



Донецька обласна державна адміністрація
Департамент освіти і науки
Донецький обласний інститут
післядипломної педагогічної освіти



**МЕТОДИЧНИЙ ПУТІВНИК
УЧИТЕЛЯ НОВОЇ
УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ:**
мистецька освітня галузь

**Донецька обласна державна адміністрація
Департамент освіти і науки
Донецький обласний інститут післядипломної педагогічної освіти**

**МЕТОДИЧНИЙ ПУТІВНИК
УЧИТЕЛЯ
НОВОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ:
мистецька освітня галузь**

Краматорськ – 2021

УДК 373.3/5.016:7
М 54

*Затверджено на засіданні кафедри
суспільно-гуманітарної та медійної освіти
Донецького обласного інституту післядипломної педагогічної освіти
(протокол № 7 від 20.10.2021 р.)*

*Рекомендовано Вченою радою
Донецького обласного інституту післядипломної педагогічної освіти
(протокол № 4 від 05.11.2021 р.)*

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Ціко І. Г., кандидат педагогічних наук, завідувач кафедри суспільно-гуманітарної та медійної освіти Донецького обласного інституту післядипломної педагогічної освіти;
Хмарна А. В., заступник директора навчально-виховного комплексу № 1 Покровської міської ради Донецької області, учитель музичного мистецтва та інтегрованого курсу «Мистецтво», учитель-методист.

М54 Методичний путівник учителя Нової української школи: мистецька освітня галузь: навчально-методичний посібник / Л. Гаврілова, Л. Хмарна, О. Шнурко, О. Білоконь та ін.; за заг. ред. Л. Хмарної. – Краматорськ: Відділ інформаційно-видавничої діяльності, 2021. – 53 с.

Матеріали посібника висвітлюють теоретичні аспекти формування медіаграмотності на уроках освітньої галузі «Мистецтво» в закладах загальної середньої освіти, навчально-ігрові засоби з медіаграмотності для набуття відповідних знань та умінь, а також висвітлюють можливості сучасних онлайн-сервісів для створення медіаресурсів. Презентовано авторське бачення реалізації положень Нової української школи через інтеграцію медіаграмотності в освітній процес засобами мистецтва. Матеріали посібника сприятимуть ефективному використанню можливостей сучасних онлайн-сервісів у професійній діяльності педагогів мистецького напрямку.

Для вчителів мистецької освітньої галузі, які викладатимуть за новим Державним стандартом базової середньої освіти.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	4
РОЗДІЛ 1. СУЧАСНИЙ СТАН ОСВІТНЬОЇ РЕФОРМИ В УКРАЇНІ	5
РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ НА УРОКАХ МИСТЕЦЬКОЇ ОСВІТНЬОЇ ГАЛУЗІ	12
РОЗДІЛ 3. ОНЛАЙН-ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ТА СТВОРЕННЯ МЕДІАРЕСУРСІВ ДЛЯ УРОКІВ ОСВІТНЬОЇ ГАЛУЗІ “МИСТЕЦТВО”	26
ВИСНОВКИ	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53

ПЕРЕДМОВА

Сьогодні, в умовах інформаційної війни та жорстких реалій українського інформаційного простору з численними прикладами поширення неправдивої, неперевіреної, «фейкової» інформації з багатьох гострих питань сучасності, медіаосвіта та медіаграмотність стали необхідними складниками загальної інформаційної культури особистості, компонентами якісних освітніх програм вищої школи, увійшли до переліку ключових компетентностей XXI століття. Формування медіаграмотності наразі починається з наймолодшого віку, компоненти медіаосвіти поступово входять до змісту всіх шкільних дисциплін. Медіаграмотність наразі є базовим елементом політики у сфері споживання інформації, вона має охоплювати всі категорії людей протягом усього їхнього життя, для того щоб допомогти їм практично та творчо використовувати медіа. Це стосується в першу чергу вчителів, які особливим чином впливають на формування свідомості майбутніх громадян. Для розв'язання означеної проблеми, враховуючи залежність молоді від соціальних мереж, специфіку сучасного інформаційного простору, слід надати вчителям уміння орієнтуватися в медійних потоках, критично аналізувати інформацію мас-медіа, розуміти соціокультурний контекст його функціонування. Йдеться про розв'язання проблеми формування медіаграмотності вчителів у закладах післядипломної освіти, зокрема вчителів освітньої галузі «Мистецтво», опановування ними спеціальними знаннями, уміннями, навичками у сфері медіа.

Зміни, що наразі відбуваються в системі післядипломної освіти вчителів, нові форми підвищення кваліфікації педагогів усіх освітніх ланок, можливості набуття нових та вдосконалення наявних компетентностей у неформальній та інформальній освіті – усе це привертає увагу науковців. На сьогодні вітчизняною педагогічною наукою напрацьовано певний досвід у галузі післядипломної освіти та андрагогіки (освіти дорослих), активно залучається й міжнародний досвід освіти впродовж життя (Lifelong Learning), самостійного навчання (Self-Directed Learning) тощо.

Матеріали посібника висвітлюють теоретичні аспекти формування медіаграмотності на уроках освітньої галузі «Мистецтво» в закладах загальної середньої освіти, навчально-ігрові засоби з медіаграмотності для набуття відповідних знань та умінь, а також висвітлюють можливості сучасних онлайн-сервісів для створення медіаресурсів. Опанування матеріалів посібника дозволить учителям підвищити власний рівень медіаграмотності та ефективніше використовувати інформаційно-комунікаційні (цифрові) технології у професійній діяльності.

РОЗДІЛ 1. СУЧАСНИЙ СТАН ОСВІТНЬОЇ РЕФОРМИ В УКРАЇНІ

Найсуттєвішими причинами більшість науковців вважають появу інформаційного суспільства, інтеграційні процеси, особливості нового покоління, нерозв'язані національні проблеми освіти. Інформаційне суспільство (англ. Information society) — теоретична концепція історичної фази можливого еволюційного розвитку цивілізації, у якій інформація і знання продукуються в єдиному інформаційному просторі.

Головними продуктами виробництва інформаційного суспільства мають стати знання. Характерними рисами теоретичного інформаційного суспільства є:

- збільшення ролі інформації та знань в житті суспільства;
- зростання інформатизації та ролі інформаційних технологій в суспільних та господарських відносинах;
- створення глобального інформаційного простору, який забезпечує ефективну інформаційну взаємодію людей, їх доступ до світових інформаційних ресурсів, задоволення їхніх потреб щодо інформаційних продуктів і послуг.



ХАРАКТЕРИСТИКА МЕДІАПОНЬТІ У СУЧАСНОМУ ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ

<i>Термін</i>	<i>Значення</i>
Візуальна медіакультура особистості	психологічне утворення, система досвіду, знань, навичок, умінь, компетенцій (мотивації перегляду, відбір інформації, відповідальність) щодо споживання/сприймання візуальної медіапродукції. Розвинена здатність вбачати невидиме у візуальному, здатність до візуальної медіаторчості й творчого візуального медіасприйняття зокрема
Медіаграмотність	полягає в сукупності мотивів, знань, умінь і можливостей, що сприяють добиранню, використанню, критичному аналізу, оцінюванню, створюванню та передаванню медіатекстів різних форм, жанрів, а також аналізу складних процесів функціонування медіа в суспільстві
Медіадослідження	формат критичного аналізу медіатекстів. Має мету (що саме ми маємо досліджувати й для чого?); засіб (як будемо здійснювати дослідження?) й результат (які знання отримаємо?)
Медіазалежність	розлад вольової поведінки, що проявляється в зловживанні медіа (надмірний час споживання медіапродукції, зниження саморегуляції, звуження інтересів тільки до сфери медіа з погіршенням в інших сферах життя тощо)

Медіакомпетентність	розуміння соціокультурного та політичного контексту функціонування медіа, а також здатність бути носієм і передавачем медіакультурних смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором (здатність до сприйняття, аналізу, оцінки та створення медіатекстів, до медіадіалогу між виробниками та споживачами інформації), здатність створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства
Медіакультура особистості	здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі: сприймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, займатися медіаторчістю тощо
Медіаосвіта	навчання теорії та практичних умінь для опанування сучасних мас-медіа
Медіаризики	шкода, яку може завдати людині перегляд телепродукції, що містить негативний контент. Шкода може бути фізичною (знерухомлення) і психологічною (переляк, психологічна травма, нав'язливі спогади, копіювання небажаної й небезпечної поведінки, мови, ставлень, вчинків)
Медіасоціалізація	явище інформаційного суспільства, що полягає в зміні традиційних способів уведення/входження дитини у світ дорослих, коли основні орієнтири щодо взаємодії із соціумом і формування власної ідентичності дитина отримує не із сімейної взаємодії, а під впливом медіа
Медіасприймання	процес засвоєння, осмислення інформації зовнішнього синтетичного світу, опосередкованого різними засобами масової комунікації: пресою, радіо, телебаченням тощо
Медіаторчість	продуктивна діяльність створення нових медіазасобів, пристроїв, програм, а також нового медіапродукту чи контенту
Медіатекст	одиниця, елемент, конкретний об'єкт медіапродукції. Візуальний медіатекст становить складний візуально-смісловий конструкт; розрізняється за видами (фільм, фотографія, телепрограма) та жанрами
Медіатехнології	виробництво медіапродукції за допомогою спеціальної медіатехніки (медіазасобів) та спеціальних прийомів

Ключовою реформою Міністерства освіти і науки України у цьому напрямі стала реформа шкільної освіти «Нова українська школа» (НУШ). Основні її засади та орієнтовний графік упровадження викладено в Концепції «Нова українська школа» [10], яка законодавчо закріплена Законом України «Про освіту» 2017 р. [7] та деталізована Законом України «Про повну загальну середню освіту» 2020 р. [8].

Концепція «Нова українська школа» кардинально змінює звичні підходи до здобуття повної загальної середньої освіти й організації освітнього процесу в старшій школі. Вона передбачає створення школи, де діти навчатимуться через діяльність, не лише отримуючи таким чином знання, а й уміння застосовувати їх у житті. Замість запам'ятовування фактів та понять учні набуватимуть компетентностей.

Це 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. Тобто формується ядро знань, на яке будуть накладатись уміння цими знаннями користуватися, а також цінності та навички, що знадобляться випускникам української школи у професійному та приватному житті.

Список компетентностей, яких набуватимуть учні, закріплено Законом України «Про освіту». Він створювався з урахуванням Рекомендацій Європейського Парламенту та Ради Європи щодо формування ключових компетентностей освіти впродовж життя.

У національній рамці кваліфікацій цифрову компетентність визначено як динамічну комбінацію знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей, що визначають здатність особи успішно соціалізуватися, провадити професійну та/або подальшу навчальну діяльність.



Реформування педагогіки загальної середньої освіти передбачає перехід до педагогіки партнерства між учнем, учителем і батьками, що потребує ґрунтовної підготовки вчителів з опанування інформаційно-комунікаційними технологіями.

Згідно зі стандартами «Information Literacy Competency Standards for Higher Education» інформаційна компетентність пов'язана з умінями здобувати необхідну інформацію, здійснювати ефективний та продуктивний доступ до неї, критично оцінювати інформацію та джерела її надходження. У дослідженні департаменту інформаційної грамотності державного університету Каліфорнії «Інформаційна компетентність в університеті штату Каліфорнія» зазначається, що дуже важливим умінням є здатність використовувати інформацію у комплексі з попередніми знаннями, усвідомлюючи економічні, юридичні, соціальні та етичні засади, а також здійснювати інформаційну діяльність за допомогою традиційних та інноваційних технологій [1]. Відповідно до іспанських стандартів професійно-компетентнісних вимог до вчителів, інформаційна компетентність визначається як впевнене та критичне використання технологій інформаційного суспільства для роботи, відпочинку та комунікації: використання ІКТ для пошуку, зберігання, продукування, презентації та обміну інформацією, а також для спілкування та участі у професійних інформаційних середовищах у мережі інтернет [2].

У широкому значенні інформаційна компетентність є сукупністю компетенцій, які необхідні для орієнтації та виконання різних видів діяльності в інформаційному просторі, до них, зокрема, належать уміння ефективно використовувати інформаційні технології, опрацьовувати інформацію в різних її формах як у повсякденному житті, так і у професійній діяльності. Інформаційна компетентність – це рівнева освіта, що характеризує професійну підготовку майбутнього спеціаліста до використання ІКТ на теоретичному, практичному і творчому рівні [1]. У вузькому значенні інформаційна компетентність – це здатність особистості орієнтуватись у потоці інформації [1]. Зокрема, Н. Гендина, А. Завьялов та В. Недбай виокремлюють уміння опрацьовувати різні джерела інформації, знаходити, відбирати, класифікувати, систематизувати та узагальнювати необхідний матеріал, а також раціонально та ефективно розв'язувати будь-яку інформаційну проблему на основі отриманих знань.

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ІНФОРМАЦІЙНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ»

Автор	Визначення поняття «інформаційна компетентність»
Н. Баловсяк	не лише грамотність і культура роботи з інформаційними ресурсами, але і якість особистості, що служить сполучною ланкою загальнопедагогічних та спеціальних знань і умінь. Інформаційно-компетентна особистість – це людина, яка знає, як знайти інформацію, організувати знання, використати інформацію так, щоб інші могли навчатися
В. Безрукова	володіння знаннями й уміннями, що дозволяють висловлювати професійно грамотні судження, оцінки, думки
В. Беспалов	інтегративне утворення, що характеризує зрілу особистість як представника сучасного суспільства
В. Бучельніков	інтегративна властивість особистості вчителя, яка базується на внутрішній готовності до взаємодії з учнем в інформаційному середовищі з використанням цифрової форми представлення інформації, що базується на опановуванні знаннями основ інформаційної грамотності та інформаційної безпеки, наявності навички використання апаратно-програмних засобів, бажанні опанувати ефективними технологіями обробки та перероблення інформації та прагненні використовувати нові інформаційні технології в освітньому процесі для досягнення головної мети навчання – формування особистості учня, компетентної в інформаційному просторі
Н. Гендина	здатність особистості орієнтуватись у потоці інформації; уміння працювати з різними джерелами інформації, знаходити й обирати необхідний матеріал, класифікувати його, узагальнювати; уміння на основі отриманих знань конкретно та ефективно розв'язувати будь-яку інформаційну проблему
В. Дарлінгер	рівнева освіта, що характеризує професійну підготовку фахівця до використання інформаційно-комунікаційних технологій на теоретичному, практичному і творчому рівні
В. Дьомін	рівень умінь особистості, що відбиває ступінь відповідності визначеної компетенції та дозволяє діяти конструктивно в змінюваних соціальних умовах
А. Зав'ялов	знання, уміння, навички та здатність їх застосовувати при розв'язуванні задач з використанням нових інформаційних технологій
В. Клочко	компетентність індивіда в роботі з інформацією; уміння працювати з комп'ютером та інформаційними технологіями
В. Недбай	здатність знаходити, оцінювати, використовувати та повідомляти інформацію в усіх її видах і формах
О. Спірін	обізнаність з певною галуззю, що визначається окремими нормами, потребами, запитамі щодо підготовленості фахівця, тобто як відчужену від суб'єкта, наперед задану соціальну норму (вимогу) до освітньої підготовки; компетентність, на відміну від компетенції, передбачає особистісну характеристику, ставлення до предмета діяльності, що формується під час навчання
Є. Хеннер	сукупність знань, умінь і навичок, які формуються у процесі навчання і самонавчання інформатики та інформаційних технологій, а також здатність до виконання педагогічної діяльності за їх допомогою

Проблемам медіаосвіти та медіаграмотності присвячені наукові дослідження О. Федорова, Т. Ольхової та Т. Мяснікової, О. Новікової. Серед українських дослідників чільне місце посідають роботи Г. Г. Почепцова, в т. ч. опубліковані на сайті osvita.mediasapiens.ua. Останнім часом на сайті aup.com.ua з'явився корисний для медіапедагогів блог цього ж автора, де аналізуються об'єктивні причини актуальності медіаосвіти в сучасних умовах Нової української школи, інтеграції її з інформаційною освітою, та як ці фактори впливають на формування інформаційно-комунікаційної компетентності.

Вплив медіа на людину набуває більш професійного характеру: впливає на моделі її поведінки, спосіб життя, погляди і цінності. Вседозволеність інформаційного ринку, засилля низькопробної медіапродукції 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 ціла низка суб'єктивних та об'єктивних обставин, але головна з них та, що сучасне суспільство все частіше називають інформаційним.

Як зазначає відомий дослідник Пітер Слоттердайк, інформаційну функцію традиційних мистецтв завоювали мас-медіа, котрі «уперше 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, усього торкнутися, про все зберегти інформацію, усе зіставити. При цьому вони представляють навіть дещо більше, ніж філософію, – вони одночасно наслідують традиціям енциклопедії та цирку» [1].

У сучасних дослідженнях серед загальних тенденцій світового розвитку, що обумовлюють необхідність суттєвих змін у 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 наявному медіапросторі. Інформатизація і комп'ютеризація вимагають від педагогів нових навичок, нових знань і нового мислення, покликаних забезпечити адаптацію до умов і реалій комп'ютеризованого суспільства, гарантувати їм гідне місце в такому суспільстві.

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 розв'язання 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 [3].

Інформаційна грамотність є основою інформаційної культури особистості, однією зі 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 із 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, притаманними 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 узагальненого 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 в чому залежить від її володіння широким діапазоном компетентностей, пов'язаних зі споживанням і створенням текстів у різноманітних форматах: візуальних, звукових, писемних.

Отже, нові виклики, породжені сучасними технологіями, змінюють не лише систему традиційних поглядів на освіту та грамотність, але й потребують застосування інтеграційних технологій – як стосовно 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. Отже, вона виступає у ролі каталізатора процесу, який повинен охопити мільйони молодих людей і сприяти розвитку їх здібностей» [1]. Медіа та інші інформаційні служби визнаються у всьому світі важливими інструментами, що дозволяють людям приймати рішення із врахуванням повноти інформації.

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, своєю чергою, 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 вчителів є ключовою стратегією, що забезпечує багаторазове 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 вдумливих громадян, і, по-друге, на ті зміни, що відбуваються сьогодні в загальноосвітніх закладах.



МІНІСТЕРСТВО
ОСВІТИ І НАУКИ
УКРАЇНИ



РОЗВИТОК МЕДІАОСВІТИ В УКРАЇНІ



Базуючись на рекомендаціях ЮНЕСКО та загальних процесах розвитку медіакультури, Концепція впровадження медіаосвіти в Україні визначає феномен медіаосвіти 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 [1]. Крім того, у Концепції чітко сформульовані пріоритетні напрями розвитку в Україні ефективної системи медіаосвіти, серед яких низка актуальних для нашого дослідження:

- створення системи шкільної медіаосвіти, сприяння поширенню практики інтеграції медіаосвітніх елементів у навчальні програми з різних предметів, розвиток різноманітних факультативних медіаосвітніх програм для школярів тощо;

- координація шкільної медіаосвіти з медіаосвітою дітей раннього і дошкільного віку, позашкільною медіаосвітою, медіаосвітою в професійній і вищій школі, системі післядипломної освіти, освіти дорослих, неформальною медіаосвітою;

- розроблення стандартів медіаінформаційної грамотності педагогів, введення медіакомпетентності у професійні стандарти підготовки фахівців різних спеціальностей, відповідне врахування вимог медіаінформаційної грамотності в освітніх і освітньо-наукових програмах фахової підготовки, розроблення спеціалізованих навчальних медіаосвітніх курсів для підготовки і перепідготовки фахівців [1].

РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ НА УРОКАХ МИСТЕЦЬКОЇ ОСВІТНЬОЇ ГАЛУЗІ

Поняття медіаграмотності, медіакомпетентності, медіакультури та медіаосвіти в сучасному науковому дискурсі

Поняття медіаграмотність є на сьогодні широко вживаним у сучасних дослідженнях впливу медіа на формування особистості, наукових розвідках щодо використання медіазасобів у професійній підготовці фахівців різних спеціальностей, ролі New Media у процесах цифровізації суспільства та освіти.

Наразі в науковому обігу використовується багато понять, близьких за змістом, використовуваних як синоніми: «медіаграмотність», «медіакультура», «інформаційна грамотність», «інформаційна культура», «аудіовізуальна культура», «медійна компетентність» тощо. Відбувається певна поняттєво-сміслова плутанина, особливо це стосується дефініцій «медіаосвіта» (media education), «медіаграмотність» (media literacy) і «вивчення медіа» (media studies), які не є рівнозначними. Почасти як синоніми використовуються поняття медіакомпетентності й медіаграмотності, які також мають різний змістовий контент. Тож спробуємо надати власне розуміння поняття «медіаграмотності» в контексті його використання у професійній діяльності вчителя мистецьких дисциплін, уточнити дефініції «медіаосвіти» й «медіакомпетентності» як дотичні до ключових положень дослідження.

Відзначимо, що поняття «медіаграмотність» та «медіаосвіта» застосовуються в зарубіжній науці досить давно, вони регулюються низкою міжнародних документів, серед яких:

- Паризька програма-рекомендації ЮНЕСКО з медіаосвіти від 21-22 червня 2007 р. (Paris Agenda or 12 Recommendations for Media Education [59]), у якій вказано, що медіаосвіта є обов'язком і правом споживача інформаційного продукту як частини прав на самовираження та інформацію та такого, що належить до основних прав та свобод людини; медіаосвіта рекомендується до впровадження в національні навчальні плани всіх держав, у систему додаткового навчання, неформальної освіти протягом усього життя тощо, особливу увагу приділено актуальності підготовки медіапедагогів і зростання рівня медіаграмотності;

- резолюція Європарламенту щодо медіаграмотності у цифровому світі від 16 грудня 2008 р. (European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world) [43], у якій надано практичні рекомендації щодо формування медіаграмотності на різних освітніх рівнях на основі активних методів навчання; у документі медіа (традиційні та New Media) характеризуються здебільшого як позитивний суспільний чинник, який, проте, вимагає від громадян володіння певними специфічними вміннями і навичками; слід звернути увагу, що в Резолюції Європарламенту наголошується на тому, що «медіаосвіта має стати компонентом формальної освіти, доступним усім дітям, невіддільною частиною навчальної програми на всіх етапах шкільного навчання» (п. 18), а медіаграмотність слід увести до Європейської програми освіти протягом життя як базову компетентність (п. 19) [43].

- Феська декларація ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності від 17 червня 2011 р. (Fez declaration on media and information literacy), у якій підтверджено, що медіаінформаційна грамотність, МІГ (Media and Information Literacy, MIL) є фундаментальним правом людини, особливо в епоху стрімкого розвитку цифрових технологій, вибуху інформації та конвергенції комунікаційних технологій; підкреслено важливість формування МІГ для соціального, економічного та культурного розвитку суспільства, а також висловлене занепокоєння зниженням етичних цінностей та професіоналізму працівників медіасфери та постачальників інформації [44];

– Паризька декларація ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в цифрову епоху від 28 травня 2014 р. (Paris Declaration on Media and Information Literacy in the Digital Era) [60] наголошувала на розумному використанні інформаційно-комунікаційних технологій, грамотному та усвідомленому поводженні з інформацією всіх учасників інформаційного процесу, у тому числі педагогів; у декларації наголошено на важливості умінь визначати цінність інформації, її швидко систематизувати.

Отже, ЮНЕСКО декларує, що отримання медіаосвіти та опановування медіаграмотністю належать до ключових прав кожного громадянина будь-якої країни світу, так само як права на свободу самовираження й на інформацію. Крім того, в усіх документах йдеться про поширення ідей медіаграмотності, розвиток критичного мислення, сприяння широкому суспільному міжкультурному діалогу.

З 2012 року за ініціативою ЮНЕСКО майже щорічно проводяться глобальні тижні та форуми медійної та інформаційної грамотності. Найвідомішими серед них виявились Європейський форум «Медіаінформаційна грамотність у Європі: компетенції критичного мислення для демократичного, прозорого, відкритого, безпечного та інклюзивного інформаційного середовища» (2016, Рига, Латвія); Всесвітній тиждень медійної та інформаційної грамотності (Global MIL Week), проведений під гаслом «Протидія дезінфодемії: медійна та інформаційна грамотність кожного і для всіх» (Resisting Disinfodemic: MIL for everyone, by everyone) у 2020 році в Республіці Корея. До цих заходів залучаються активісти з різних країн, які вважають медійну та інформаційну грамотність дієвим способом активізації міжкультурного діалогу [11].

В Україні усвідомлення актуальності формування медіаграмотності громадян і разом із цим активний розвиток медіаосвіти розпочалися від 2010 року, коли Національною академією педагогічних наук було створено Концепцію впровадження медіаосвіти. У 2016 р. було схвалено нову редакцію Концепції [16], у якій відзначено загострення потреби в інтенсифікації розвитку медіаосвіти, що зумовлено необхідністю протистояти зовнішній інформаційній агресії та руйнівній зарубіжній пропаганді. У Концепції підкреслено значущість медіаосвіти в реаліях сьогодення, коли вона стає фундаментальною складовою інформаційної безпеки країни, відіграє стратегічну роль у вихованні патріотизму молоді, формуванні української ідентичності. Для нашого дослідження особливу значущість мають положення Концепції щодо її спрямування на інтенсивне масове впровадження медіаосвіти в педагогічну практику на всіх рівнях; пріоритетне започаткування шкільної та позашкільної медіаосвіти, яка стане головною інтеграційною ланкою формування цілісної системи медіаосвіти [16].

Відзначимо ще один документ – аналітичну записку «Медіаосвіта як чинник підвищення якості освіти та засіб протистояння гуманітарної агресії», видану Національним інститутом стратегічних досліджень (2015), у якій розглянуто питання упровадження медіаосвіти в українську освітню систему; обґрунтовано актуальність медіаосвіти для України в контексті європейської інтеграції та з урахуванням необхідності протидії зовнішній інформаційній агресії; окреслено ключові проблеми та подано пропозиції щодо заходів, спрямованих на підвищення ефективності процесу впровадження медіаосвіти в Україні [22].

З вересня 2013 року Академією Української Преси (АУП) запущено портал «Медіаосвіта і медіаграмотність» (<https://medialiteracy.org.ua/>), створений як інтерактивна платформа для спілкування медіапедагогів задля сприяння відкритості та публічності процесів у медіаосвітньому середовищі [30]. До структури порталу включено розділи для педагогів різних освітніх рівнів, зокрема для вчителів закладів загальної середньої освіти, для викладачів закладів вищої освіти та для медіаспоживачів, розроблено мапу медіаосвітніх ініціатив України (<https://medialiteracy.org.ua/mapa/>), розміщуються новини медіаосвіти, корисні матеріали для уроків тощо.

У 2018 році Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) розпочато Всеукраїнський проєкт «Вивчай і розрізняй: інфомедійна грамотність». Проєкт, як зазначено на сайті МОН України, спрямований на розвиток навичок критичного сприйняття інформації та інтеграцію інфомедійної грамотності в навчальну програму шкіл. Організаторами проєкту «Вивчай і розрізняй: інфомедійна грамотність» є Рада

міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки посольств США та Великої Британії у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією Української преси. У межах проекту розробляються навчальні матеріали для вчителів різних ланок закладів загальної середньої освіти, проводяться тренінги та навчання для установ-учасників проекту (школи, інститути післядипломної педагогічної освіти, педагогічні заклади вищої освіти), запроваджується навчання за розробленими матеріалами. На сьогодні в проєкті беруть участь понад 600 шкіл і близько 3000 учителів з усіх областей України, які набувають нових компетентностей, отримують дієві інструменти та методики для навчання школярів медіаграмотності, критичного сприйняття інформації, протидії маніпуляціям та усвідомлення цінності високоякісної інформації в контексті шкільної освіти.

Отже, наразі триває 3-й етап реалізації Концепції впровадження медіаосвіти в Україні – етап подальшого розвитку медіаосвіти та забезпечення її масового впровадження (2021–2025 роки), яким передбачене науково-методичне та організаційне забезпечення процесу масового впровадження медіаосвіти в навчальні заклади всіх рівнів, уведення медіаосвітньої складової у навчальні програми вищої школи і післядипломної освіти з гуманітарної підготовки фахівців усіх профілів, розроблення прикладних науково-дослідних тем з питань підвищення ефективності медіаосвіти для забезпечення наукового супроводу її впровадження [16]. Дослідження процесів формування медіаграмотності вчителів мистецьких дисциплін відповідає цілям і завданням цього етапу реалізації Концепції.

Відповідно до завдань роботи окреслимо поняттєвий апарат дослідження, розглянемо сутність ключової дефініції «медіаграмотності», а також дотичних до неї «медіакомпетентності», «медіакультури» та «медіаосвіти».



Поняття медіаграмотності є складним за структурою, тож розглянемо сутність його компонентів. «Медіа» (від англ. Media, лат. Medium – посередник) зазвичай розуміють як засоби передавання, зберігання та відтворення інформації, як різні засоби комунікації. Одним із відомих дослідників медіа є канадський науковець М. McLuhan, який розглядав медіа передусім як повідомлення («The Medium is the Message»), а також вважав, що контент засобу комунікації – це завжди інший засіб комунікації («The Content of a Medium is Always Another Medium») [53; 54]. Як засоби фіксації інформації розглядав медіа Н. Innis, який розробляв теорію появи нових медіа, вивчав їхні соціальні та економічні впливи [66]. В американському онлайн-словнику з медіа та комунікацій медіа

(media) визначено як будь-які засоби передачі інформації, форми, девайси та системи, що представляють масові комунікації як єдине ціле, зокрема й газети, журнали, радіостанції, телеканали та вебсайти [42].

Серед різновидів медіа відзначимо виокремлені М. McLuhan ще в середині ХХ ст. «холодні» медіа (усне мовлення, листування, телефон, які потребують зворотного зв'язку між учасниками комунікації та залучають один канал передачі інформації) та «гарячі» (преса, фотографія, кіно, телебачення, які надають інформацію в один бік та впливають на багато відчуттів) [54]. Названі М. McLuhan «гарячими» медіа називають також терміном «мас-медіа» (засоби масової комунікації, ЗМІ), оскільки вони одночасно передають інформацію великим групам людей, орієнтовані на масову аудиторію, пересічного споживача. М. Lister, J. Dovey та ін. [51] до мас-медіа відносять масову пресу (газети, журнали), масові статичні зображення (листівки, рекламні борди), кінематограф, телебачення, вебсайти, комп'ютерні програми з візуальним інтерфейсом, тиражовані носії інформації (CD-диски та ін.) тощо.

З розвитком інформаційних технологій, як справедливо відзначає Т. Фурсикова [34], поняття медіа було дещо переосмислено, зокрема зросла роль технологічного інструментарію. На сьогодні «медіа» і «мас-медіа» зазвичай не диференціюються, приміром О. Федоров у словнику термінів з медіаосвіти надає наступне визначення: «Медіа (media, mass media) – технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, поширення, сприйняття інформації та обміну нею між суб'єктом (автором медіатексту) й об'єктом (масовою аудиторією)» [32]. Проте з'явилися поняття «нові медіа» (New Media), пов'язані з використанням комп'ютерної техніки та інтернет-технології Web 2.0, контент яких почасти створюють самі користувачі (соціальні мережі, блоги та ін.) [42]; «цифрові медіа» (Digital Media) – будь-які носії, що можуть бути створені, переглянуті, поширені, змінені і збережені на цифрових електронних пристроях [42; 65]. Цифрові медіа є невіддільним компонентом сучасного цифрового суспільства і містять різні форми подання інформації (текст, аудіо, відео та графіку), які передаються через Інтернет для перегляду в Інтернеті [65].

Як зазначено в Резолюції Європейського Парламенту щодо медіаграмотності в цифровому світі від 16 грудня 2008 р. (European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world), наразі межі між усіма видами медіа (аудіовізуальними та друкованими, традиційними й цифровими) стираються, різні форми медіа змішуються технічно й змістовно; нові засоби масової інформації проникають в усі сфери людського життя завдяки інноваційним технологіям; ці нові медіа стимулюють користувачів до активної медіадіяльності; окрім того, формами медіа також є спільнота громадян, мережеві блоги та відеогри [43].

Поняття «грамотність», яке є складником досліджуваного явища медіаграмотності, зазвичай визначають як уміння читати й писати або вміння використовувати мову, щоб читати, писати чи розмовляти. Український мовознавець О. Сербенська вказує, що грамотність – це ступінь знання законів і правил рідної мови, це вміння користуватися цими знаннями для висловлювання своєї думки в усному та писемному мовленні [6]. Проте, розуміння грамотності виходить за межі письменності. Ми цілком погоджуємося із М. Приходою, яка вважає, що грамотність – це передусім освіченість, а також духовна постава, шляхетність [6].

Серед ключових компетентностей, необхідних усім людям для підвищення особистого потенціалу і розвитку, розширення можливостей працевлаштування, соціальної інтеграції та активного громадянства, визначених Європейським Союзом у Рамковій програмі оновлених ключових компетентностей для навчання протягом життя (Proposal for a Council Recommendation on Key Competences for Lifelong Learning), виокремлено грамотність як здатність розрізняти, розуміти, висловлювати, створювати та інтерпретувати поняття, почуття, факти та думки усно та письмово, за допомогою візуальних, звукових та цифрових матеріалів у різних дисциплінах та контекстах [38]. Це поняття виведене за межі умінь читання та письма, воно передбачає передусім здатність ефективно спілкуватися та налагоджувати стосунки з іншими людьми належним і творчим способом.

У документах ЮНЕСКО останніх років грамотність тлумачиться як активний розумовий процес, здатність виявляти, розуміти, інтерпретувати, створювати інформацію, комунікувати й робити прогнози, використовуючи друковані та письмові матеріали, пов'язані з різними контекстами. Грамотність містить навчання досягати своїх цілей, розвивати знання і потенціал повною мірою для того, щоб брати участь у житті суспільства [62, с. 7]. Отже, поступово вказане поняття наближається до інформаційної грамотності, оскільки його зміст концентрується на процесах споживання людиною інформації та набуття нею стану поінформованості, на здатності користувача визначати та формулювати власні інформаційні потреби, знаходити доступ до інформації, володіти навичками критичної оцінки інформації, використовувати ІКТ для обробки інформації, етично ставитися до інформації (А. Grizzle, Р. Moore, М. Dezuanni [56, с. 47]). Російський дослідник О. Федоров справедливо зазначає, що інформаційна грамотність як уміння «читати», аналізувати і синтезувати інформацію, здатність використовувати комп'ютерну та медіатехніку, знання основ інформатики, інформаційних технологій» [33, с. 17] дуже близько підходить до медіаграмотності, аудіовізуальної грамотності, медіакомпетентності тощо.

Виходячи із тлумачень понять «медіа» та «грамотність», можна підійти до визначення ключового в нашому дослідженні поняття медіаграмотності.



А. Grizzle, Р. Moore, М. Dezuanni [56], досліджуючи медійну грамотність у межах проєктів ЮНЕСКО, розглядають її як таку, що спрямована на «здобуття особою навичок розуміння ролі й функцій засобів масової комунікації та інших джерел інформації в суспільстві, критичну оцінку медіаконтенту, взаємодію із ЗМК для самовираження, міжкультурного діалогу, застосування навичок, включаючи навички у сфері ІКТ, для вироблення власного контенту» [56, с. 50]. У документах Європейської Комісії (Media Literacy Profile Europe) медіаграмотність тлумачиться як уміння отримувати доступ до медіа, розуміти і критично оцінювати медіаконтент в його різних аспектах, а також вибудовувати комунікацію в різних умовах» [57]. У Резолюції щодо медіаграмотності у цифровому світі Європейського Парламенту (European Parliament resolution of 16 December 2008 on media literacy in a digital world) медіаграмотність розглядається як здатність використовувати медіа в особистих цілях і без сторонньої допомоги, розуміти

та критично оцінювати різноманітні аспекти медіа, уміти виділити необхідну інформацію з величезного потоку даних, класифікувати ці дані. Отже, поняття медіаграмотності в європейських документах тісно пов'язано з розвитком критичного мислення та участю в суспільному житті через засоби масової інформації. Також постійно наголошується на популяризації медіаграмотності серед усіх громадян Європи, що стає на сьогодні основою культурного розвитку та прогресу демократичного суспільства.

Дослідники на пострадянському просторі також активно вивчають сутність поняття медіаграмотність. У тлумачному словнику концепцій і термінів комунікативістики і засобів інформації пропонується розуміння досліджуваного явища як запасу стабільних знань про засоби масової інформації, а також уміння постійно і правильно застосовувати ці знання на практиці при виборі та оцінці інформації. До того ж цілком справедливо вказано, що головним для медіаграмотності є не пасивне засвоєння всіх відповідей, а здатність правильно поставити питання щодо всього, що бачить, чує або читає сучасний споживач масової інформації [2].

О. Баришполець, Л. Найдьонова, Г. Мироненко та ін., досліджуючи соціально-психологічні аспекти медіакультури особистості, відзначають, що «медіаграмотність – це комплекс навичок та вмінь не лише користуватися технікою мас-медіа та спілкуватися з її допомогою, а насамперед розрізняти першорядну й другорядну інформацію, абстрагуватися від надлишкової, сповна сприймати зміст, «прочитувати» підтекст і тлумачити його» [1].

О. Волошенюк та В. Іванов [21] розглядають медіаграмотність як сукупність 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.

На порталі «Медіаосвіта і медіаграмотність» (<https://medialiteracy.org.ua/>) Академії Української Преси розміщено «Дорожню карту з медіаосвіти і медіаграмотності» (2016), у якій досліджуване поняття визначено так: «медіаграмотність – це активне чи пасивне сприйняття і використання матеріалів медіа, включаючи їх критичне сприйняття й усвідомлену оцінку, розуміння методів, які використовують медіа і їх вплив. Термін означає здатність читати, аналізувати, оцінювати і здійснювати комунікацію з використанням різних форм медіа (наприклад, телебачення, преси, радіо тощо). Поряд побутує й інше розуміння цього терміна: здатність розшифровувати, аналізувати, оцінювати і здійснювати комунікацію в різноманітних формах. Медіаграмотність – сукупність компетенцій, які дозволяють людям отримувати доступ, аналізувати, оцінювати і створювати повідомлення в різних видах медіа, жанрах і формах для особистого самовираження і реалізації своїх цивільних прав та, тим самим, забезпечення фундаментальних свобод суспільства» [7]. Отже, у тлумаченні цього поняття одним із лідерів вітчизняного громадського медіаосвітнього руху зроблено акценти не лише на сприйнятті та роботі з медіа, а й на здатності здійснювати комунікацію.

На сьогодні до наукового обігу введено ширше поняття медіаінформаційної грамотності – МІГ (media and informational literacy – MIL), що полягає в поєднанні традиційних концептів «медіаграмотності» та «інформаційної грамотності» у спільний концепт. Як зазначається в Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, «МІГ позначає комбінований набір компетенцій (знань, навичок і відносин), необхідних нині для життя і роботи. МІГ розглядає всі види засобів масової інформації та інших постачальників інформації: бібліотеки, архів, музеї та інтернет - незалежно від використовуваних технологій. МІГ спрямована на розширення прав і свободи самовираження людей, забезпечення рівноправного доступу до інформації та знань і сприяння формуванню вільної, незалежної і плюралістичної медіа- та інформаційної системи» [16]. Новий концепт медіаінформаційної грамотності передбачає визнання провідної ролі інформації і медіа в повсякденному житті, дає змогу громадянам зрозуміти функції засобів масової інформації та інших постачальників інформації, критично оцінювати їх зміст, а також

ухвалювати обґрунтовані рішення, будучи як користувачами, так і виробниками інформації та медіаконтенту.

Концепт медіаінформаційної грамотності увійшов до документів ЮНЕСКО та Європейської комісії. Погоджуючись із М. Осюхіною, відзначимо, що медіаінформаційна грамотність – це універсальний термін, яким позначається сукупність знань, установок, умінь і навичок, які дозволяють отримувати доступ до інформації та знань, аналізувати, оцінювати, використовувати, створювати та поширювати їх з максимальною продуктивністю відповідно до законодавчих та етичних норм і з дотриманням прав людини [2].

Підсумовуючи вивчення теоретичних аспектів медіаграмотності в зарубіжній та вітчизняній науці, слід зауважити, що в зарубіжному науковому обігу поняття медіаграмотності переважно розглядається як здатність використовувати, аналізувати, оцінювати й передавати повідомлення в різних формах (Р. Кьюбі (R. Kubeu), О. Федоров та ін.). Вкажемо також на принципи медіаграмотності, які виокремив Дж. Пунгенте (J. Pungente), серед яких: конструювання реальності; інтерпретації змісту медіаповідомлень на основі національних та гендерних уявлень, соціального та культурного досвіду отримувачів; транслювання ідеології та інформації про певні цінності; виконання певних соціальних та політичних функцій [41]. У зарубіжній науці виокремлено різні напрями вивчення медіа. Британськими медіапедагогами Дж. Боукером (J. Bowker), А. Гартом (A. Hart), Д. Букінгемом та Дж. Сефтон-Гріном (D. Buckingham & J. Sefton-Green) виділено: «агенції медіа» (вивчення роботи, функцій і цілей творців медіатекстів); «категорії медіа» (вивчення типології – видів і жанрів медіа/медіатекстів); «технології медіа» (вивчення способів/технологій створення медіатекстів); «мови медіа» (вивчення медійних мов, тобто вербального, аудіовізуального, монтажного ряду медіатекстів); «репрезентації медіа» (вивчення способів подання, переосмислення дійсності в медіатекстах, авторських концепцій та ін.); «аудиторії медіа» (вивчення типології аудиторії, типології медіасприйняття).

Крім того, зарубіжні медіапедагоги на практиці використовують різні способи навчальної діяльності: «дескриптивний» (переказування медіатексту, перераховування дійових осіб і подій); «особистісний» (опис відносин, емоцій, спогадів, які викликає медіатекст); «аналітичний» (аналіз структури медіатексту, мовних особливостей, поглядів); «класифікаційний» (визначення місця твору в історичному контексті); «пояснювальний» (формування суджень про медіатекст у цілому або про його частини); «оцінний» (висновок про достойність медіатексту на основі особистісних, моральних чи формальних критеріїв) тощо.

Серед зарубіжних концепцій формування медіаграмотності в студентів, як зазначають О. Баришполець, О. Голубева, Л. Найдьонова та ін., виокремлюють концепцію візуальної грамотності, що спрямована на засвоєння нових візуальних технологій комунікації, нової мови масової комунікації, її семантики, методики створення контенту; концепція формування критичного мислення, яка забезпечує захист від нерозбірливого споживання інформації; комунікативна концепція, спрямована на засвоєння різноманітних процесів соціальної взаємодії в інформаційному середовищі [1].

Отже, зарубіжними вченими напрацьовано значний досвід теоретичного усвідомлення та практичної роботи з формування медіаграмотності громадян. Що стосується вітчизняних розвідок з питань медіаграмотності, у тлумаченні поняття слід звернути увагу не лише на сприйняття та роботу з медіа, а й на здатність здійснювати комунікацію, у тому числі в цифровій формі.



У цьому дослідженні ми будемо розуміти медіаграмотність, спираючись на визначення, наведене в оновленій Концепції 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» [11]. Крім того, вважаємо, що медіаграмотність слід розглядати як результат медіаосвіти, як процес розвитку особистості за допомогою і на матеріалі засобів масової комунікації (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу та оцінки медіатекстів, навчання різних форм самовираження за допомогою медіатехніки. Медіаграмотність, на нашу думку, є одним зі складників ширшого поняття медіакомпетентності. Розвиток медіаграмотності можливий лише за умов включення медіаосвіти до системи підвищення кваліфікації вчителів, неформальної освіти та освіти впродовж життя.

Розглянемо низку понять, дотичних до проблеми нашого дослідження.

Медіакомпетентність, як зазначено в Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, – це рівень медіакультури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного та 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].

Відзначимо й інші тлумачення вказаного поняття, які більшою мірою враховують поширене у вітчизняному освітньому законодавстві, зокрема Законі України «Про вищу освіту», розуміння компетентності як динамічної «комбінації знань, умінь і практичних навичок, способів мислення, професійних, світоглядних і громадянських якостей, морально-етичних цінностей, яка визначає здатність особи успішно здійснювати професійну та подальшу навчальну діяльність і є результатом навчання на певному рівні вищої освіти» [9], а також тлумачення цього поняття в європейській освітній теорії і практиці як результату діяльності особистості, у певному контексті (приміром, у конкретній навчальній ситуації), на основі чітко визначених та затверджених стандартів [1].

Українські науковці О. Баришполець, Л. Найдьонова та ін. вважають за необхідне визначити медіакомпетентність як компетентність у сприйнятті, створенні та передачі повідомлень за допомогою технічних та медіатехнічних систем з урахуванням їхніх обмежень; заснована на критичному мисленні, а також на здатності до медіатизованого діалогу з іншими людьми [2].



І. Толмачова вивчає феномен «медіакомпетентності майбутніх учителів початкової школи» і характеризує його як інтегровану характеристику компетенцій, а також індивідуальних рис особистості майбутнього вчителя початкової школи, що дозволяють уміло використовувати медіазасоби, адекватні для початкової ланки освіти, та створювати медіапродукти для подальшої професійної діяльності.

Звернемо увагу на визначення А. Палієнко, яка досліджує іншомовну медіакомпетентність майбутніх журналістів і тлумачить її як інтегративну якість, яка базується на фахових знаннях, навичках, уміннях, здатностях і досвіді, що створює готовність майбутніх фахівців названого профілю до адекватного сприйняття, критичного опрацювання, відтворення, транслявання, структурування, інтерпретації й генерування іншомовної медіаінформації в різних формах, видах і жанрах [8].

Медіаосвітню компетентність учителя суспільно-гуманітарного профілю вивчає М. Імерідзе й визначає її як складний професійно-особистісний конструкт, що забезпечує розуміння особистістю педагога соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, показує його прагнення та здатність бути носієм і транслятором медіакультурних стандартів, ефективно взаємодіяти з освітнім медіапростором, відтворювати та виробляти нові елементи медіакультури сучасного суспільства [11].

В. Літостанський, В. Іванов, Т. Іванова, О. Волощенко та інші розробники програми «Медіаграмотність у запитаннях та відповідях» [20] пропонують тлумачення медіакомпетентності як відповідальної реалізації соціального спілкування в суспільній практиці, тобто здатності розуміти, аналізувати й оцінювати зміст медіа, уміння використовувати медіа під час навчання і дозвілля, бути співтворцем особистого змісту в мас-медіа, володіти навичками самопрезентації та спілкування з іншими користувачами медіа і, якщо потрібно, уміти критично оцінювати власну медіаактивність. Тобто, в даних визначеннях вчені відштовхуються від прийнятого в Україні розуміння категорії компетентності.

Близьким є і тлумачення О. Федорова – це «сукупність мотивів особистості, знань, умінь, здібностей (показники: мотиваційний, контактний, інформаційний, перцептивний,

інтерпретаційний/оцінний, практико-операційний/діяльнісний, креативний), що сприяють вибору, використанню, критичному аналізу, оцінці, створенню і передачі медіатекстів у різних видах, формах і жанрах, аналізу складних процесів функціонування медіа в соціумі» [2]. Хоча, в інших працях науковець розглядає медіакомпетентність та медіаграмотність як синоніми, спираючись при цьому на європейські та американські першоджерела (передусім, на R. Kubey), і вказує: «медіакомпетентність/медіаграмотність (media competence/media literacy) – це здатність використовувати, аналізувати й передавати messages в різних формах» [1].

Деякі зарубіжні дослідники вивчають медіаграмотність як набір компетентностей, потрібних для активної й усвідомленої участі в житті медійного суспільства. Саме таке розуміння цього феномену знаходимо в документах голландської організації Mediawijzer.net (www.mediawijzer.net, www.mediawijzsheid.nl), яка з 2008 року разом із Європейською комісією працює над розробленням рамок (frameworks) з медіаграмотності. Учені виокремлюють десять компетентностей з медіаграмотності – своєрідних орієнтирів для життя в сучасному медіасуспільстві [1], які постійно оновлюються через стрімкий розвиток медіагалузі.

На нашу думку, у співвідношенні понять медіакомпетентності та медіаграмотності наявна підпорядкованість другого першому: виходячи із тлумачення загального поняття компетентності як набутої у процесі навчання інтегральної здатності особистості, яка складається зі знань, умінь, навичок, досвіду, цінностей і ставлень, що можуть цілісно реалізовуватися на практиці, грамотність входить до складу компетентності. У той самий час компетентність є передумовою культури, спрямованої на засвоєння та практичну реалізацію культурних надбань особистості, тож медіакомпетентність підпорядковується медіакультурі. Саме це зазначено в Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, згідно з якою медіакомпетентність є певним рівнем медіакультури. Отже, медіакомпетентність вміщує медіаграмотність, входить до складу медіакультури й формується засобами медіаосвіти. Деякі науковці медіаграмотність безпосередньо відносять до структурних компонентів медіакультури разом із медіаобізнаністю та медіаосвіченістю, як вважає О. Баришполець.

У тлумаченні поняття *медіакультури* ми спираємось на наявні у вітчизняному науковому обігу визначення. Передусім відзначимо наукову позицію І. Колеснікової, згідно з якою поняття «медіакультура» є не просто формальним поєднанням понять «медіа» і «культура», а синтетичним поняттям, що характеризує нове суспільне явище, яке розвивається разом із загальною культурою. Наразі медіакультура охоплює нові соціальні, моральні, психологічні та інтелектуальні складники [2]. Крім того, надаючи змістову інтерпретацію феномена медіакультури, науковиця пов'язує його з медіаосвіченістю особистості, яка передбачає її (особистості) «здатність бути носієм та передавачем медіакультурних стандартів; здатність вступати в медіадіалог між виробниками та споживачами медіа; здатність створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства та проявляється у високому рівні сприймання, аналізу, оцінки і створення медіатекстів, розуміння соціокультурного і політичного контексту функціонування медіа в сучасному світі, кодових і репрезентаційних систем передавання інформації, використанні медіа» [5].

О. Баришполець цілком логічно розглядає медіакультуру як таку, що входить до складу інформаційної культури, яка своєю чергою підпорядковується комунікативній культурі як складнику загальної культури особистості. Медіакультура, на думку вченого, це система потреб, орієнтацій, знань, умінь, навичок та інших соціальних характеристик особистості, сформованих і розвинених у процесі перебування в медіасередовищі з використанням засобів мас-медіа заради отримання соціальної інформації [3].

Близькою до наукової позиції О. Баришпольця є думка Т. Фурсикової, яка також тлумачить медіакультуру як частину загальної культури. Науковиця розглядає її, по-перше, із соціального боку як медіакультуру суспільства, тобто йдеться про соціокультурні явища, пов'язані з медіа (світ книг, світ телебачення, газет і журналів, радіо, Інтернет-ресурсів); по-друге, з позицій особистісних характеристик як медіакультуру особистості, коли сприймається творче самовираження через

комунікаційні засоби, які зрештою забезпечують повноцінне залучення людини до суспільства.

Існують і дещо інші тлумачення, які пов'язують медіакультуру переважно з інформаційно-комунікаційними (цифровими) засобами. Наприклад, Л. Масол в українській Енциклопедії освіти визначає медіакультуру як «сукупність інформаційно-комунікативних засобів, матеріальних та інтелектуальних цінностей, що вироблені людством у процесі культурно-історичного розвитку» [19, с. 349]. На думку Н. Кирилової, «медіакультура – це сукупність інформаційно-комунікаційних засобів, вироблених людством у ході культурно-історичного розвитку, що сприяють формуванню суспільної свідомості й соціалізації особистості» [2]. Такої ж думки дотримується М. Коткова, яка, досліджуючи соціокультурну ситуацію в Україні, стверджує, що «інтенсивний розвиток медіакультури, особливо аудіовізуальних засобів, активно впливає на громадську свідомість як сильний засіб інформації, культурних і освітніх контактів, фактор розвитку творчих здібностей особистості» [17, с. 129]. За влучним визначенням Г. Онкович, медіакультура – це здатність соціуму ефективно використовувати медіаресурси й застосовувати передові інформаційні технології.

Л. Ороховська, розглядаючи медіакультуру з погляду історико-філософського цивілізаційного розвитку, визначає її, з одного боку, як систему інформаційно-комунікаційних засобів, що характеризується особливостями функціонування в суспільстві на різних етапах історичного розвитку (від появи писемності до електронних мас-медіа), акцентуючи історичний еволюційний аспект медіакультури; з іншого боку, як знакову систему, за допомогою якої передається інформація про навколишній світ, створюються різні форми символічної реальності, що репрезентують настрої кожної епохи, привертаючи увагу до мови медіа [26]. Особливий інтерес викликає думка Л. Ороховської щодо взаємовпливу медіакультури й інформаційної революції, що виявляється в інформатизації медіакультури, посиленні влади телекратії, демасифікації та імперсоналізації мас-медіа та суспільства, уніфікації й стандартизації стилю та жанрів мас-медіа, атомізації суспільства, віртуалізації культури.

Н. Зражевська, вивчаючи місце медіакультури в системі соціальних комунікацій, розглядає її передусім як комунікаційний феномен, пов'язаний із «передаванням культурних артефактів і змістів у соціальному середовищі, формуванням образів і знаків, через які здійснюється ідеологічний, політичний, культурний вплив на аудиторію». Крім того, науковиця вказує на пріоритетну роль медіаінформації в розвитку культури особистості, на зв'язок медіакультури з медіаграмотністю та медіаосвітою, які уможливають «суспільне буття» медіакультури.

Для нашого дослідження актуальним виявилось визначення медіакультури О. Коневщинською в контексті підготовки майбутніх учителів музики. На думку авторки медіакультура є підсистемою медіаосвіти та інноваційною складовою професійної культури вчителя музики, розвиток якої в сучасних умовах підготовки у вищій школі значною мірою визначається використанням інформаційних телекомунікаційних та мультимедійних технологій в галузі музично-педагогічної освіти. Отже, основний акцент зроблено на необхідності готувати вчителя до самостійної інформаційно-професійної діяльності та використання мультимедійних технологій. Саме тому медіакультура вчителя музики розглядається як складова його професійної культури в контексті фахової підготовки вчителя музики засобами мультимедіа технологій, що, на нашу думку, звужує досліджуване поняття.

У Концепції впровадження медіаосвіти в Україні у визначенні медіакультури враховано і опору на засоби ІК-технологій, і особистісний рівень: «медіакультура – це сукупність інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, елементів культури комунікації, пошуку, збору, виробництва і передачі інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом у цілому. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі» [6]. Тож, вважаємо це визначення базовим для розуміння сутності медіакультури.

Відзначимо, що в зарубіжній науці медіакультура часто розглядається як панівна форма культури, яка соціалізує нас і забезпечує та відіграє велику роль в економіці, державі та суспільному та культурному житті. Саме такої думки дотримується Д. Келлнер (D. Kellner). Іноді медіакультуру в зарубіжних наукових розвідках асоціюють виключно з «масовою культурою», продукцією засобів масової інформації, навіть вводять альтернативний термін для позначення медіакультури – «культура іміджу» (image culture). З точки зору А. Дженсона (A. Jansson), П. Томаса (P. Thomas), медіакультура асоціюється зі споживацтвом і може бути названа «культурою споживача» (consumer culture). Отже, основний акцент в розвідках А. Jansson, P. Thomas та ін. зроблено на тому, що медіакультура як продукція ЗМІ використовується насамперед для представлення та відтворення переважних ідеологій, для маніпулювання поглядами громадськості.

Відзначимо, що переважна більшість учених медіакультуру пов'язують із розвитком технологій, називають ЗМІ computer-based media та вказують на мультимедійну природу сучасних медіа, які поєднують різні середовища на основі конвергентності.

Ще одним поняттям, дотичним до дослідження процесів формування медіаграмотності вчителів мистецьких дисциплін, широкоживаним у науковому обігу, є *медіаосвіта*. Передусім, слід вказати на низку документів ЮНЕСКО (Paris Agenda or 12 Recommendations for Media Education, Riga Recommendations on Media and Information Literacy in a Shifting Media and Information Landscape [63], Media and Information Literacy. Curriculum for Teachers та ін.), у яких наголошено, що медіаосвіта є частиною основних прав кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження і права на інформацію та інструмент підтримки демократії. Медіаосвіта – це специфічна й автономна галузь знань у педагогічній теорії та практиці, пов'язана з навчанням теорії та практичних умінь для опанування сучасних мас-медіа. Медіаосвіту, на думку фахівців ЮНЕСКО, слід увести до національних навчальних планів державної системи освіти, а також долучити до систем додаткової, неформальної та безперервної освіти.



Одним із зарубіжних фахівців у сфері медіаграмотності Л. Мастерманом (L. Masterman) вказано на низку причин пріоритетності медіаосвіти в сучасному світі: високий рівень споживання медіа та насиченість сучасного суспільства ЗМІ; вплив медіа на свідомість аудиторії; стрімке зростання кількості медіаінформації, посилення механізмів управління нею і її поширенням; проникнення медіа в основні демократичні процеси; підвищення значущості візуальної комунікації та інформації в усіх сферах;

зростання національних та міжнародних процесів приватизації інформації [52, с. 2]. Відзначимо, що практично всі причини не втратили значущості є й донині.

В. Іванов, О. Волощенко конкретизують зміст медіаосвіти і зазначають, що вона має надавати знання щодо того, як: 1) аналізувати, критично осмислювати і створювати медіатексти; 2) визначати джерела медіатекстів, їхні політичні, соціальні, комерційні, культурні інтереси й контекст; 3) інтерпретувати медіатексти й цінності, що несуть в собі медіа; 4) добирати відповідні медіа для створення та розповсюдження власних медіатекстів і залучення зацікавленої в них аудиторії; 5) уможливити вільний доступ до медіа для споживання та виробництва власної медіапродукції [11].

Як справедливо зазначає В. Іванов, мета медіаосвіти полягає у формуванні медіакультури особистості в середовищі значущих для неї спільнот (малих груп, родин, навчальних і виробничих колективів, місцевих громад тощо). Серед головних завдань медіаосвіти: формування медіаімунітету особистості для протидії агресивному медіасередовищу, захисту від його негативних впливів; розвиток рефлексії і критичного мислення як психологічних механізмів медіаграмотності; здатність до медіаторчості; сприяння розвитку спеціалізованих аспектів медіакультури, зокрема візуальної, музичної культури, опосередкованих мас-медіа та сучасних напрямів медіаарту тощо.

На думку Г. Онкович, медіаосвіта – це процес розвитку й саморозвитку особистості за посередництва засобів масової комунікації. Науковиця розглядає медіаосвіту і як автономну дисципліну, і як частину загальної освіти, що може бути інтегрована у традиційні дисципліни. Крім того, ученою досліджено міждисциплінарні вектори розвитку сучасної медіаосвіти, зокрема професійно орієнтований, медіапедагогічний, медіапсихологічний, медіаекологічний, медіасоціологічний, які на сьогодні доповнені медіааналітикою, медіаекспертизою, медіамистецтвом, медіариторикою тощо.

Отже, медіаосвіта – частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовка 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 [16].

На сьогодні у світовій науці виділено низку теорій медіаосвіти, серед яких найпоширенішими, на думку О. Баришпольця, В. Іванова та О. Волощенко, Н. Кирилової, О. Федорова та ін. є: ідеологічна, протекціоністська/захисна, медіаосвіта як «споживання і задоволення» (орієнтації на медіавподобання/потреби аудиторії), практична, естетична, семіотична, розвитку критичного мислення, культурологічна, соціокультурна, етична. Кожна з цих теорій своєрідно тлумачить мету медіаосвіти, передбачає досягнення певних цілей та використання педагогічних стратегій.

М. Осюхіною, якою досліджено медіа та інформаційну грамотність як складову сучасних інформаційно-комунікаційних обмінів, проаналізовано основні концепції медіаосвіти в сучасних інформаційно-комунікаційних реаліях та зроблено висновок, що не всі концепції на сьогодні відповідають вимогам часу, а деякі з них, зокрема семіотична, естетична, ідеологічна та практична, суперечать засадам розвитку інформаційного суспільства [4]. Ми не погоджуємося з цією думкою, оскільки зі змінами, зумовленими цифровізацією суспільства, трансформуються і теорії медіаосвіти. Ми дібрали низку теорій медіаосвіти, що склали методологічне підґрунтя дослідження процесів формування медіаграмотності вчителів мистецьких дисциплін в системі післядипломної педагогічної освіти. Це такі теорії, як-от:

1) *Естетична (художня) теорія медіаосвіти (Aesthetic Approach)*, головною метою якої є розуміння основних законів і мови художнього спектра інформації, розвиток естетичного сприйняття і смаку, здатності до кваліфікованого аналізу художніх медіатекстів (С. Холл (S.Halls), П. Воннел (P. Whannel) [46]). Теоретичною базою цієї теорії є культурологічна теорія медіа, а зміст медіаосвіти сконцентрований у колі мови медіакультури, авторського світу творця художнього медіатексту, історії медіакультури (кіномистецтва, художнього телебачення, фотографії тощо).

2) *Культурологічна теорія медіаосвіти* (Cultural Studies Approach) із культурологічною теорією медіа як теоретичною базою (Д. Бекінгем (D. Buckingham) [40], К. Безелгет (C. Bazalgette) [39], А. Харт (A. Hart) [47] та ін.). На думку представників цієї теорії, медіа лише пропонують свою інтерпретацію дійсності у той час, як аудиторія аналізує, інтерпретує, оцінює медіатексти, перебуваючи з ними в процесі діалогу. Отже, основною метою медіаосвіти є допомога аудиторії в розумінні того, як медіа можуть збагатити сприйняття, знання про світ людини. До змісту медіаосвіти внесено ключові поняття цієї освітньої галузі, роль стереотипів, поширюваних через медіазасоби тощо.

3) *Соціокультурна теорія медіаосвіти* (Social and Cultural Approach), теоретичну базу якої складають культурологічна теорія (необхідність освіти як результат розвитку медіакультури) й соціологічна (як результат усвідомлення в педагогіці значущості соціальної ролі медіа). Один із представників цієї теорії О. Шариков вважає, що розвиток медіа закономірно призводить до необхідності виникнення спеціальної професійної освіти в кожній сфері засобів масової комунікації; через масовість медіааудиторії виникає потреба навчати якомога більші прошарки населення мови медіа; у суспільстві відбувається свідоме осмислення соціальної ролі медіа і, як наслідок, подальший розвиток медіаосвітнього процесу.

4) *Теорія медіаосвіти як розвитку «критичного мислення»* (Critical Thinking Approach), представниками якої є Дж. Гоннет (J. Gonnet), Л. Мастерман (L. Masterman) [11] та ін. Провідна теза теорії: медіа – це «четверта влада», котра ширить моделі поведінки й соціальні цінності серед різномірної маси індивідуумів. Звідси виходить, що головна мета медіаосвіти полягає в захисті учнів від маніпулятивного впливу медіа, навчанні орієнтуватися в інформаційному потоці сучасного демократичного суспільства, вивченні символів-кодів, з допомогою яких відбувається вплив медіа [35].

5) *«Практична» теорія медіаосвіти, теорія практичної медійної діяльності/активності* (Practical Approach, Technology Approach, Hands-on Making Approach), як справедливо зазначають В. Іванов, О. Волошенюк, Г. Онкович, є адаптованою теорією «споживання і задоволення» в галузі медіа [10]. Теорію відрізняє підвищена увага до вивчення технічного боку медіатехніки для створення медіапродукту, а також використання медіатекстів для ілюстрації матеріалів з різних дисциплін шкільної програми. Отже, основним змістом медіаосвіти за «практичною» теорією є навчання учнів (або педагогів) використовувати медіаапаратуру, медіатехнології, програмне забезпечення.

Зазначені теорії медіаосвіти склали методологічне підґрунтя дослідження процесів формування медіаграмотності вчителів мистецьких дисциплін в системі післядипломної педагогічної освіти: естетична теорія виявилась важливою з точки зору історії та теорії медіа, мови сучасної медіакультури, її мультимедійного та конвергентного контенту; культурологічна теорія допомогла усвідомити основні поняття медіакультури та медіаграмотності, зрозуміти їх співвіднесення; соціокультурна – сприяла осмисленню соціальної ролі медіа і довела необхідність введення вивчення теоретичних аспектів медіаграмотності й опанування відповідних практичних навичок у вчителів мистецьких дисциплін як окремої професійної спільноти; теорія, пов'язана з увагою до розвитку критичного мислення, також виявилась необхідною в наданні вчителям комплексу медіазнань і умінь для орієнтації в інформаційному медіапотоці, для захисту від маніпуляцій та вивчення можливих впливів медіазасобів.

Що стосується «практичної» теорії медіаосвіти, відзначимо, що формування практичних умінь і навичок роботи з медіазасобами на сьогодні є надзвичайно актуальним, це зумовлено тотальною цифровізацією ЗМІ, переводом освітнього процесу в закладах освіти всього світу в дистанційний формат через пандемію Covid-19.

РОЗДІЛ 3. ОНЛАЙН-ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ТА СТВОРЕННЯ МЕДІАРЕСУРСІВ ДЛЯ УРОКІВ ОСВІТНЬОЇ ГАЛУЗІ “МИСТЕЦТВО”

Масові відкриті онлайн-курси (МООС)

Як відомо, поняття «масовий відкритий онлайн курс» (Massive Open Online Course, МООС) було вперше використано Г. Сіменсом (G. Siemens) та С. Доунсом (S. Downes) у зв'язку із розробленням курсу «Коннективізм та зв'язні знання». На початку 2010-х років кожне слово аббревіатури було розтлумачено: «масовий (massive)» означає, що курс охоплює значне коло інтересів громадян, а також можливість одночасного навчання значної кількості користувачів; «відкритий (open)» вказує на вільний доступ до курсу або його контенту; «онлайн (online)» характеризує спосіб доступу до курсу через мережу Інтернет; «курс (course)» має значення особливої організації змісту навчання у визначені часові інтервали із наданням доступу до ресурсів, ознайомлення з якими допомагає досягти поставлених цілей та запрограмованих результатів навчання.

Розрізняють два основні різновиди масових відкритих онлайн-курсів:

1) сМООС (префікс походить від слова «коннективізм (connectivism)»); у курсах цього виду користувачі мають опрацювати великі обсяги неструктурованої інформації, вони є приватною ініціативою окремих педагогів (курси G. Siemens, S. Downes та ін.);

2) хМООС – курси з чітко структурованою навчальною інформацією, обов'язковими тестами для контролю знань, відеолекціями та іншими матеріалами, оформленими за певним шаблоном; курси цього виду розташовані на платформах Coursera, Udacity, edX. Наприклад, МООС курси, створені на edX платформі, складаються із таких компонентів:

- інтерактивні відеолекції із субтитрами, які можуть бути завантажені;
- навчальні ресурси (книги, доповіді, записи вебінарів), які можуть бути завантажені;
- онлайн-тести різних типів;
- віртуальні лабораторії з інтерактивним інтерфейсом із можливістю перегляду моделювання та симулювання;
- багатомовний інтерфейс;
- форум для обговорення різних питань та організації дискусії;
- вікі-проекти для запровадження колаборативного навчання;
- різні види систем оцінювання.

Як засвідчують науковці, станом на 2019 рік у вільному доступі або за умови внесення часткової оплати на різних онлайн-платформах було викладено понад 10 тисяч курсів, розробниками яких виступили близько 800 університетів світу, а кількість слухачів курсів сягала 10 млн осіб.

Найбільшою платформою масових відкритих онлайн-курсів в Україні є Prometheus (<https://prometheus.org.ua>). Станом на 1 січня 2021 року до Prometheus долучилося 1,5 мільйона слухачів, і кількість користувачів постійно зростає, чому сприяє низка карантинних обмежень, які були введені з початком пандемії, спричиненої COVID-19.

Науковці, які вивчають проблеми створення й реалізації МООС (К. Бугайчук [5], О. Бескорса [4], Н. Морзе, О. Буйницька та Л. Варченко-Троценко [24], Л. Панченко [29] та ін.), акцентують на тому, що масові відкриті курси є адаптаційною моделлю дистанційних курсів навчальних дисциплін закладів вищої освіти, проте курси МООС є більш привабливими завдяки можливості поглиблення знань з тієї чи іншої проблеми, вони є доступними та зручними; навчаючись на відкритому курсі, користувач набуває соціального досвіду, спостерігає за прогресом у навчанні, крім того онлайн-навчання зазвичай має інноваційний характер [24, с. 45]. Л. Панченко здійснено аналіз та класифікацію відкритих масових онлайн-курсів проекту Coursera і цілком справедливо відзначено, що на сьогодні МООС адаптуються до сучасних тенденцій розвитку

суспільства, зокрема до цифровізації, кібербезпеки, розвитку критичного мислення, лідерських навичок та інших проблем, серед яких і питання медіаграмотності, розпізнавання маніпулятивного контенту ЗМІ, дезінформації та пропаганди [29]. Розпочалося вивчення можливостей залучення онлайн-курсів до професійної підготовки майбутніх фахівців різних спеціальностей, зокрема О. Бескорсою здійснено теоретичний аналіз змісту та структури масових відкритих онлайн-курсів, що можуть бути використані в професійній підготовці майбутніх учителів англійської мови початкової школи [4].

Отже, вивчення наявних масових відкритих онлайн-курсів з медіаграмотності та створення власного дистанційного курсу для підвищення кваліфікації вчителів є на часі й відповідає сучасним вимогам відкритої е-освіти. Наведемо огляд наявних МООС курсів, доцільних для використання у підвищенні кваліфікації вчителів мистецьких дисциплін в закладах післядипломної педагогічної освіти, а також в умовах самоосвіти та саморозвитку вчителів.

1. **«Медіаграмотність для освітян»** – курс, розроблений на платформі Prometheus з метою мотивувати вчителів, керівників шкіл, шкільних управлінців вивчати нове цифрове середовище, розвивати нові медіаосвітні компетентності (https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:CZ+MEDIA101+2018_T3/about). Курс безкоштовний, він вміщує багато корисних інструментів, які можна використовувати для формування позитивного іміджу закладу освіти, у процесі спілкування з медіа та ефективного використання медіаресурсів у освітньому процесі. Обсяг курсу – 60 годин.

Тематика курсу:

Тема 1. Що таке медіаграмотність. Вплив медіа на суспільство. Завдання медіаосвіти. Ресурси медіаосвіти.

Тема 2. Як медіа можуть допомогти школі.

Тема 3. Основи авторського права. Спілкування в мережі. Як формувати імідж школи, використовуючи відкриті ресурси.

Тема 4. Як допомогти дітям долати небезпеки кібербулінгу.

Як вказують автори курсу (С. Горбачов, Л. Найдьонова), його вивчення дозволить набути (або вдосконалити) такі компетентності:

- загальні: знання і розуміння сучасних тенденцій розвитку освіти, критичне та системне мислення, здатність логічно обґрунтовувати позицію, здатність співпрацювати з іншими людьми;

- фахові: професійно-педагогічна, інформаційно-комунікаційна, інноваційно-дослідницька, методична, компетентності з інформальної освіти та професійно особистісного розвитку, мовленнєва, цифрова, емоційно-етична компетентність; андрагогічна компетентність – уміння визначати освітні потреби і запити, урахувати особливості мотивації, процесу навчання, застосовувати технології модерації, фасилітації, супервізії, визначати результати навчання, спонукати до рефлексії; володіти технологіями науково-методичного супроводу освітнього процесу в умовах реформ і соціальних трансформацій; здатність оцінювати рівень професійної компетентності.

2. **«Медіаграмотність: практичні навички»** – курс, розроблений на платформі Prometheus (https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:CZ+MEDIA102+2018_T3/about) з метою надання слухачам зручного інструментарію для вивчення медіаграмотності заради втілення його принципів та засад в українському суспільстві. Автор курсу – політолог, викладач, автор досліджень гібридної війни Є. Магда. Курс присвячений медіаграмотності та головним викликам сучасного світу – дезінформації та фейкам. Курс розрахований на 30 годин.

Тематика курсу:

Тема 1. Інформація в сучасному світі, її значення та вплив.

Тема 2. Дезінформація. Середовище і явище.

Тема 3. Що таке фейки?

Тема 4. Медіаграмотність: Навіщо? Як? Коли?

Тема 5. Вплив медіа на людину. Погляд психолога.

Отже, основна увага зосереджена на визначенні поняття інформація, законів, за якими вона розвивається, її наслідків, вивченні впливу дезінформації, основних методів

дезінформування. Важливим є також усвідомлення загрози фейків, їхнього впливу та шляхів розпізнавання.

3. **«Very Verified: онлайн-курс з медіаграмотності»** – курс, розроблений міжнародною організацією IREX та розміщений на платформі EdEra (<https://verified.ed-era.com/ua>). Онлайн-курс є частиною проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність», який впроваджується IREX за підтримки Посольства США та Посольства Великої Британії в Україні, у партнерстві з МОН України та Академією української преси. Основна увага курсу присвячена поясненням, як орієнтуватися в інформації довкола та як розпізнавати маніпулятивний контент, дезінформацію та пропаганду.

Курс складається із 5 розділів:

1. Медіапростір. Що таке медіа і як вони працюють? Визнач, як ти «споживаєш» медіа та з'ясуй, які типи інформації існують. Навчися відрізняти факти від суджень та розпізнавати маніпулятивний контент.

2. Традиційні медіа. Чому так важливо знати власників медіа? Що таке редакційна політика? Дізнайся, хто вирішує, яку саме інформацію ти отримаєш.

3. Соціальні медіа. Чи можуть соціальні медіа бути надійним джерелом новин? Дізнайся, як працюють алгоритми та як можна бути ізольованим від різних точок зору.

4. Дезінформація та маніпуляції. Навчись розрізняти типи маніпуляцій в традиційних і соціальних медіа: фейки, дезінформація, боти, тролі та багато іншого.

5. Підсумки. Дізнайся про «правило чотирьох перевірок» та отримай поради, як захиститися від маніпуляцій.

Спрощена версія курсу розміщена на порталі «Дія» в розділі «Освітні серіали» (<https://osvita.dia.gov.ua/courses/very-verified>).

4. **«Фактчек: довіряй-перевіряй»** – ще один безкоштовний курс з медіаграмотності, створений VoxUkraine у партнерстві зі студією онлайн-освіти EdEra (<https://courses.ed-era.com/courses/course-v1:VOXU-EdEra+FactCheck101+2018/about>) у межах Ініціативи з розвитку аналітичних центрів в Україні, яку виконує Міжнародний фонд «Відродження» у партнерстві з Ініціативою відкритого суспільства для Європи (OSIFE) за фінансової підтримки Посольства Швеції в Україні. Як зазначають автори курсу, він буде корисним для всіх, хто працює з великими обсягами інформації, не хоче потрапляти в пастку фейків та міфів, має намір навчитися відрізняти брехню від правди в новинах, дописах на Facebook та відео на YouTube. У першу чергу, курс «Фактчек: довіряй-перевіряй» розрахований на журналістів, студентів, аналітиків, проте буде цікавим і освітянам.

Курс розраховано на 15 годин. Програма курсу:

Модуль 1. Базові навички фактчеку та критичного мислення (Що не так з фейками або чому вони небезпечні? Як відрізнити правду від брехні: п'ять простих кроків? Чому наш мозок вірить фейковим новинами?).

Модуль 2. Фактчек: фото, відео та джерела даних (Перевірка даних: Україна та світ. Перевірка контенту: фотографії та відео).

Модуль 3. ЗМІ та експерти: кому довіряти і як обрати професіоналів? (Де живуть новини: структура українського медіаринку. Медіапропозиція: хто створює новини, а хто контролює якість? Розбір українських новин: на що варто звертати увагу. Як обрати експертів і кому довіряти?).

Модуль 4. Не довіряй, а перевіряй. Фактчек українських політиків (Чому брехня політиків небезпечна для країни? Як політики зваблюють виборців. Сім первинних ознак брехні та маніпуляцій. Три види маніпуляцій від українських політиків. Міфи, витримані роками: про що брешуть українські політики).

5. **«Історія і теорія медіа (History and theory of media)»** (<https://ru.coursera.org/learn/teoriya-smi>). Курс англomовний, інформаційно насичений. Для слухачів пропонується наступна тематика:

Тема 1. Основні поняття курсу (медіа, комунікація, інформація, мас-медіа, ЗМІ, ЗМК).

Тема 2. Можливості вивчення розвитку суспільства через зміни комунікативних систем, медіаносіїв та методів контролю медіа.

Тема 3. Історичний екскурс у механізми контролю змісту масових комунікацій (від середньовічних цензурних статутів до сучасних конституційних принципів, що регулюють свободу слова).

Тема 4. Історія медіаносіїв (різні системи письменності, матеріальні форми книги, електронні форми передачі інформації, цифрові медіаносії).

Тема 5. Загальна класифікація теорій медіа. Емпірико-функціональні теорії.

Тема 6. Критична теорія. Осмислення проблем індустріалізації культури, масового суспільства.

Тема 7. Лінгвістична група теорій медіа: вивчення медіа в контексті проблем мови і тексту.

Тема 8. Медіадетермінізм та мережеве суспільство.

Тема 9. Мікросоціальні теорії комунікацій.

Тема 10. Теорії культурних досліджень та вивчення медіапрактик.

Проходження курсу сприяє формуванню здатності орієнтуватися в системі загальнолюдських цінностей і цінностей світової культури, розуміти значення гуманістичних цінностей для збереження і розвитку сучасної цивілізації, а також здатності сприймати медіатексти, розуміти їх комунікативну ефективність.

6. «Ловці людей» або соціальні мережі в медіа, бізнесі, рекрутингу та освіті (Human Catchers or social networks in media, business, recruiting and education) (<https://ru.coursera.org/learn/sotsialnaya-set>). Курс розроблений викладачами Томського державного університету, цільовою аудиторією є вчителі, охочі наблизитися до реалій цифрового світу, у якому живуть їхні учні, та опанувати сучасні способи просунення освітніх послуг. Тематика курсу:

Тема 1. Техноеволюція соціальних платформ: від «електронних шаф» (мейнфреймів) до колективного розуму соціальних медіа (еволюція Всесвітньої мережі, особливості Web 2.0, нові типи мережевого співробітництва: коворкінг та краудсорсинг).

Тема 2. Віртуальний self-made-man: різноманіття сервісів соціальних медіа і життя в «паблік» (віртуальна самопрезентація, особливості лексики, семантики та етики мережевого спілкування).

Тема 3. Блогінг: віртуальна примха чи новий інструмент репутаційного менеджменту? (історія блогінгу, новий кодекс blogger relations для піар-фахівців, блогери як автори та руйнівники репутацій).

Тема 4. Френд-бізнес: принципи і форми організації SMM (social media marketing) і реклами (особливості бренд-платформ, формати мережевої реклами, сервіси моніторингу мережі).

Тема 5. Соціальні сервіси дистанційної освіти (переваги колаборативних сервісів Web 2.0 на службі освіти, принципи викладацької самопрезентації в мережі, організація освітньої комунікації).

7. «Медіаграмотність для громадян» – безкоштовний дистанційний навчальний курс (http://irex.mocotms.com/ml_web/story_html5.html), створений у межах проєкту IREX «Програма медіаграмотності для громадян» за підтримки Глобального фонду миру та безпеки (START, DFATD Canada) та Академії української преси. Цей дистанційний курс за всіма ознаками належить до категорії масових відкритих онлайн-курсів і вміщує такі теми:

1. Інформація та мас-медіа (інформація про вплив, усвідомлене медіаспоживання, процес відбору новин).

2. Маніпуляція та боротьба (маніпуляції в медіа; фейк як один із механізмів інформаційної маніпуляції; методи боротьби з фейками).

3. Мова ненависті: дегуманізація, внутрішньо переміщені особи.

Курс надає базові знання в галузі медіа, а також базові інструменти перевірки інформації та критичного мислення. Основна увага приділяється опануванню принципів роботи медіа, аналізу власного медіапростору, питанням медіаспоживання, механізмам впливу медіа та вибіркового сприйняття інформації, навичкам виявлення пропаганди, фейків та маніпуляцій в медіа, аналізу інформації з різних видів медіа.

8. **«Новинна грамотність»** – онлайн-курс просвітницької спрямованості, розрахований на широке коло користувачів з особливою метою поширення медіаграмотності серед населення в умовах воєнного конфлікту (<https://video.detector.media/special-projects/novynna-gramotnist-i22>), розроблений за підтримки Internews Network та орієнтований на студентську молодь, викладачів факультетів журналістики, медіапедагогів тощо. Тематика курсу:

- 1) Що таке новини і звідки вони беруться?
- 2) Новинні стандарти.
- 3) Хто платить за новини і як це впливає на їхній зміст.
- 4) Коли етика має значення.
- 5) Баланс думок, або чому не можна давати слова терористам.
- 6) Правдивість і точність: чому і коли варто вірити ЗМІ?
- 7) Стандарт повноти інформації.
- 8) Факти – священні, коментарі – вільні.
- 9) Оперативність.
- 10) Замовчані теми: чому небезпечно, коли в ефірі буває тиша?
- 11) Бульбашка фільтрів: як Інтернет-технології стали інформаційними редакторами.

9. **«Як розуміти соціальні мережі»** – дистанційний курс (<https://vumonline.ua/course/how-to-understand-social-networks/>), створений медіатренерами В. Морозом та М. Скорик за підтримки ГО «Інтерньюз-Україна» (Україна) та Transitions Online (Чехія), розташований на ВУМ-онлайн (vumonline.ua). Курс спрямований на розуміння природи онлайн-спілкування та навички ефективної роботи в соціальних мережах Facebook, Twitter, Instagram та ін.

Тематика курсу: Природа онлайн-спілкування, навички спілкування із користувачами їхньою мовою, мовою Інтернету, мемів, візуальних образів та якісного контенту. Робота із Facebook, Twitter, Instagram та іншими соцмережами. Управління контентом користувачів. Стилїстика в Інтернет. Хештеги, меми, тренди, фото і відео в соцмережах. Конкуренція Facebook та YouTube.

У програмі курсу – вісім модулів у вигляді відеолекцій та конспекту. У кінці курсу – підсумковий тест.

10. **«Верифікація в Інтернеті»** (<https://vumonline.ua/course/verification-in-the-internet/>) – онлайн-курс, розроблений ГО «Інтерньюз-Україна» (Україна) та Transitions Online (Чехія), реалізований медіатренерами В. Морозом та М. Скорик та розташований на ВУМ-онлайн (vumonline.ua). Головна мета курсу – розвиток навичок верифікації (перевірки) інформації, розпізнавання фейків та неправдивої інформації в Інтернеті.

Серед результатів навчання на курсі: навички перевірки першоджерел фотографій та відео; уміння пошуку архівної інформації про користувачів у соціальних мережах; користування пошуком по геолокації та використання можливостей мап Google; навички визначення сумнівності чи довіри сайту; використання інструментів для перевірки інформації.

У програмі курсу – вісім модулів у вигляді відеолекцій та конспекту. На завершення – підсумковий тест.

Навчально-ігрові засоби з медіаграмотності

1. **Онлайн-гра «Медіазнайко»** (<http://www.aup.com.ua/Game/index.html>), створена Центром медіаініціатив Вірменії за фінансової підтримки Всесвітнього банку в межах програми «Альтернативні ресурси для медіа» та USAID, адаптована та перекладена українською колективом авторів Академії української преси (О. Волошенюк, Ю. Гуза, В. Іванов та ін.), розміщена на порталі Media Literacy (<http://medialiteracy.org.ua/>).



Рис. 1. Сторінки гри «Медіазнайко» (<http://www.aup.com.ua/Game/index.html>)

Кожен учасник гри має пройти 9 рівнів/етапів, надати відповідь на запитання, стати журналістом, створити телепрограму, сайт і газету, водночас усвідомити, як працюють медіа і як вони впливають споживача інформації.

2. **Онлайн-гра «Медіаграмотна місія» (Media Literacy Mission)** (http://irex.mocotms.com/ml_game/story_html5.html), створена в межах проєкту «Програма медіаграмотності для громадян», який виконувався за підтримки глобального фонду миру та безпеки, уряду Канади (DFATD Canada).

Гра надає можливість перевірити свої знання й навички з медіаграмотності та критичного мислення, а також поліпшити їх. Головною метою гри є навчання користувачів медіа розпізнавати джінсу, маніпуляції та фейки. Як зазначають розробники, «гра створена за методиками навчання дорослих», у змісті використано реальні кейси та пояснення, що допомагають ліпше засвоїти матеріал.



Рис. 2. Сторінки гри «Медіаграмотна місія» (Media Literacy Mission) (http://irex.mocotms.com/ml_game/story_html5.html)

3. **Гра «365° за шкалою медіаграмотності»**, розроблена командою Академії української преси в межах проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність», запровадженого Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки Посольств США та Великої Британії, у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією української преси (<https://www.aup.com.ua/365-game/>).

Головна мета гри – допомогти користувачам розвинути критичне мислення, аналізувати інформацію на конкретних прикладах, бути максимально обачливими, коли транслюються події зі складовими 5С: сенсацією, смертю, страхом, скандалом, сексом. Матеріали гри підготовлено для проведення онлайн на зручному для вчителя (ведучого) онлайн-майданчику: ZOOM, Microsoft Teams, Google Клас тощо та розташовано в хмарному сховищі (<https://drive.google.com/drive/folders/1pTnDmaMsqRBtuqW9x1gcweO1NmlruPhX>).



Рис. 3. Електронні матеріали гри «365° за шкалою медіаграмотності»

Гра складається із п'яти кейсів, кожен із яких містить набір карток із фактажем учасників подій, текст новини, яка озвучується на початку гри, QR-код з посиланням на вірогідну інформацію для перевірки наприкінці гри. Крім того, ситуації можна моделювати самостійно і в такий спосіб продовжувати гру.

4. **Онлайн-гра «Пригоди Літератуса»** (<https://www.aup.com.ua/mediaosv/onlayn-gra-prigodi-literatusa/>), розроблена Центром медіаініціатив (Вірменія) та адаптована Академією української преси. Головна мета гри – опанування навичок оцінювання правдивості інформації, аналізу фейкового інформаційного потоку.



Рис. 4. Стартова сторінка гри «Пригоди Літератуса»
(<https://www.aup.com.ua/mediaosv/onlayn-gra-prigodi-literatusa/>)

5. Мультимедійний **онлайн-посібник «МедіаДрайвер»** від Детектор Медіа (<http://mediadriver.online/>). Розробники посібника прагнули ознайомити користувачів зі світом медіа, навчити їх виявляти фейки, маніпуляції та протистояти їм. Технологія мультимедіа дозволила наповнити навчальний засіб якісною інфографікою, мультиплікацією, відеоконтентом. Тестові завдання дозволяють перевірити набуті знання та вміння.



Рис. 5. Головна сторінка онлайн-посібника «МедіаДрайвер»
(<http://mediadriver.online/>)

6. Рефлексивна гра Т. Іванової «Секрет Джованні» (<https://medialiteracy.org.ua/gra-sekret-dzhovanni/>), розроблена в межах проекту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність», який виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки посольств Великої Британії та США, у партнерстві з МОН України та Академією Української Преси. Мета гри – відпрацювати навички правильного декодування інформації, виявлення причинно-наслідкового зв'язку, аналізу фотоматеріалів та деталей.



Рис. 6. Гра «Секрет Джованні» на порталі «Медіаосвіта і медіаграмотність»

Онлайн-сервіси для створення власних медіаресурсів Google Презентації

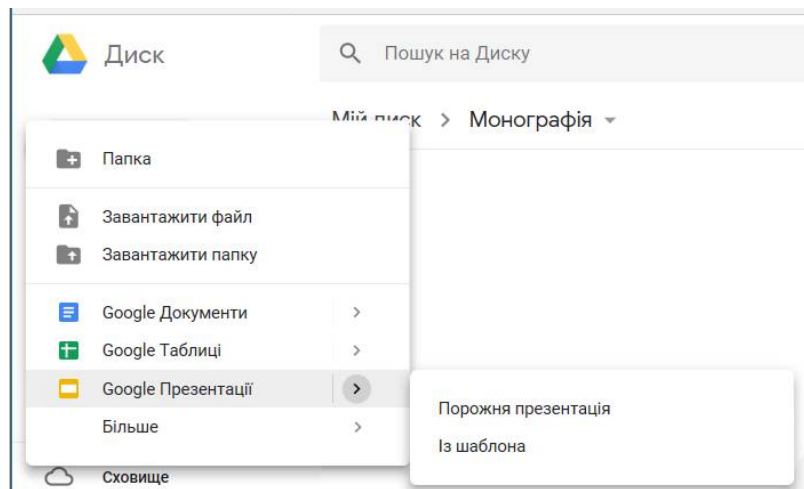


Рис. 7. Створення Google презентації

Для створення презентацій в середовищі Google презентацій необхідно виконати такі кроки:

1. Створити порожню презентацію.

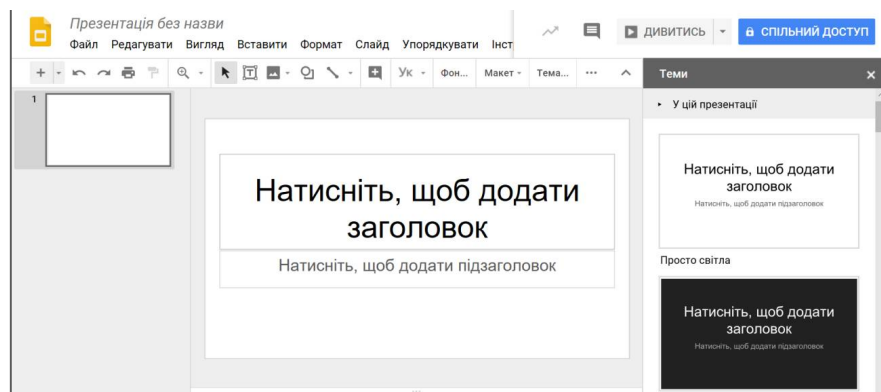


Рис. 8. Створення порожньої Google презентації

2. Вибрати тему.

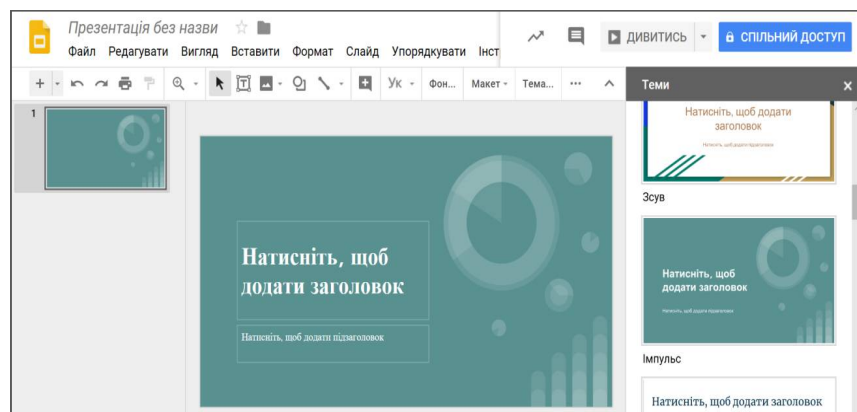


Рис. 9. Вибір теми Google презентації

3. Додати необхідну кількість слайдів до презентації (команда Вставка/Новий слайд)

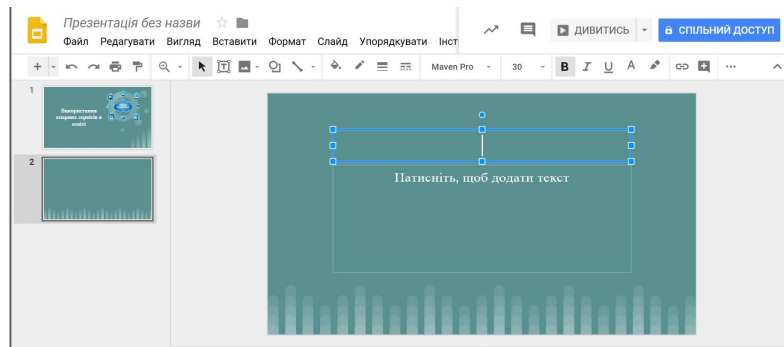


Рис. 10. Додавання слайду до презентації

4. Налаштувати переходи між слайдами (команда Перехід...)

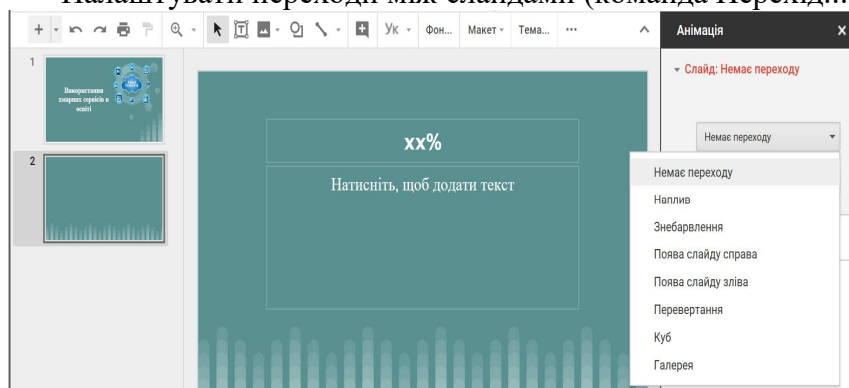


Рис. 11. Додавання переходів між слайдами

5. Налаштувати анімацію на слайдах

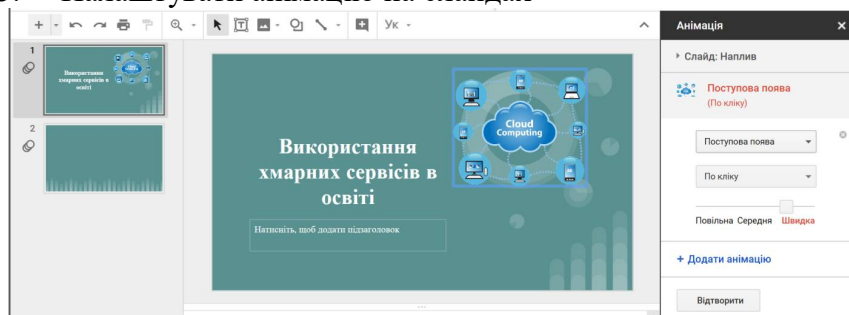


Рис. 12. Налаштування анімації на слайді Google презентації

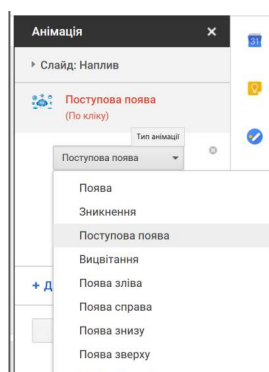


Рис. 13. Параметри анімації в Google презентації

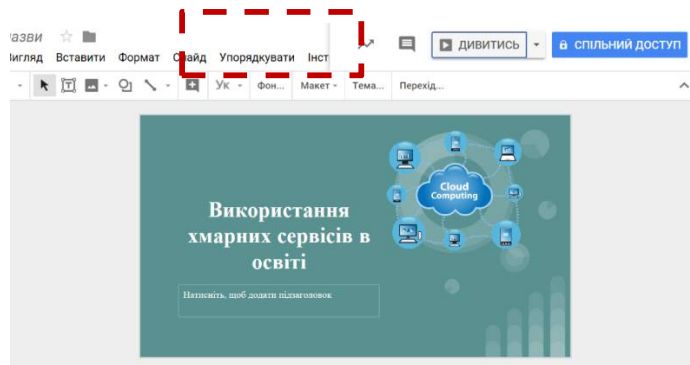


Рис. 14. Перегляд Google презентації

Створення інтерактивної презентації в Prezi

Для створення презентації в онлайн-сервісі Prezi слід виконати такі кроки:

1. Перейдіть за посиланням <https://prezi.com/>.

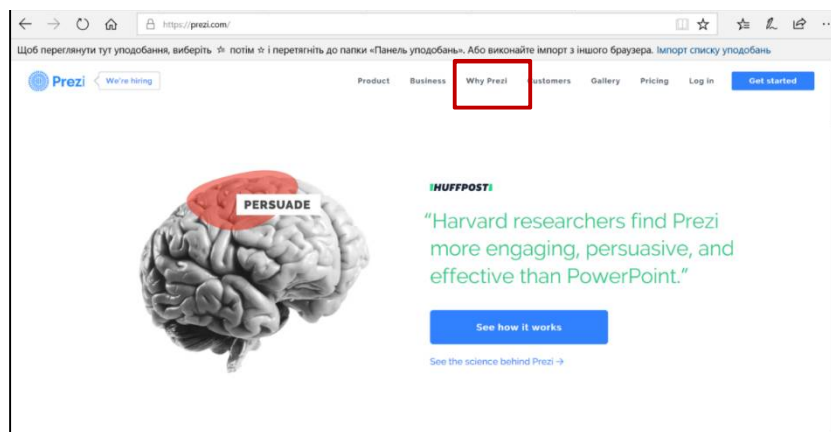


Рис. 15. Сайт для створення інтерактивних презентацій prezi.com

2. Для реєстрації або авторизації на сайті натисніть Log In. Ви маєте змогу скористатися обліковим записом Google або профілем у Facebook.

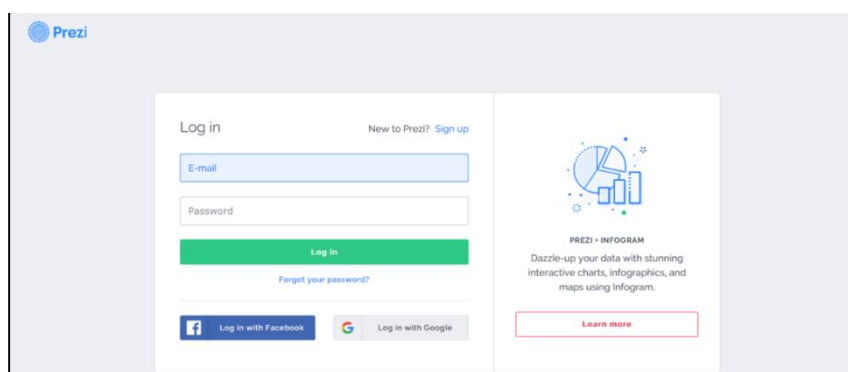


Рис. 16. Авторизація на сайті prezi.com

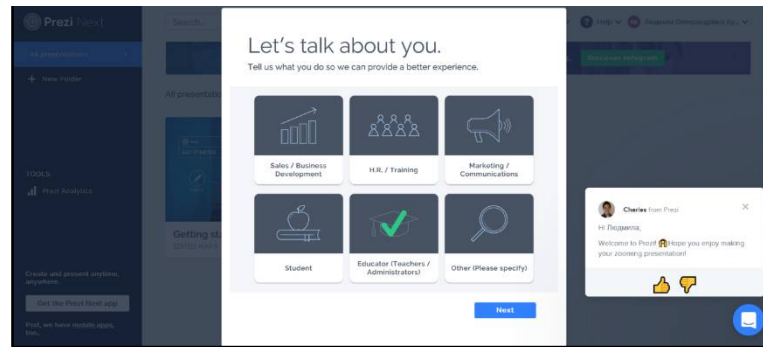


Рис. 17. Введення відомостей про себе на сайті після авторизації

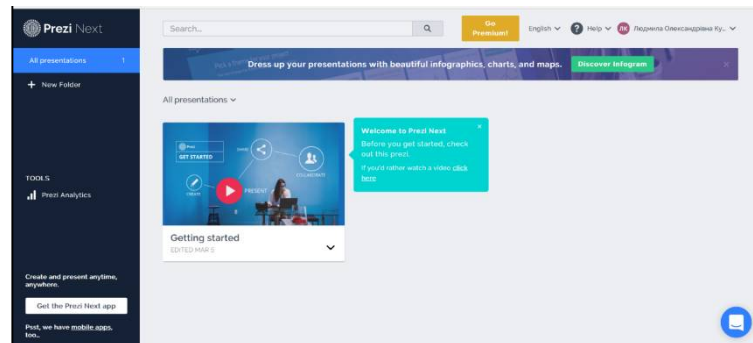


Рис. 18. Наповнення сайту для створення інтерактивних презентацій

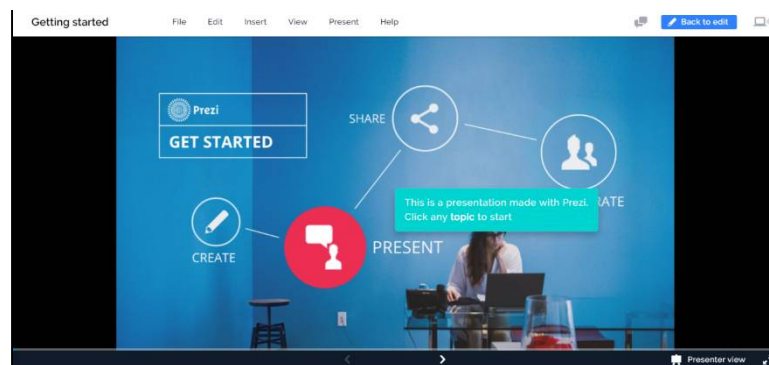


Рис. 19. Перегляд інтерактивної презентації, що описує етапи роботи з презентацією

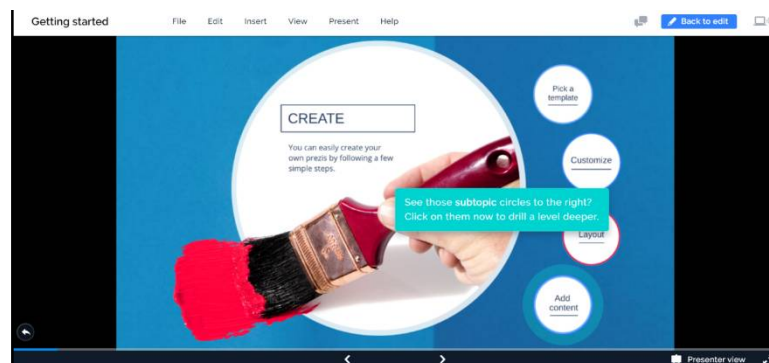


Рис. 20. Перегляд етапів створення інтерактивної презентації

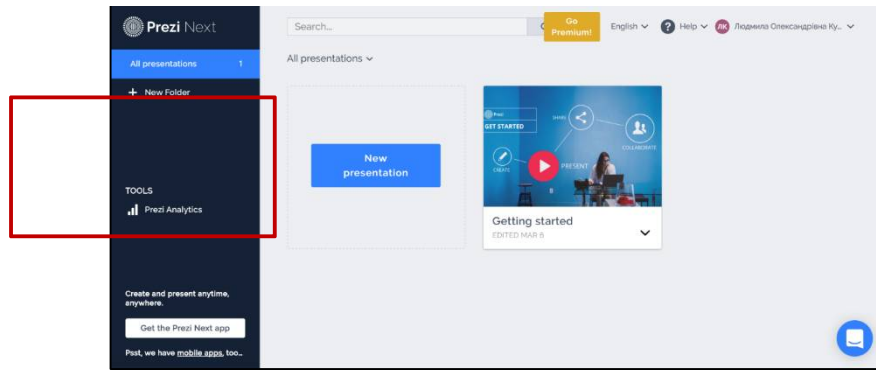


Рис. 21. Створення нової інтерактивної презентації

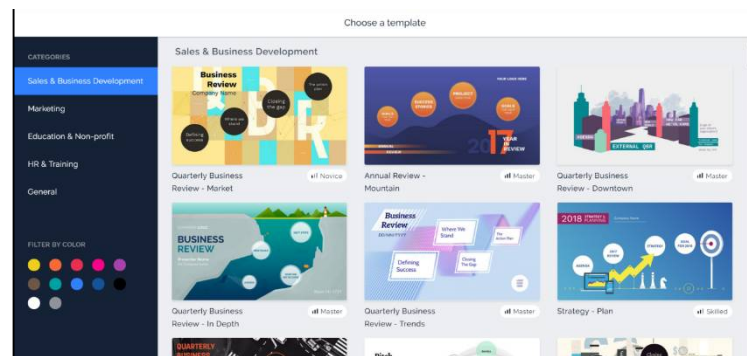


Рис. 22. Вибір шаблону презентації

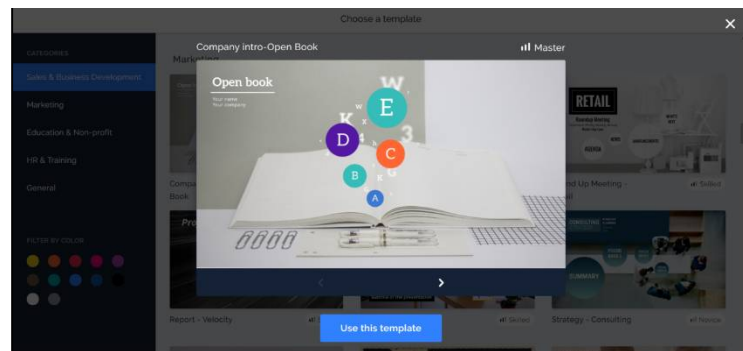


Рис. 23. Перегляд та вибір шаблону презентації

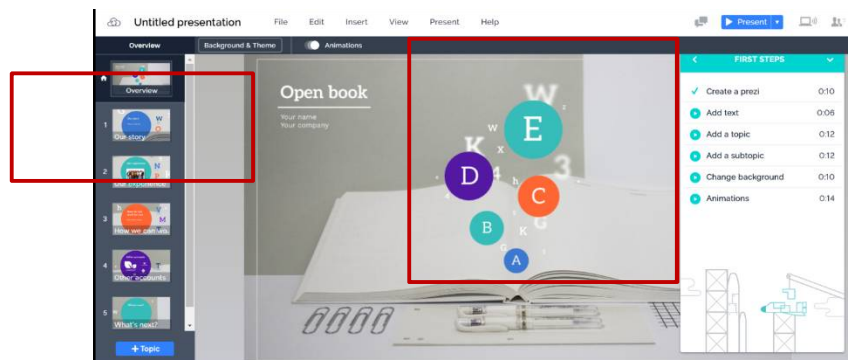


Рис. 24. Вказівки для тих, хто вперше працює з презентацією

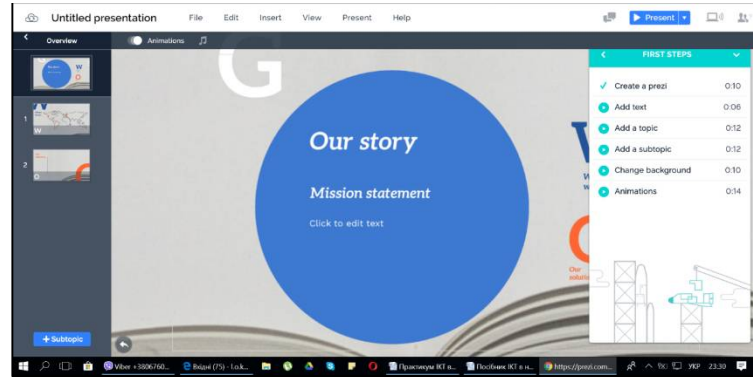


Рис. 25. Вигляд елемента після подвійного кліку на ньому (зміна масштабу)

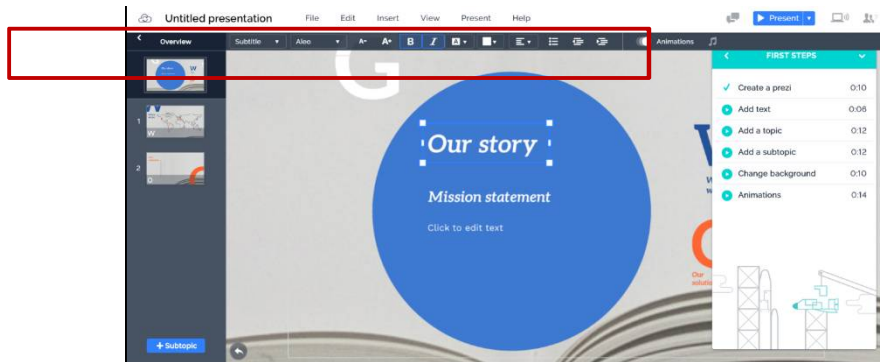


Рис. 26. Інструменти для роботи з текстом

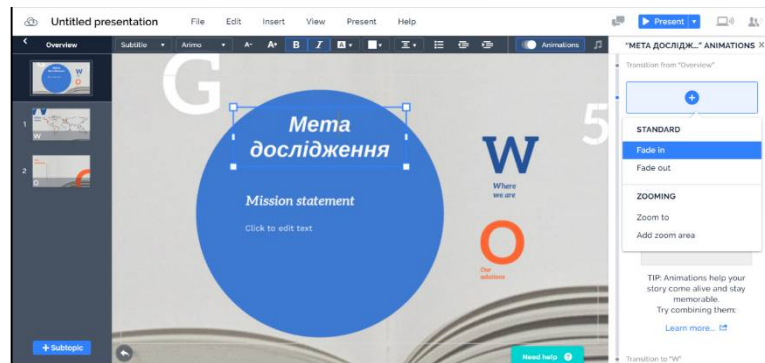


Рис. 27. Інструменти для налаштування анімації

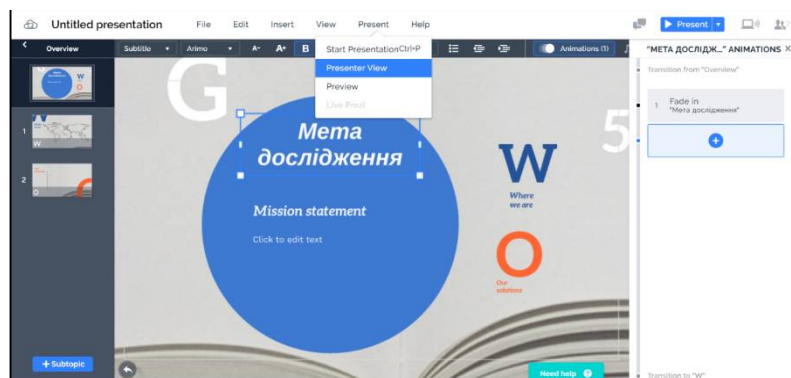


Рис. 28. Перегляд створеної презентації

Робота в сервісі для створення інтерактивних плакатів Genial.ly

Онлайн-сервіс Genial.ly має різні тарифні плани. Можливості безкоштовного тарифного плану:

- ✓ створення інтерактивних плакатів (з відео, зображеннями, текстом, картами тощо),
- ✓ створення відеопрезентацій,
- ✓ створення інфографіки,
- ✓ створення електронних освітніх ігрових ресурсів,
- ✓ створення складних та інформативних документів,
- ✓ розробка сертифікатів,
- ✓ створення розкладу занять,
- ✓ оформлення фото класу/групи,
- ✓ створення карти знань,
- ✓ оформлення резюме,
- ✓ створення планувальника задач.

Реєстрація на сайті Genial.ly

Зайдіть на сайт за покликанням <https://www.genial.ly/>, натисніть на кнопку **Accept All Cookies** у правому нижньому куті сторінки, а потім на кнопку **Create your free account** в лівій частині внизу сторінки.

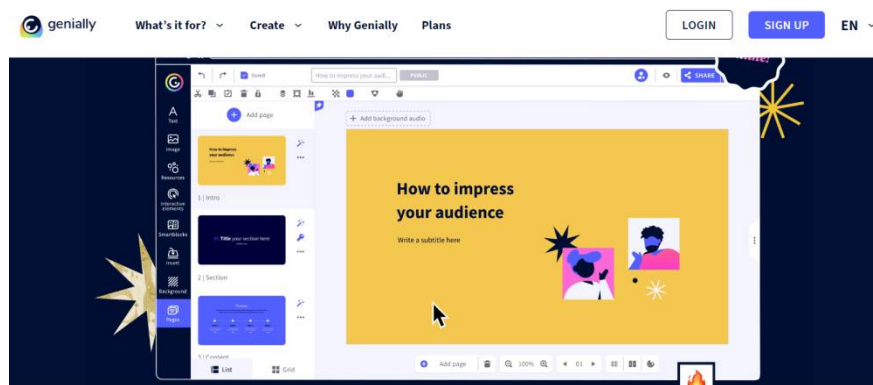


Рис. 29. Головна сторінка сайту Genial.ly

Можна ввести у відповідні поля електронну пошту, пароль, який слід підтвердити, щоб зареєструватися або зробити це за допомогою акаунта Google чи акаунта в одній з соціальних мереж.

Треба підтвердити, що Ви прочитали та приймаєте умови використання та політику конфіденційності компанії Genially (I have read and accept the terms of use and privacy policy of Genially).

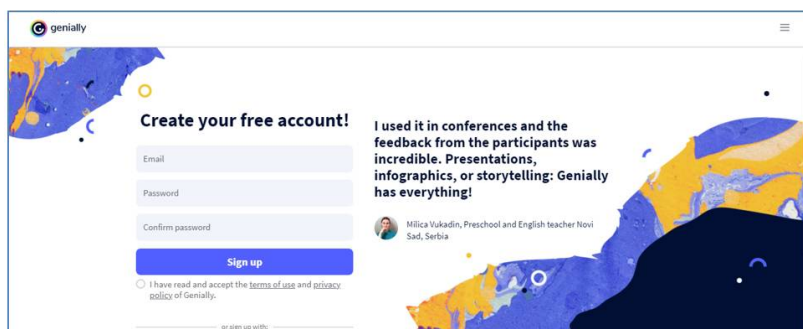


Рис. 30. Вікно реєстрації на сайті

Оберіть із сектору **Education** опцію, яка найкраще описує Вашу діяльність (дозволяється вибір лише однієї опції), підведіть курсор та натисніть усередині кола біля її назви. Натисніть на кнопку **Next** угорі сторінки.

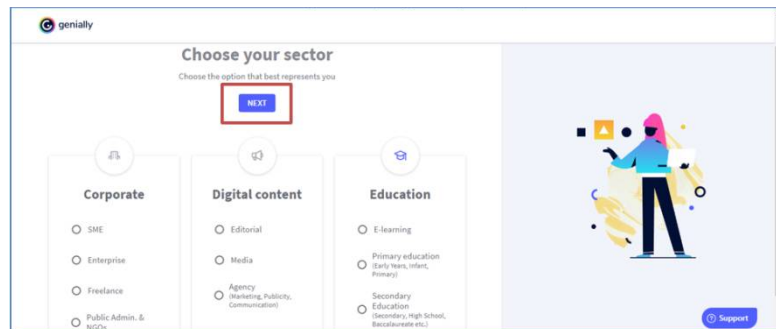


Рис. 31. Вибір потрібної опції

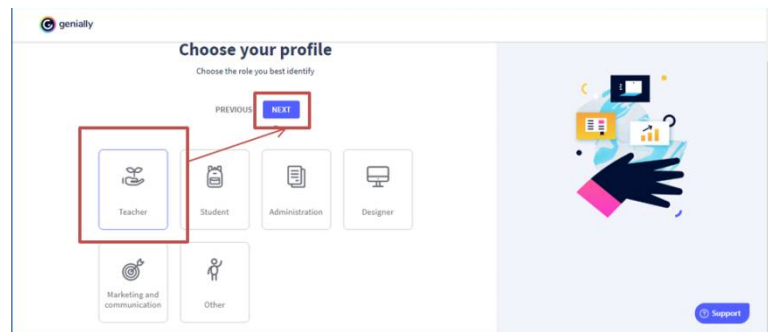


Рис. 32. Обрання виду профілю

Натисніть на кнопку **Accept and continue**, щоб приєднатися до користувачів платформи.

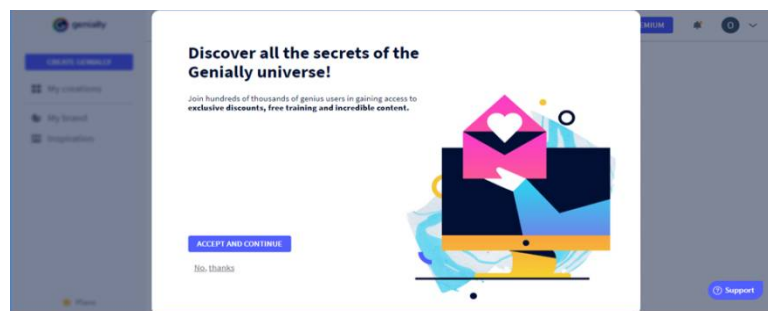


Рис. 33. Приєднання до користувачів платформи

Для створення інтерактивного плаката зайдіть у свій акаунт на сайті <https://www.genial.ly/> та натисніть на кнопку **Create genially** в лівому верхньому куті сторінки.

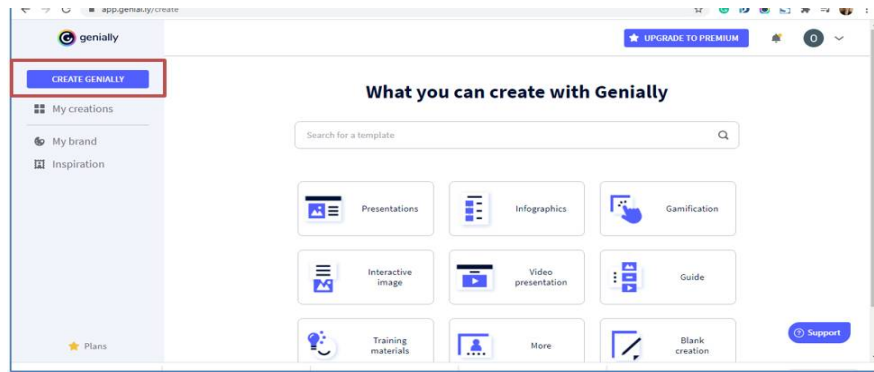


Рис. 34. Перший крок створення власного електронного ресурсу (Genially)

Щоб створити інтерактивний плакат, натисніть на поле з написом **Interactive image** та на поле **+Create Interactive Image**. Також у вікні поруч з'являється коротка відеоінструкція по створенню інтерактивного плаката (**How to make an interactive image**), яку за бажанням можна продивитися.

Можна обрати зображення з наявних на сайті. Для цього натисніть на напис **Unsplash** в лівій бічній панелі вікна, що з'явилося, напишіть у пошуковому вікні ключове слово для пошуку потрібного зображення та натисніть **Enter**.

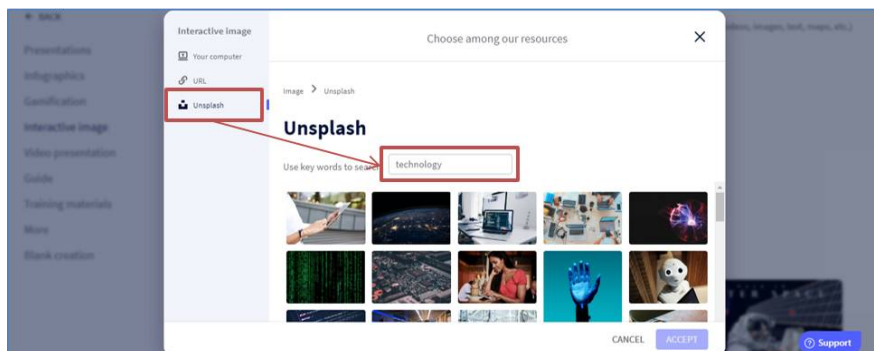


Рис. 35. Вибір зображень із наявних на сайті

Можна також взяти за основу зображення, попередньо збережене на комп'ютерному пристрої. Для цього натисніть на напис **Your computer** в лівій бічній панелі вікна, потім на поле в центрі вікна та оберіть потрібне зображення, яке можна зменшити або збільшити, повернути за допомогою кнопок на нижній панелі інструментів. Можна також зробити тлом інтерактивного плаката лише обрану частину зображення.

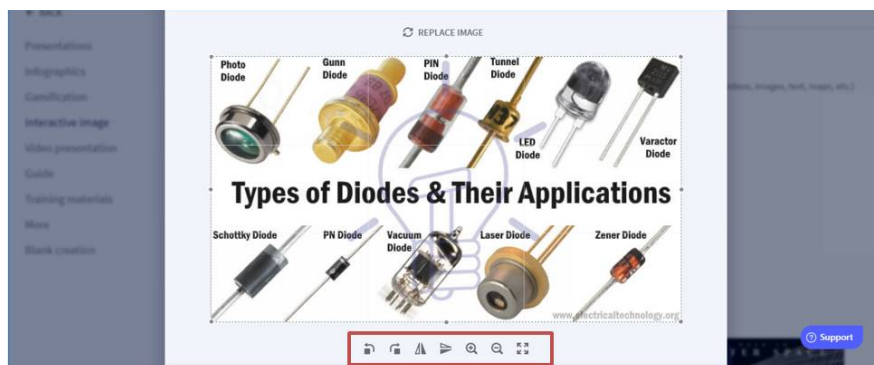


Рис. 36. Додаткові налаштування зображення, що буде тлом плакату

Після налаштування зображення (фону інтерактивного плаката), щоб додати мітки до нього, слід натиснути клавішу Enter. З'являється ліва бічна панель інструментів, серед яких є кнопка Interactive elements, та розгортається вікно із додатковими налаштуваннями інтерактивних елементів (міток).

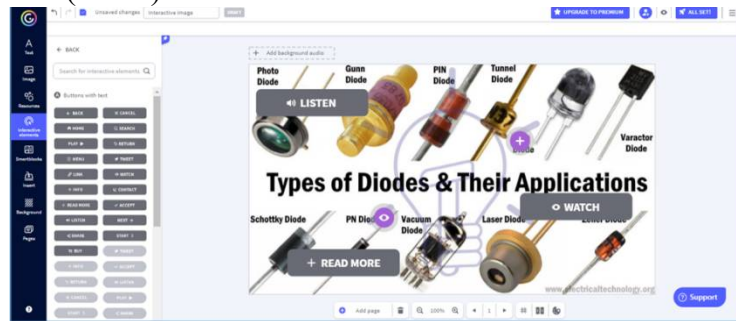


Рис. 37. Додавання кнопок (міток) з написами

При натисканні на мітку з текстом над нею з'являються позначки, що означають: 1) розгрупувати, 2) вибір типу інтерактивності, 3) вибір анімаційних ефектів.

Щоб додати до мітки посилання на відео, оберемо другу позначку над міткою Watch та натиснемо кнопку Link у вікні, яке з'явилося.

Скопіюйте посилання на відео, яке бажаєте додати до мітки, та введіть його у відповідне поле вікна сторінки. Оберіть варіант показу відео: розгорнути в новій вкладці (Open in a new tab) чи в цій же вкладці (Open replacing genially (same tab)). Натисніть на кнопку Save, щоб зберегти зміни.

Після всіх налаштувань натисніть на кнопку All set! у правому верхньому куті сторінки. Введіть назву створеного інтерактивного плаката у відповідне поле та натисніть All set! у правому нижньому куті вікна.

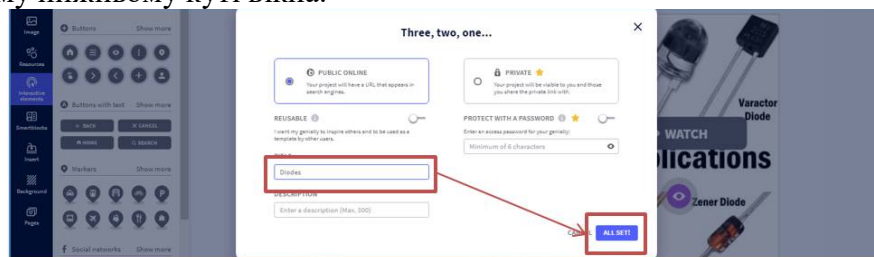


Рис. 38. Публікація онлайн інтерактивного плаката

Оберіть спосіб поширення інтерактивного плаката. Для безкоштовного тарифного плану доступні два варіанти:

1) Перегляд (View), який дозволяє розгорнути інтерактивний плакат в іншій вкладці та отримати посилання;

2) Обмін (Share), який дозволяє поділитися своїм інтерактивним плакатом за посиланням, через соціальні мережі, електронну пошту чи код.

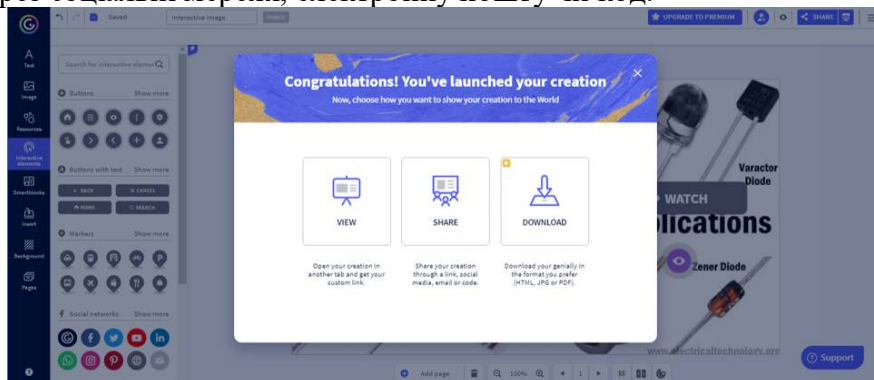


Рис. 39. Можливості поширення інтерактивного плакату

Робота в онлайн-сервісі Kahoot

Можливості Kahoot:

- ✓ дозволяє використовувати створені іншими вчителями/викладачами вікторини, тести, навчальні ігри, які всі називаються Kahoot;
- ✓ дозволяє створювати власні Kahoot і ділитися ними з іншими;
- ✓ дозволяє імпортувати до Kahoot запитання з документів MS Excel, Libre Office, Google таблиць тощо, а також питання з банку запитань, який є на платформі;
- ✓ дозволяє комбінувати питання різних типів в одному Kahoot;
- ✓ використовувати Kahoot для групових (командних) змагань у режимі реального часу та індивідуальної форми роботи;
- ✓ створювати Kahoot на Android та IOS.

Реєстрація в Kahoot (Створення профілю)

Зайдіть на сайт за посиланням: <https://kahoot.com/> та натисніть в правому верхньому кутку сторінки на кнопку **Sign up** або **Sign up for free** в правій частині головної сторінки сайту.

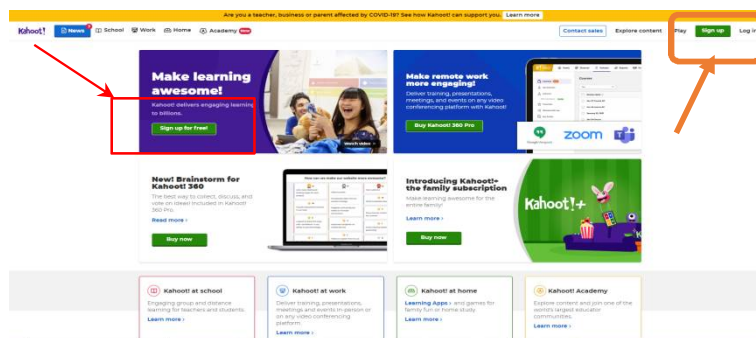


Рис. 40. Створення облікового запису

Натисніть на кнопку **Teacher**, щоб створити вчительський/викладацький обліковий запис.

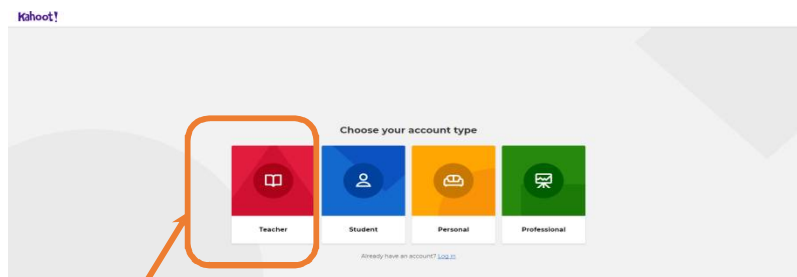


Рис. 41. Вибір типу облікового запису

Оберіть місце роботи серед запропонованих:

- ✓ School - заклад загальної середньої освіти,
- ✓ Higher education – заклад вищої освіти,
- ✓ School administration – адміністрація закладу загальної середньої освіти,
- ✓ Business – комерційна установа.

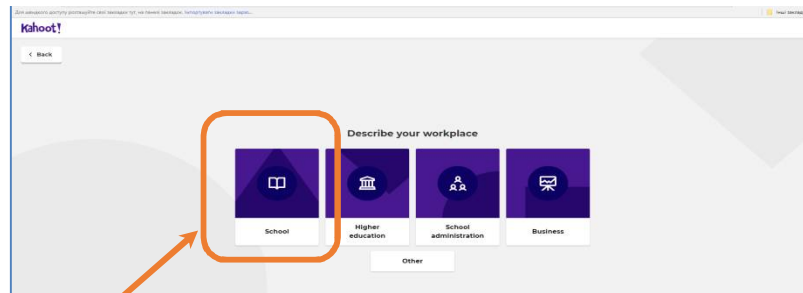


Рис. 42. Вибір місця роботи

Уведіть власний е-mail і задайте пароль для акаунта у відповідні поля сторінки сайту та натисніть кнопку **Sign up** (Зареєструватися).

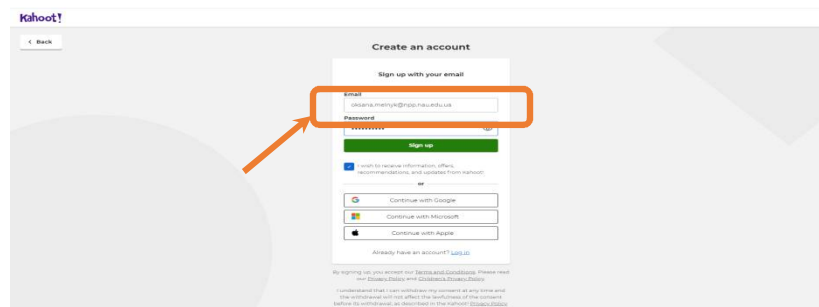


Рис. 43. Задання адреси електронної пошти та пароля

На сторінці сайту з'являється інформація про різні тарифні плани. Натисніть кнопку **Continue for free**, щоб обрати базовий, безкоштовний тарифний план.

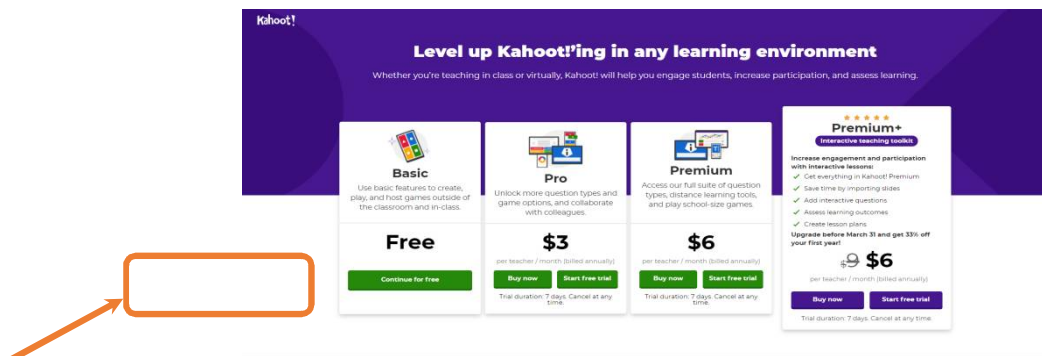


Рис. 44. Вибір тарифного плану

Введіть свої дані:

- ✓Name – ім'я,
- ✓оберіть з випадного списку країну/регіон, де проживаєте (Country/Region),
- ✓впишіть назву навчального закладу (School name) де працюєте,
- ✓натисніть кнопку **Save and continue**.

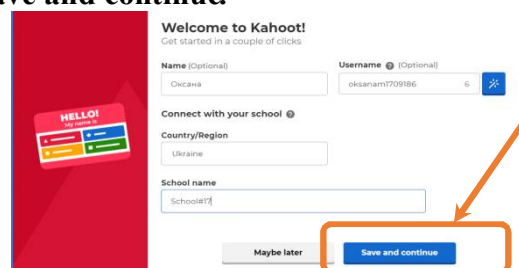


Рис. 45. Форма введення даних про користувача

Натисніть на кнопку **Add interests** у лівій частині сторінки, поруч з інформацією про користувача (ім'я, тарифний план, місце роботи).

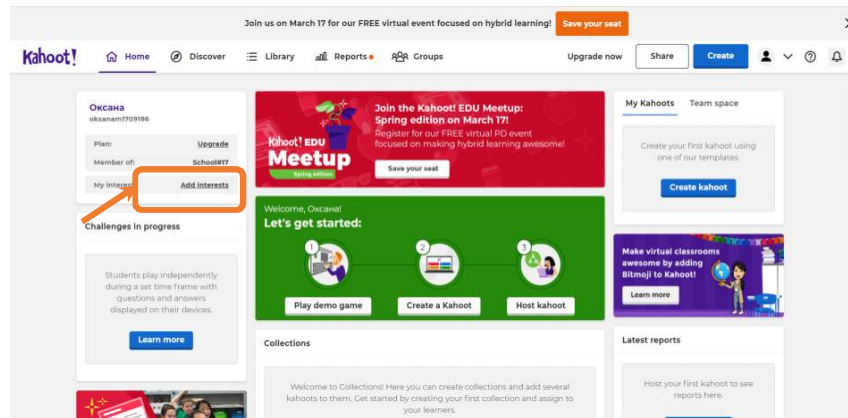


Рис. 46. Вибір інтересів для швидкого пошуку вправ

Оберіть ті інтереси (теми), які Вас найбільше цікавлять (кількість необмежена) для швидшого пошуку Kahoot, та натисніть кнопку **Save**.

Для внесення змін у розділ **My interests** (Мої інтереси) натисніть на слово **Show** у лівій частині сторінки поруч із розділом My interests.

Щоб змінити або додати дані про користувача, а також налаштувати приватність ваших Kahoot, змінити пароль від акаунта або видалити його, натисніть на зображення людини в правому верхньому куті сторінки та оберіть з випадного списку слово **Settings** (Налаштування).

Використання Kahoot, створеного іншими користувачами

Зайдіть на сайт за посиланням <https://kahoot.com/> та натисніть в правому верхньому кутку сторінки на кнопку **Log in**, щоб увійти до свого акаунту.

Натисніть у верхній частині вікна на слово **Discover**. Відкриється сторінка сайту з пошуковим вікном угорі зліва.

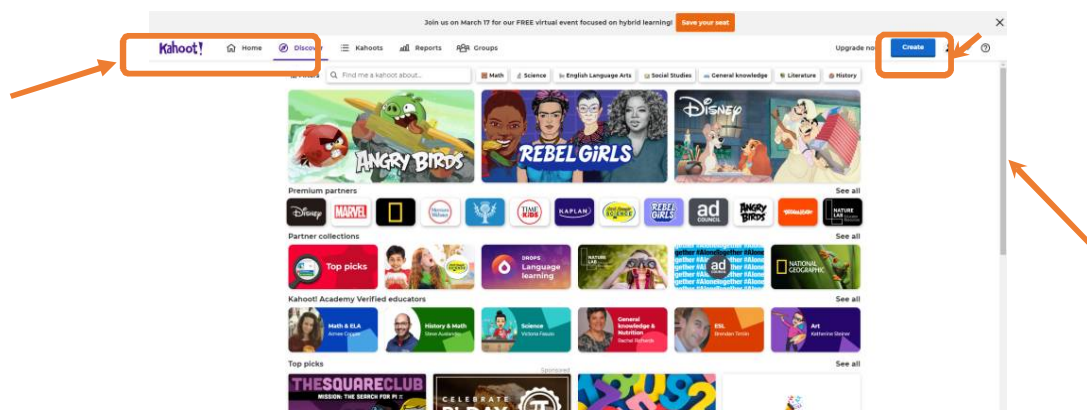


Рис. 47. Пошук раніше створених вправ

Уведіть у пошукове вікно потрібну тему (наприклад, Signals), щоб побачити всі Kahoot на цю тему.

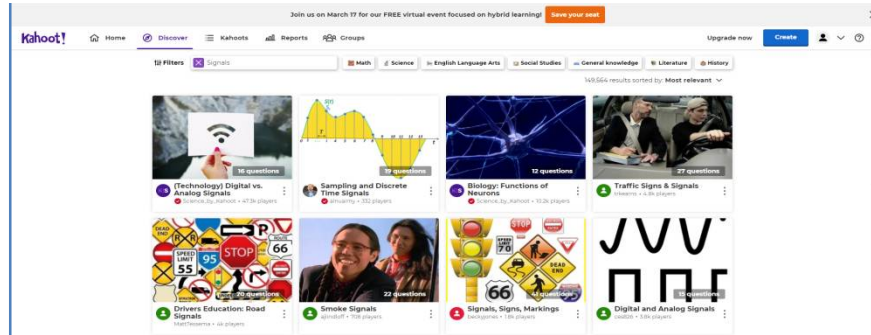


Рис. 48. Перегляд знайдених вправ

Оберіть Kahoot, який, на Вашу думку, більше підходить та натисніть на його зображення. Розгортається сторінка, на якій можна побачити всі питання цього Kahoot. Натисніть кнопку **Play** в лівій частині сторінки.

Оберіть варіант проходження Kahoot у вікні, що виринає:

- ✓ для віртуальних класів (For virtual classrooms), тобто це жива гра разом з іншими гравцями (до 50 гравців одночасно) за відео чи в класі (кнопка **Teach**);
- ✓ для самостійного навчання (For self-paced learning), коли можна призначити гру учням, у яку вони гратимуть у своєму власному темпі (кнопка **Assign**);
- ✓ для спроби пройти Kahoot самому та бути єдиним гравцем з віртуальними гравцями (**Start a single-player game with virtual players**).

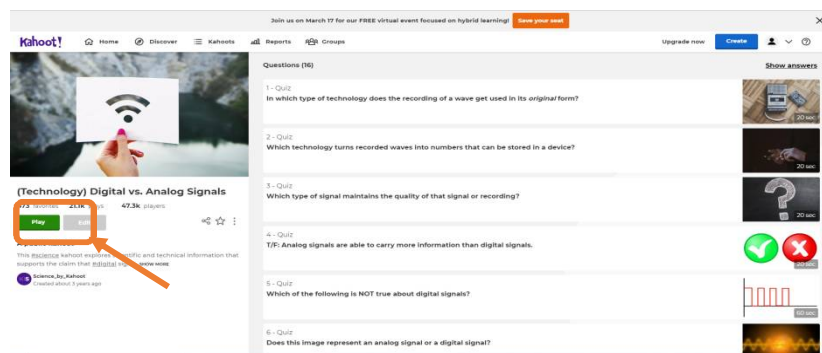


Рис. 49. Перегляд обраної вправи

Проходження Kahoot учителем/викладачем перед тим, як надавати доступ учням/студентам.

Після пошуку й обрання потрібної вправи Kahoot, натисніть на кнопку **Practice**.

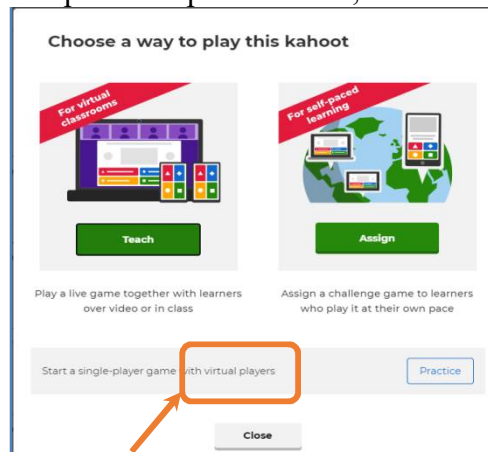


Рис. 50. Перегляд обраної вправи

Уведіть псевдонім у відповідне поле внизу сторінки сайту.

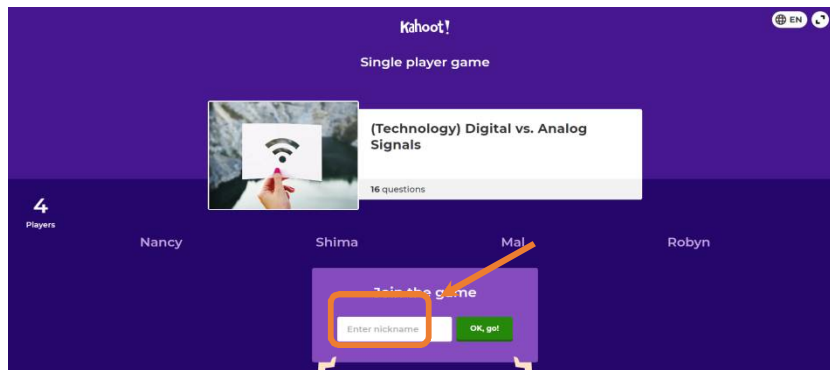


Рис. 51. Введення псевдоніму для проходження вправи

Натисніть кнопку **ОК, go!**, щоб розпочати Kahoot.

Оберіть відповідь на питання, яка, на Вашу думку, є правильною, та натисніть на неї. Якщо обрана відповідь є правильною, угорі сторінки з'являється слово **Correct**.

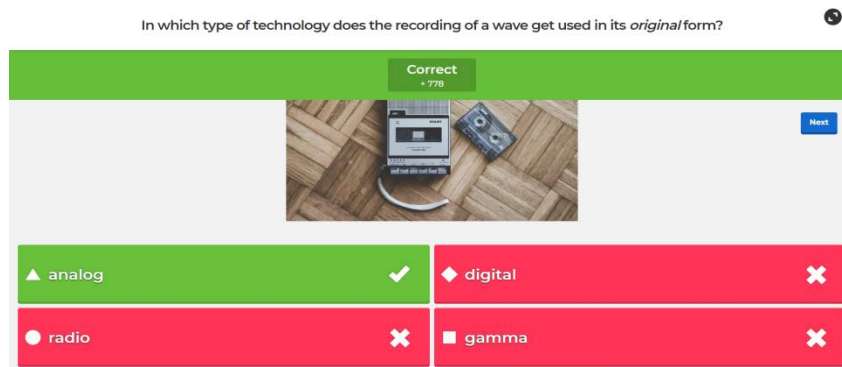


Рис. 52. Перевірка обраної вправи (надано правильну відповідь)

Для переходу до наступного запитання натисніть на кнопку **Next** вгорі сторінки.

Після кожної відповіді з'являється виринаюче вікно, яке показує результат гравця.



Рис. 53. Перегляд результатів гравців



Рис. 54. Розподіл місць між гравцями

Якщо обрана відповідь на питання неправильна, з'явиться відповідне повідомлення вгорі сторінки (**Answer streak lost**).

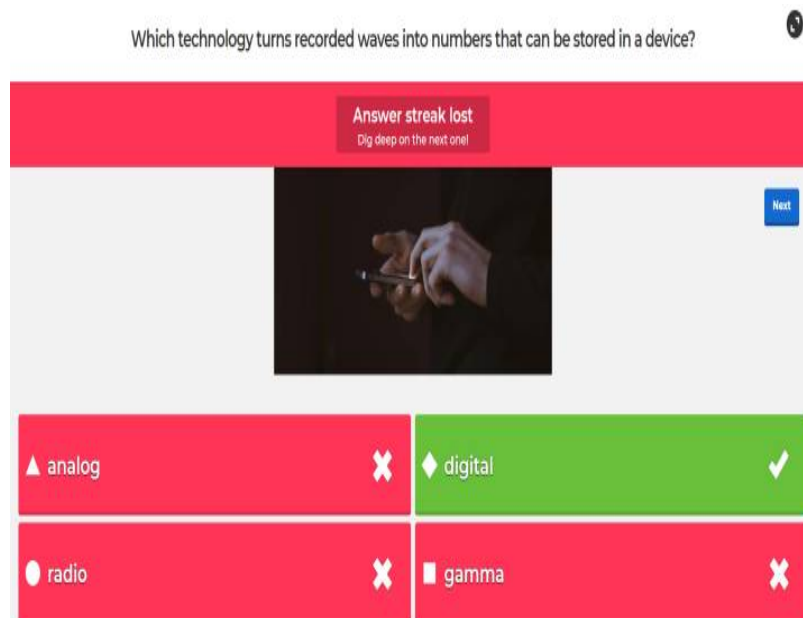


Рис. 55. Перевірка обраної вправи (надано неправильну відповідь)

Розглянемо різні варіанти проходження Kahoot учнями:

Для віртуальних класів (For virtual classrooms)

Після знаходження потрібного Kahoot натисніть на кнопку **Teach** у вікні, що виринає.

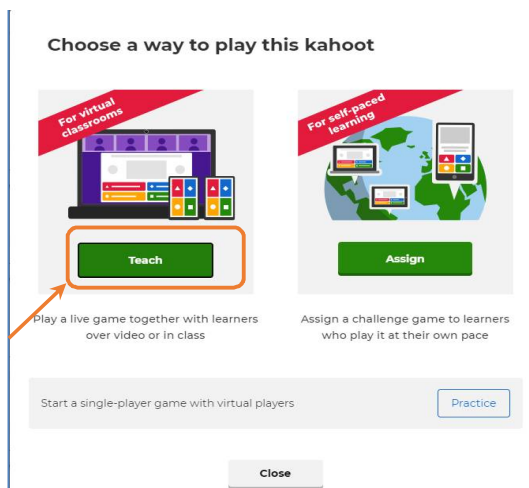


Рис. 56. Перегляд вправ для віртуального класу

Натисніть на стрілку в полі Game options, щоб встановити додаткові налаштування *Kahoot* зі списку (за бажанням), серед яких є ті, що можна використовувати в базовому тарифному плані, а саме:

- ✓генератор створення дружніх псевдонімів (*Friendly nickname generator*);
- ✓показати питання та відповіді на пристроях гравців (*Show question and answers on players' devices*);
- ✓обрати музику (*Lobby music*);
- ✓перемішувати питання (*Randomize order of questions*);
- ✓перемішувати відповіді (*Randomize order of answers*);
- ✓показати мінімізовану вступну інструкцію (*Show minimized intro instruction*);
- ✓двокрокове приєднання (*2-step join*);
- ✓автоматично переходити до запитань (*Authomatically move through questions*);
- ✓приєднуватися заново після кожної гри (*Rejoin after each game*).

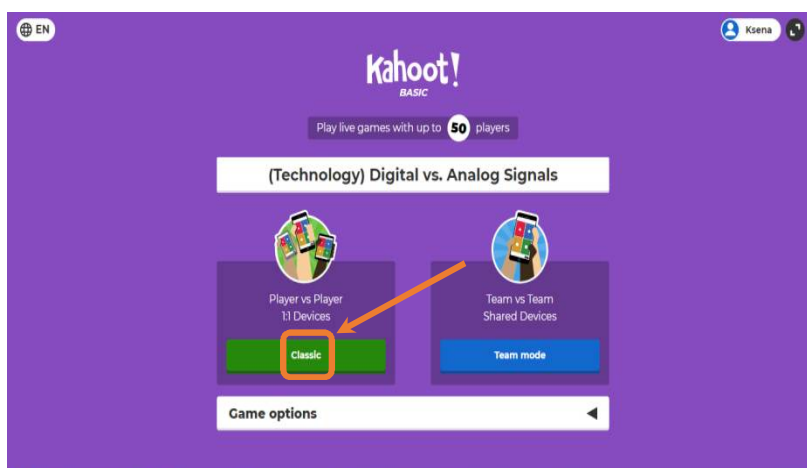


Рис. 57. Встановлення додаткових опцій для віртуального класу

Оберіть потрібний вид гри **Classic** (1 гравець проти 1 гравця, кожен грає на своєму пристрої) або **Team mode** (команда грає проти команди, гра відбувається на спільних пристроях).

Скопіюйте Game PIN, який з'явився вгорі сторінки та надішліть його учням/студентам.

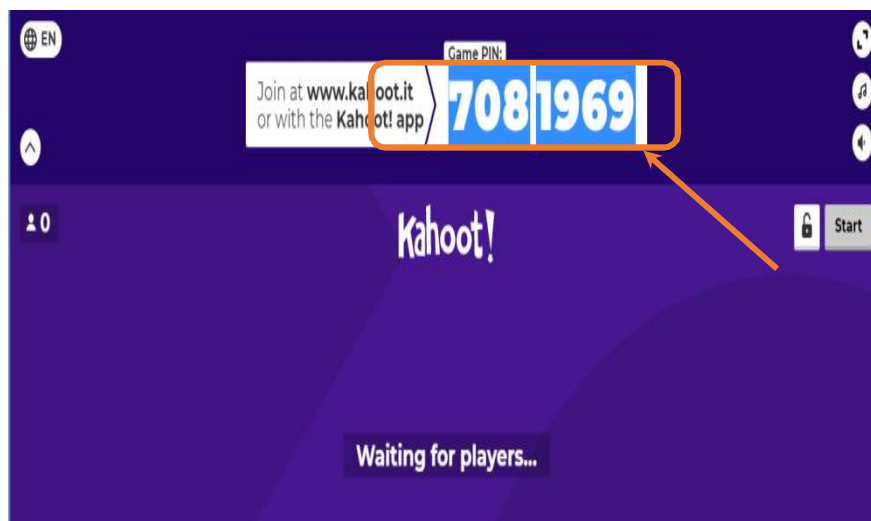


Рис. 58. Pin-код для учнів /студентів

Для участі в Kahoot учні/студенти мають зайти на сайт www.kahoot.it, ввести отриманий Game PIN у відповідне поле та натиснути **Enter**.

Після цього учні/студенти мають ввести свої псевдоніми у відповідне поле, щоб потрапити в Kahoot. Натиснути кнопку **Enter**, дати назву своїй команді та натиснути **Ok, go!**

Для самостійного навчання (For self-paced learning)

У цьому варіанті Kahoot кожен грає самостійно, у власному темпі, у зручний час. Він підходить для того, коли гравці не можуть долучитися до живої гри всі одночасно.

Натисніть кнопку **Assign**. З'являється вікно, що дозволяє встановити крайню дату (дедлайн), до якої гравці мають пройти Kahoot. Також можна встановити додаткові налаштування Kahoot, а саме: увімкнути таймер запитань (Question timer), перемішування варіантів відповідей (Randomize answer order), генератор створення псевдонімів (Nickname generator). Після всіх потрібних налаштувань натисніть кнопку **Create**.

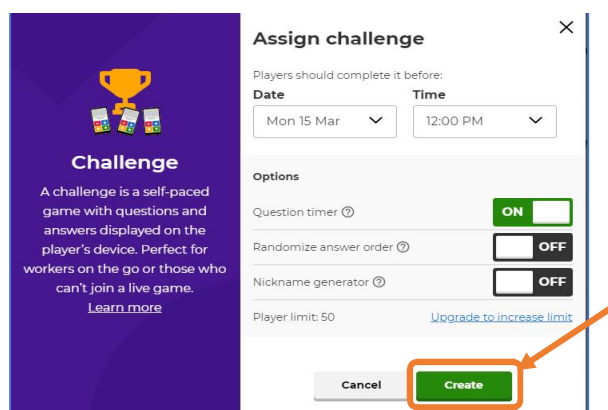


Рис. 59. Встановлення кінцевої дати виконання вправи

Запросіть гравців за допомогою копіювання URL, натиснувши на кнопку **Copy URL** або одним з інших шляхів (Google Classroom, Teams, Facebook, Twitter тощо).

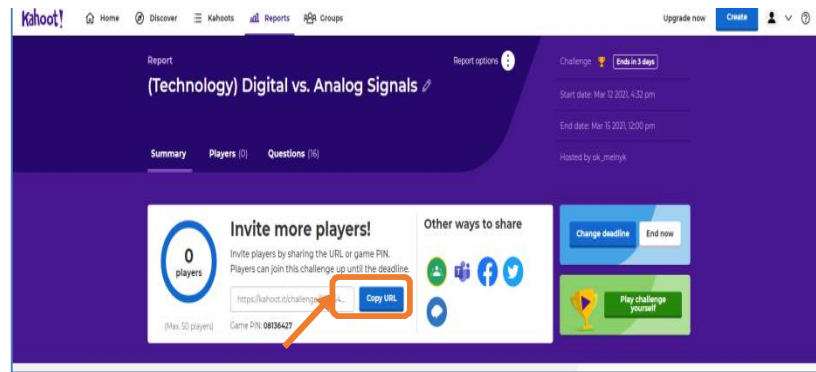


Рис. 60. Запрошення нових гравців через URL

За бажанням, можна поміняти дату, до якої гравці можуть проходити Kahoot, натиснувши на кнопку **Change deadline**, та спробувати пройти Kahoot самому, натиснувши на кнопку **Play challenge yourself** у правій частині сторінки.

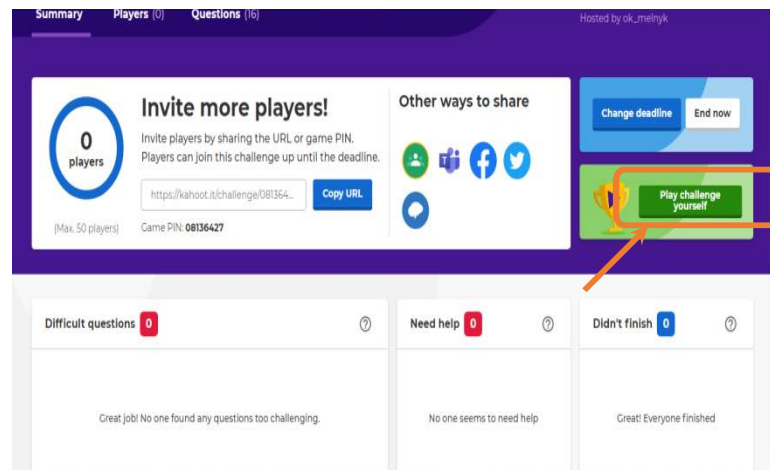


Рис. 61. а) Перегляд вправи вчителем/викладачем

All (11)					
Need help (1)		Didn't finish (3)		Search	
QuickElephant	1	89%	—	7	337
FunnyMeerkat	2	78%	—	6	405
FriendlyGuana	3	78%	—	6	346
QuickCrane	4	78%	1	5	696
Serjij Kireev	5	67%	—	5	634
SpeedyCheetah	6	67%	—	5	291
BoldSeaLion	7	67%	—	5	268
Ivan	8	67%	—	5	212
Sasha	9	56%	—	4	014

Рис. 62. б) Результати проходження Kahoot

ВИСНОВКИ

Виклики сьогодення, породжені швидким темпом нашого життя, сучасними технологіями, змінюють не лише систему традиційних поглядів на освіту та грамотність, але й потребують застосування інтеграційних технологій – як стосовно окремих навчальних предметів, так і методик впровадження в освітній процес об'єднаного курсу з медійної та інформаційної грамотності.

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 [2]. Канали комунікації та інформації здатні впливати на навчання протягом всього життя, тому кожна людина повинна хоч би 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. Тому не дивно, що поряд із терміном «медійна грамотність» все ширше застосування отримує термін «інформаційна грамотність».

Річ у тім, 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 молоде покоління до нових умов життя і професійної діяльності у високоавтоматизованому інформаційному середовищі, навчити ефективно використовувати його можливості та захищатися від негативних впливів [1].

Для створення педагогічних умов щодо формування медіакомпетентності у здобувачів освіти, педагоги мають набувати власний досвід роботи з медіаресурсами, уміти їх використовувати в новому медіаінформаційному просторі, у власній професійно-педагогічній діяльності, бути впевненим користувачем цифрового середовища, уміти аналізувати наявний медіаконтент, створювати власні медіаресурси.

Урешті-решт, при всій багатогранності підходів до форми і змісту організації навчання в умовах інформаційного суспільства є одна спільна риса – людина XXI століття повинна бути професійно підготовлена до життя в системі координат, які диктують сучасні інформаційно-комунікаційні технології.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 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.
2. 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
3. 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.
4. Мак-Квейл Д. Теорія масової комунікації / Пер. з англ. О. Возьна, Г. Сташків. Львів : Літопис, 2010. 538 с.
5. Мюллер Філіпп, Деннер Нора. Як можна протидіяти «фейковим новинам», Київ : Фонд Фрідріха Науманна За Свободу, Академія української преси, 2019. 30 с.
6. Ожеван Микола, Дубов, Дмитро. Ното ех Machina. Філософські, культурологічні та політичні передумови формування конвергентного суспільства: Монографія. Київ : Національний інститут стратегічних досліджень, 2017. 272 с.
7. Про освіту : Закон України від 5 верес. 2017 р. № 2145-VIII. Відом. Верховної Ради (ВВР), 2017, № 38–39, ст. 380. *Верховна Рада України. Законодавство України.* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>.
8. Про повну загальну середню освіту : Закон України від 16 січ. 2020 р. № 463-IX. Відом. Верховної Ради (ВВР), 2020, № 31, ст. 226. *Верховна Рада України. Законодавство України.* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/463-20#Text>.
9. Про вищу освіту : Закон України від 1 лип. 2014 р. № 1556-VII. Відом. Верховної Ради (ВВР), 2014, № 37–38, ст. 2004. *Верховна Рада України. Законодавство України.* URL: [Про вищу освіту | від 01.07.2014 № 1556-VII \(rada.gov.ua\)](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-17#Text)
10. Концепція «Нова українська школа». URL: [Book-FINAL-CS6-UPD \(mon.gov.ua\)](https://mon.gov.ua/storage/app/media/2017/07/Book-FINAL-CS6-UPD.pdf)
11. Кремень В. Г., Ляшенко О. І., Локшина О. І. Загальна середня освіта України в контексті освіти країн Європи: тривалість і структура. *Вісник НАПН України*, 2020. Т. 2.