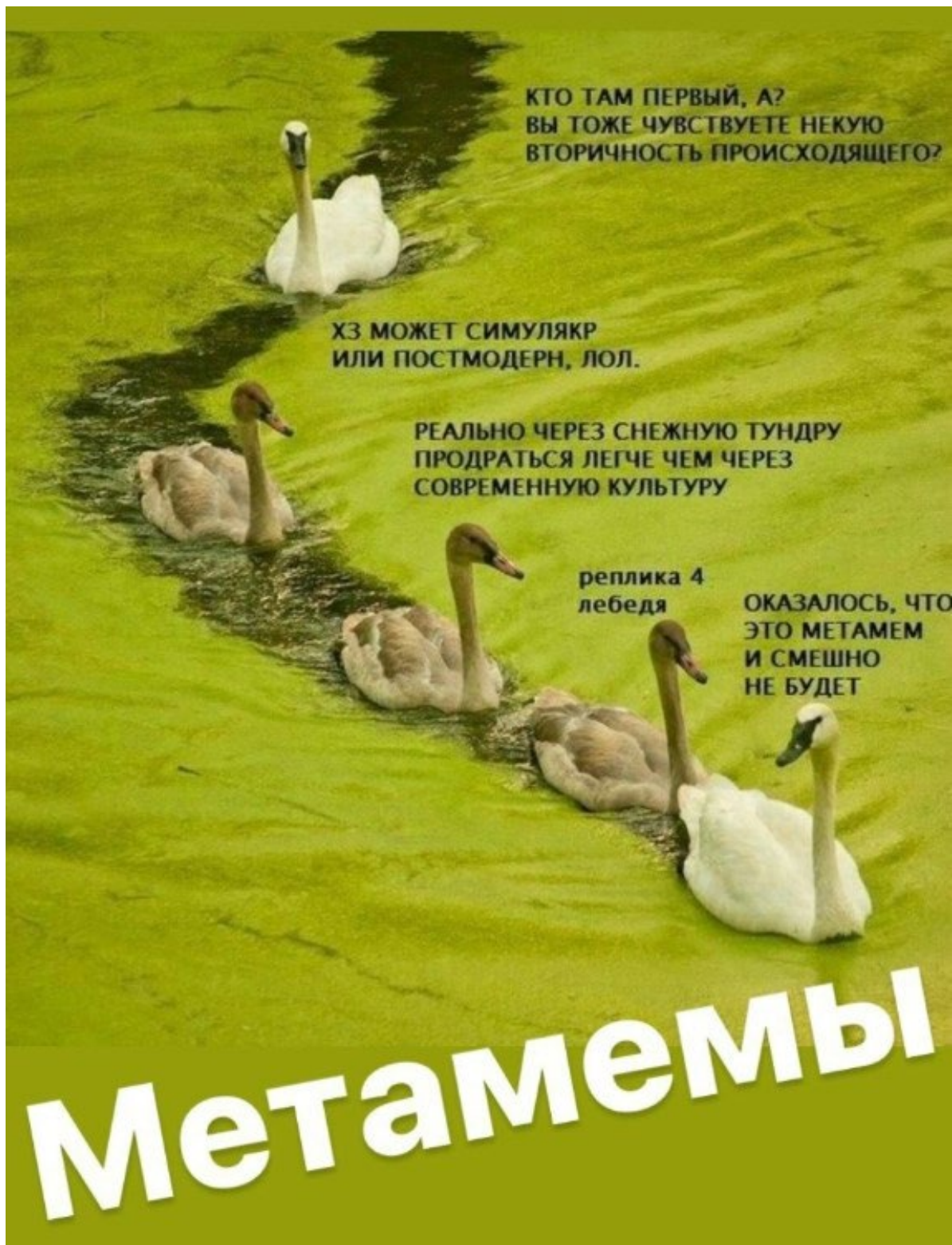
## A random fly:



Рис. 1.

Зазначимо, що з отриманих зразків сучасного фольклору 52 — російськомовні, три — україномовні, один — англійськомовний. Переважно це меми, що є поєднанням зображення і тексту (51). Більшість — створені за одним із умовно стандартних шаблонів: «я: *репліка*, хтось: *репліка...*» (рис. 1), «*репліка, репліка, репліка, репліка...*» (рис. 2) тощо. У 36 випадках це є відбиттям певних стереотипів (але лише у одному — «про хохлів», рис. 3). 12 мемів розповідають про романтичні стосунки, три — про родинні, дев'ять — про навчання, два — про прокрастинацію, шість — про проблему старшого та молодшого покоління, чотири — містять мову ненависті чи агресію, сім — інвективну лексику, один торкається теми релігії (рис. 4), у одному використані колишні політичні діячі (рис. 5). У 15 випадках використані образи тварин (коти, собаки, вовки, птахи), у чотирьох — популярних творів масової культури («Людина-павук», «Крижане серце», «Губка Боб», «Ліло і Стіч»). 12 наданих зразків фольклору містять самоіронію, чотири — псевдофілософські («постіронія» та «метамем»).

Отримано однакові зображення (від хлопця та дівчини) — діалог між чоловіком та ветеринаром, де перший просить допомоги для кота, другий уточнює, чи має тварина щеплення (російською — «привит»), на що перший, сприйнявши питання як привітання, відповідає «здравствуйте» (рис. 6). Отримано також тотожний мем, але на іншому фотошаблоні — там чоловік питає щодо собаки (рис. 7).



*Рис. 2.*

Завдяки притаманній мемам специфіці вони поширюються «природнім шляхом» і мають обумовлений суспільними причинами цикл існування [12, с. 53]. Однак серед мемів, що надані студентами, майже немає основних трендів минулого року, до яких можна віднести, передусім, вибори в Україні, гучні прем'єри (фільм «Джокер», серіал «Відьмак») або обстоювання права молоді на висловлення власної думки («Ок, бумер»). Одна з учасниць надала кілька зразків «мемів про вовків з цитатами» (рис. 9), поширених 2019 року у російськомовному сегменті інтернету. Їх характеризують так: «постіронічні мему, що висміюють картинки з вовками і „глибокодумними“ цитатами» [17].





Рис. 3.



Рис. 4.



Рис. 5.

Як бачимо, студенти транслюють переважно російськомовну картину світу та знають про тренди. Це можна пояснити історичними причинами та мовною ситуацією в регіоні. Водночас такий показник протирічить закидам деяких ідеологів щодо насильницького викорінення російського, адже всі студенти, що надали візуальний матеріал, народилися через кілька років після проголошення незалежності. Учасники сміливо надали матеріали з використанням інвективної лексики, що може свідчити про довільне використання її у повсякденному житті (і навчання — не виключення). Романтичні стосунки турбують студентів більше, ніж навчання, а політика та релігія майже не цікавлять. Це може свідчити про свідому виключеність молоді з суспільно-політичного життя або небажання брати на себе «дорослу» відповідальність, розбираючись у «серйозних» темах. Як зазначалося вище, споживання інформації російською мовою наражає на ризик маніпуляцій. Водночас, дивлячись на надані меми, виникає враження, що немає у світосприйнятті студентів нічого стійкішого за критичність до всього, іронію та самоіронію.

«Зрозуміло, що неunikна іронічність надає новому мистецтву одноманітності, яка викликає роздратування навіть у найнезворушливої людини. Проте за її допомогою згладжується протиріччя між любов'ю та ненавистю, про яке я згадував. Мистецтво як серйозне заняття відкидається; люблять переможне мистецтво фарсу, яке сміється з усього, включаючи й мистецтво, подібно до того, як у системі дзеркал, що нескінченно відбивають одне одного, жодне зображення не є останнім, усе — глум, усе — чисті образи», — констатував у 1925 році Хосе Ортега-і-Гассет щодо мистецтва авангарду [1]. У XXI столітті всі звикли до одноманітності та нескінченної повторюваності, але глум та іронія не здатні вберегти від маніпуляції.





Рис. 6.



Рис. 7.

Мемі формують особливе культурне поле, що відображає певну систему цінностей студентської молоді, особливості життєвих поглядів та переконань. В результаті проведеного дослідження можна стверджувати, що лаконічні та виразні образи мемів сприяють конструюванню такої картини світу у якій мають значення переважно романтичні стосунки, любов, схильність до поверхневих знань, нівелювання занадто “заумного”, домінування стереотипів. Студентську молодь турбують проблеми, що виникають між поколіннями. Негативним є той факт, що переважна більшість студентської молоді обирає російськомовний контент, що є загрозою для маніпуляцій. Водночас, схильність до самоіронії є ознакою критичного світосприйняття.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ортега-і-Гасет Х. Дегуманізація мистецтва // Хосе Ортега-і-Гасет. Вибрані твори. — К.: Основи, 1994. — С. 238-272. — Режим доступу: [http://www.ae-lib.org.ua/texts/ortega-y-gaset\\_arte\\_ua.htm](http://www.ae-lib.org.ua/texts/ortega-y-gaset_arte_ua.htm).
2. Гейко С. Іронія в трансформаціях модернізму та постмодернізму / С. Гейко // Художня культура. Актуальні проблеми. — 2008. — Вип. 5. — С. 42-52. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/khud\\_kult\\_2008\\_5\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/khud_kult_2008_5_7).
3. Постол А. А. Постмодернізм як сучасна суспільно-політична реальність / А. А. Постол // Гуманіт. вісн. ЗДІА. — 2010. — Вип. 42. — С. 69–79. — Режим доступу: [http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK\\_42\\_8.pdf](http://www.zgia.zp.ua/gazeta/VISNIK_42_8.pdf).
4. Докінз Р. Егоїстичний ген / Річард Докінз. — Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2017. — 544 с.
5. Броди Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание / Р. Броди. — Москва: Поколение, 2007. — 304 с.
6. Рашкофф Д. Медиавирус / пер. с англ. Д. Борисов. — Москва: Ультракультура 2.0, 2011. — 394 с.
7. Кронгауз М. Мемы в интернете: опыт деконструкции / М. Кронгауз // Наука и жизнь. — 2012. — №11. — С. 127-132. — Режим доступу: <https://www.nkj.ru/archive/articles/21327/>.
8. Соколова К. В. Мемі як засіб комунікації в Інтернет-середовищі / К. В. Соколова // Гуманітарний часопис. — 2012. — № 1. — С. 118-123.

9. Пода Т. А. Інтернет-меми як феномен інформаційного суспільства / Т. А. Пода // Вісн. Нац. авіац. ун-ту. — 2017. — № 1. — С. 117-120.
10. Оленіна О. Ю. Інтернет-меми українського походження в культуротворчій практиці сучасного суспільства / О. Ю. Оленіна, Ю. О. Пічугіна // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. — № 3. — 2018. — С. 77-81.
11. Денисюк Ж. З. Інтернет-меми як засіб постфольклорної комунікації / Ж. З. Денисюк // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. — 2017. — № 2. — С. 29-35.
12. Старкова Г. Сучасний фольклор і медіаграмотність: точки дотику / Г. В. Старкова // Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». — Київ. : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2018. — С. 41-53.
13. Остапенко Г. Маніпулятивні технології як загроза у соціально-комунікативних інтернет-практиках студентської молоді / Г. Остапенко // Вісник Книжкової палати. — 2012. — № 12. — С. 40-44. — Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr\\_2012\\_12\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr_2012_12_12).
14. Нерсесян Г. Медіаграмотність молоді — запорука протидії інформаційній агресії / Г. А. Нерсесян // Науково-практичний журнал «Інвестиції: практика та досвід» (Чорноморський державний університет ім. Петра Могили, Інститут державного управління). — Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2018. — № 6. — С. 56-60.
15. Ісакова Т. О. Мова ворожнечі як проблема українського інформаційного простору / Т. О. Ісакова // Стратегіч. пріоритети. Сер. Політика. — 2016. — № 4. — С. 90-97.
16. Картина світу // Філософський енциклопедичний словник / В. І. Шинкарук (гол. редкол.) та ін. — Київ : Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України : Абрис, 2002. — С. 271.
17. Мемы про волков с цитатами. — Режим доступу: [https://memepedia.ru/memy-pro-volkov-s-citatami/?fbclid=IwAR0o\\_PM2P64h9-Ea5Sih\\_iGo87S6TUvPD-ulz96ocohkHUnQN95qKzIyAN4](https://memepedia.ru/memy-pro-volkov-s-citatami/?fbclid=IwAR0o_PM2P64h9-Ea5Sih_iGo87S6TUvPD-ulz96ocohkHUnQN95qKzIyAN4).

*The article investigates the elements of modern student youth worldview through memes. Particular attention is paid to relevant issues which concern young people and which are spread via memes and become the part of the worldview.*

**Keywords:** *media literacy, folklore, laughter culture, critical thinking, meme, propaganda, hate speech, irony.*

**Орися Харитонюк**

аспірантка факультету історії, політології

та національної безпеки

Східноєвропейський національний університет

імені Лесі Українки

## **ЗБРОЯ ХХІ СТОЛІТТЯ – НЕ ЗБРОЯ!?**

*Стаття розкриває мету та основні завдання інформаційної війни, серед яких створення атмосфери бездуховності, дискредитація фактів історичної та національної самобутності українського народу, зміна світогляду та цінностей.*

*У статті детально проаналізовано усі серії телесеріалу «Слуга народу» та окреслено основні завуальовані повідомлення глядачам. Наведено поради, як зберегти критичне мислення у час токсичного контенту.*

**Ключові слова:** інформаційна війна, Україна, Слуга народу, дезінформація, Росія.

У зв'язку із «популістичним хаосом», що відбувається у світі як в цілому, так і в Україні зокрема, постає дуже важливе питання, як ми до цього дійшли? Коли ми пропустили той момент, як у нас почали стріляти? Стріляти не патронами, а маніпуляціями, дезінформацією та фейковими новинами.

Питаннями дослідження інформаційної війни займаються такі українські та іноземні вчені, як: Семен Н., Дарчевська Й., Панарін І., Малик Я., Петрик В. та інші.

Головною метою інформаційної війни – є послаблення моральних і матеріальних настроїв нації. Це досягається, завдяки проникненню у людську свідомість, використовуючи різноманітні психологічні, інформаційні методи. Метою такої війни є:

- послабити моральні, інтелектуальні, державні, військові сили супротивника;
- створити іншу інформаційну реальність і змусити маси повірити в неї;
- кожна інформаційна війна є латентною фазою активного, у цьому випадку збройного, протистояння між державами [9, с. 23].

Завданнями інформаційної війни є:

- створення атмосфери бездуховності, негативного ставлення до культури та історичної спадщини у суспільстві конкурента чи ворога;
- маніпулювання громадською думкою і політичною орієнтацією населення держави з метою створення політичного напруження та стану, близького до хаосу;
- дестабілізація політичних відносин між партіями, об'єднаннями та рухами з метою розпалення конфліктів, стимулювання недовіри, підозри, загострення ворожнечі, боротьба за владу;
- провокування соціальних, політичних, національно-етнічних і релігійних зіткнень;
- провокування, застосування репресивних дій з боку влади щодо опозиції;
- зниження рівня інформаційного забезпечення органів влади та управління, інспірація помилкових управлінських рішень;
- уведення населення в оману щодо роботи державних органів влади, підрив їх авторитету, дискредитація їх дій;
- ініціювання страйків, масових заворушень, інших акцій протесту та непокори;
- підрив міжнародного авторитету держави, її співпраці з іншими державами;
- створення чи посилення опозиційних угруповань чи рухів;
- дискредитація фактів історичної, національної самобутності народу; зміна системи цінностей, які визначають спосіб життя і світогляд людей;

- применшення та нівелювання визнаних світових досягнень у науці, техніці та інших галузях, перебільшення значення помилок, недоліків, наслідків хибних дій та некваліфікованих урядових рішень;
- формування передумов до економічної, духовної чи військової поразки, втрати волі до боротьби та перемоги;
- представлення свого способу життя як поведінки та світогляду майбутнього, які мають наслідувати інші народи;
- підрив морального духу населення і, як наслідок, зниження обороноздатності та бойового потенціалу;
- здійснення іншого деструктивного ідеологічного впливу;
- нанесення шкоди безпеці інформаційно-технічної інфраструктури (машинно-технічним засобам, програмному забезпеченню, засобам та режиму захисту від несанкціонованого витоку інформації);
- захист від іншого деструктивного і інформаційно-психологічного та інформаційно-технічного впливу [7], [5].

Інформаційна війна має давню традицію у Росії. Вона походить безпосередньо з теорії «спеціальної пропаганди», яку вперше викладали як окремий предмет у 1942 році у Військовому інституті іноземних мов. У 2000 році цей інститут був реорганізований та перейменований на кафедру військової інформації та іноземних мов Військового університету Міністерства оборони Російської Федерації і спрямований на підготовку фахівців із вивчення закордонної інформації та військової комунікації, аналізу інформації, моніторингу та розвитку військової інформації [2, с. 4]; [10].

Як стверджує російський вчений Панарін: «холодна війна не закінчилася, оскільки боротьба між політичними елітами Заходу та Росії не закінчилася в 1991 році, а інформаційна війна в XXI столітті – головний інструмент сучасної світової політики та головний шлях до досягнення політичної та економічної сили [6].

У книгах Панаріна також викладено основні інструменти інформаційної боротьби, які він поділяє на категорії таємних і відкритих. До них належать: пропаганда (чорна, сіра і біла), розвідка (служба, яка збирає інформацію про опонента), аналітична складова (моніторинг ЗМІ та аналіз поточної ситуації), організаційна складова (секретні агенти, що впливають на ЗМІ) [2].

Тобто, ми можемо зробити висновок, що у Росії роками працюють інституції, головним завданням яких є вивчення, аналіз та моніторинг військової інформації у цілому світі. Усе те, що відбувається зараз в українській політиці та в українському суспільстві загалом – є наслідком спланованої, жорстокої та холоднокровної інформаційної війни з боку Російської Федерації. Через телевізійні програми та серіали, де пропагується байдужість до моральних цінностей, Росія за допомогою своїх агентів впливу намагається створити іншу реальність для українців. Де неважливо якою мовою ти розмовляєш, де нівелюється національна пам'ять та демонізується Європейський Союз.

Одним із таких серіалів є серіал *Слуга народу*. «Слуга народу» — знятий в Україні комедійний політичний телесеріал виробництва студії «Квартал-95» про історію обрання Президентом України вчителя історії. Головну роль вчителя історії (Василя Голобородька) в серіалі виконує Володимир Зеленський [11].

Режисер та продюсер цього серіалу Олексій Кірющенко, називає себе «росіянином українського походження», який постійно працює в Україні [1]. Поміж сезонами «Слуги» знімав серіал «Между нами, девочками» для каналу «Россия» [4].

Проаналізувавши усі сезони серіалу, можна зробити декілька висновків:

1) Серіал є українофобським, усі корупціонери, які грали роль політиків майже завжди закінчували свою промову словами Слава Україні.

«2 сезон, 14 серія, 24 хв» – одними мовами країну не побудувати. Частина української громадськості та культурних діячів вважає серіал українофобським, критикуючи серіал за домінування російською мови та подекуди антиукраїнський вміст серіалу. Зокрема, український жур-



наліст Вадим Єрченко розкритикував сюжет серіалу назвавши його «серіалом-популістом» [3].

2) Існують натяки на те, що реформи, які впроваджувалися в Україні є неефективними.  
«1 сезон, 1 серія, 17 хв» – Голобородько:

– Як я маю думати про медицину?

– Як можна думати про те, чого немає?

3) Знецінюється роль ВРУ з метою зниження рівня довіри громадян до інституту парламентаризму.

«1 сезон, 6 серія, 14 хв» – хаос у ВРУ, депутати б'ються,

«1 сезон, 12 серія, 4 хв» – знову депутати ВРУ б'ються, висміюється процес декомунізації;

«2 сезон, 8 серія, 14 хв» – депутати сваряться через питання перейменування вулиці. Голобородько говорить: «Це що, головна проблема? Та людям немає що їсти». Тобто таким чином, знецінюється роль декомунізації.

4) Також у серіалі применшується роль Європейського Союзу та фінансової допомоги Україні.

«2 сезон, 3 серія» – показано те, що Україну прийняли до ЄС та всі українці роз'їхалися, лишився лише Голобородько, який гуляє по порожньому Києву, весь цей процес супроводжується сумною музикою та відчуттям апатії. В кінці серії він звичайно прокидається і розуміє, що це все сон, але сенс цієї серії зрозумілий.

«2 сезон, 14 серія, 23 хв» – ми не попрошайки, Голобородько розмовляє з Головою Міжнародного Валютного Фонду зневажливо, використовуючи нецензурну лексику.

5) У зв'язку із реальними подіями, що трапилися 29 травня 2019 року у Львівській області на шахті «Лісова», де стався обвал, під час якого загинули двоє гірників, остання серія третього сезону є найбільш моторошною. В останній серії трапляється аварія на шахті «Лісова» Львівської області. Спасити усіх можуть лише рятувальники із Донбасу, тому що тільки у них є спеціальне обладнання. Це все закінчується тим, що донеччани спасають львів'ян і щасливий кінець.

23 квітня Центральна виборча комісія підрахувала 100% голосів президентських виборів. Володимир Зеленський отримав 73,22% голосів, а Петро Порошенко – 24,45%. Відрив між кандидатами – майже 49%. Таким чином, Володимир Зеленський став президентом України.

Експрезидент України Петро Порошенко в інтерв'ю «Українській правді» заявив, що слабким місцем його керівництва державою стала комунікаційна політика.

«Я винен у тому, що ми не захистилися від російської інформаційної агресії. Це було слабе місце. У тому, що ми не захистилися і ви не захистилися від фейкових новин. Бо в нас не існувало механізму, ми були не готові до того, що Росія буде використовувати демократичні інструменти для боротьби проти демократії», – зазначив Порошенко [8].

Можна зробити висновки, що ми живемо у час, коли нас вбиває інформація. Вбиває нашу ідентичність, культуру, історію та національну пам'ять. Путін не зупиниться у процесі знищення української нації, допоки нація не зупинить цей процес сама. Для того, аби зберегти критичне мислення у час токсичного контенту, потрібно:

– не читати лише заголовки, потрібно читати повний матеріал;

– намагатися дивитися різні телеканали, аби бачити ситуацію з різних сторін, на жаль, більшість телеканалів в Україні не є незалежними, вони належать окремим олігархам;

– потрібно бути уважними у соціальних мережах, оскільки у сучасному світі це велике поле для розповсюдження неправдивої інформації. Не потрібно брати до уваги коментарі від певних осіб, оскільки часто це не справжні люди, а боти.

– завжди перевіряти інформацію, намагатися знайти істину.

Корупція, популізм і безвідповідальність влади, економічна криза, плачевний стан освіти й медицини – усе це різні прояви однієї глибокої проблеми. Невміння і небажання бачити чітку межу між Добром і Злом, розгледіти у своїй маленькій щоденній рутині небесну битву між Світлом і Темрявою [12, с. 265].



## СПИСОК ВИКОРСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Актор «Сватів» та «Слуги народу» претендує на посаду голови держкіно [Електронний ресурс] // 5 канал. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.5.ua/suspilstvo/aktor-svativ-ta-slugy-narodu-pretenduie-na-posadu-holovy-derzhkino-202035.html>
2. Darczewska J. The Anatomy of Russian Information Warfare: The Crimean Operation, A Case Study [Електронний ресурс] / Darczewska // Centre for Eastern Studies (OSW). – 2014. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.osw.waw.pl/sites/default/files/the\\_anatomy\\_of\\_russian\\_information\\_warfare.pdf](https://www.osw.waw.pl/sites/default/files/the_anatomy_of_russian_information_warfare.pdf).
3. Єрченко В. «Слуга народа»: рецензія [Електронний ресурс] / Вадим Єрченко – Режим доступу до ресурсу: <http://bezkin.com/reviews/1840-sluga-naroda-recenziya.html>.
4. Критикує Порошенка, топить за КПРФ: режисер «Слуги народу» потрапив у скандал [Електронний ресурс]. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.obozrevatel.com/ukr/show/people/kritikue-poroshenka-topit-za-kprf-rezhiser-slugi-narodu-potrapiv-u-skandal.htm?obozrevatellang=uk>.
5. Малик Я. Інформаційна війна і Україна [Електронний ресурс] / Я. Малик // Науковий вісник «Демократичне врядування» вип.15. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: [http://lvivacademy.com/vidavnistvo\\_1/visnyk15/fail/Malyk.pdf](http://lvivacademy.com/vidavnistvo_1/visnyk15/fail/Malyk.pdf).
6. Панарин И. Информационная война и мир [Електронний ресурс] / Панарин, Л. Панарина. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.e-reading.club/bookreader.php/123890/Panarin\\_\\_Informacionnaya\\_voina\\_i\\_geopolitika.html](https://www.e-reading.club/bookreader.php/123890/Panarin__Informacionnaya_voina_i_geopolitika.html).
7. Петрик В. Сутність інформаційної безпеки держави, суспільства та особи [Електронний ресурс] / Валентин Петрик. — Режим доступу : [www.justinian.com.ua/article.php](http://www.justinian.com.ua/article.php).
8. Порошенко: Я винен у тому, що ми не захистилися від російської інформаційної агресії [Електронний ресурс] // Гордон. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://gordonua.com/ukr/news/war/-poroshenko-ja-vinen-u-tomu-shcho-mi-ne-zahistilisja-vid-rosijskoji-informatsijnoji-agresiji-1160426.html>.
9. Семен Н. Поняття „інформаційна війна” в контексті соціальних комунікацій [Електронний ресурс] / Н. Семен // Держава та регіони” Серія : Соціальні комунікації № 1. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: [file:///C:/Users/Admin/Downloads/drsk\\_2016\\_1\\_7%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/drsk_2016_1_7%20(1).pdf).
10. Čížik T. Information Warfare as a Geopolitical Tool [Електронний ресурс] / Čížik // Centre for European and North Atlantic Affairs. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.cena.org/data/cms/information-warfare-geopolitical-tool.pdf>.
11. Слуга народу [Електронний ресурс] // 1+1 – Режим доступу до ресурсу: <https://1plus1.ua/sluga-narodu>
12. Щоткіна К. Любомир Гузар. Хочу бути людиною / Катерина Щоткіна. – Харків: «Віват», 2018. – 272 с.

*The article reveals the purpose and main tasks of the information warfare, including the creation of an atmosphere of insensitivity, discrediting the facts of the historical and national identity of the Ukrainian people, changing consciousness and values.*

*The article analyzes all the series of the TV serial *Servant of the People* and outlines the main veiled messages to the viewers. The article contains advices on how to keep critical thinking in the time of toxic content.*

**Keywords:** *Information warfare, Ukraine, Servant of the people, misinformation, Russia.*

**Збірник статей**  
**Восьмої міжнародної науково-методичної конференції**  
**«Критичне мислення в епоху токсичного контенту»**

Макет – *Валерія Рябик*  
Обкладинка – *Юлія Гуза*



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](mailto: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>