Академія української преси
Харківська академія неперервної освіти

Галина Дегтярьова
Марія Астахова
Олена Байназарова
Тетяна Гніда

НАВІГАТОР МЕДІАПЕДАГОГА:

теорія, методика, практичні завдання

Бібліотека масової комунікації та медіаграмотності Академії української преси

АКАДЕМІЯ УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ

Дегтярьова Г., Астахова М., Байназарова О., Гніда Т.

Навігатор медіапедагога: теорія, методика, практичні завдання : науково-методичний посібник / за загальною редакцією Г. Дегтярьової. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси. 197 с.

ISBN 978-617-7370-68-9

Науково-методичний посібник «Навігатор медіапедагога: теорія, методика, практичні завдання» містить інформацію про нормативну базу, що регламентує впровадження медіаінформаційної грамотності в Україні, висвітлює основи методики медіаосвіти, знайомить із засобами формування медіакомпетентної особистості в умовах сьогодення. Опрацювавши матеріали посібника, вчительство зможе навчитися інтегрувати медіаосвіту у викладання шкільних дисциплін, зокрема розвинути у своїх учнів і учениць критичне мислення, яке дозволить їм із легкістю аналізувати, декодувати та інтерпретувати медіатексти й не потрапляти на гачок медіаманіпуляцій.

Науково-методичний посібник стане орієнтиром у світі сучасних медіа та надійним помічником для вчителів та вчительок закладів загальної середньої освіти, які прагнуть засвоїти додаткові можливості для практичної роботи з формування медіаграмотності в здобувачів освіти відповідно до вимог чинних Державних стандартів освіти.

Авторки:
Г. Дегтярьова (розділи 1–10), М. Астахова (розділи 4, 5),
О. Байназарова (розділи 1, 2), Т. Гніда (розділи 6, 7)

© Г. Дегтярьова, М. Астахова, О. Байназарова, Т. Гніда, 2024
© Академія української преси, 2024
© Центр вільної преси, 2024

ISBN 978-617-7370-68-9

ЗМІСТ

Передмова від видавця 4

Переднє слово 6

Розділ 1. Міжнародні документи про медіаосвіту, інформаційну грамотність та критичне мислення 7

Розділ 2. Закони України, які регламентують функціонування медіа в Україні 11

Розділ 3. Медіаосвіта та медіаінформаційна грамотність 27

Розділ 4. Медіакомпетентність особистості: теоретичний аспект 45

Розділ 5. Практичний аспект розуміння суті медіакомпетентності 52

Розділ 6. Критичне мислення як інструмент формування медіаінформаційної грамотності 57

Розділ 7. Методи та прийоми розвитку критичного мислення 71

Розділ 8. Методика медіаосвіти 86

Розділ 9. Робота з медіатекстами 98

Розділ 10. Схеми аналізу медіатекстів та алгоритми їх обговорення 117

Розділ 11. Медіаосвітні творчі завдання 146

Розділ 12. Медіаосвітні ресурси 157

Висновок 196

ПЕРЕДМОВА ВІД ВИДАВЦЯ

Після початку активної фази російсько-української війни процес формування медіаграмотності набуває нових сенсів й потребує нових актуальних завдань для медіапедагогів та медіатренерів. Для того, щоб робота з розвитку медіанавичок у взаємодії з медіа відбувалась професійно й ефективно, медіапедагог повинен знати систему функціонування медіаосвіти України в сучасних умовах, усвідомлювати її компоненти, критерії функціонування, причинно-наслідкові зв'язки. І вираз філософа Арістотеля «Без розуміння загального не можна зрозуміти приватне» у тому контексті є дуже доречним.

Слід зауважити, що в саму назву науково-методичного посібника автори вже заклали розуміння та важливість системного і наукового підходу у формуванні медіаграмотності, оскільки сам термін «Навігатор» означає прилад, який отримує сигнал із супутника і перетворює його на точне місцерозташування точки на схемі карти. Продовжуючи цю алегорію, можна припустити, що «сигнал із супутника» – це увага та чуткість до тих процесів, які відбуваються у нашому медіапросторі, а також у системі комунікацій нашого суспільства взагалі, «точка» – це адекватні методики, технології форми, методи, які медіапедагог використовує на «схемі карти» (цільовій аудиторії), яку він звичайно вивчив, врахувавши її потреби, індивідуально-психологічні особливості, наявний рівень знань та навичок медіаграмотності. Саме такий підхід присутній у представленому авторами посібнику: науково коректний, методологічно виважений, психолого-педагогічно ефективний.

Дуже доречним, на наш погляд, є те, що автори посібника аналізують міжнародні документи про медіаосвіту, інформаційну грамотність та критичне мислення. Вони наголошують, що у резолюціях та рекомендаціях ЮНЕСКО, медіаосвіта пов'язана з усіма видами медіа (друкованими, графічними, звуковими, екранними тощо) і різними технологіями. У посібнику також наведені рекомендації Європарламенту й Ради Європи 2006 року про основні компетенції медіаграмотності для навчання протягом усього життя, тобто представлені європейські еталонні рамки формування процесу медіаграмотності. Цілком логічним є наведення українських законів про регламентування медіа в Україні, бо зрозумілим є той факт, що медіаспоживач має чітко усвідомлювати свої права на вільний доступ та отримання достовірної інформації. Саме з цього починається його медіаграмотність. Цінним є те, що автори представили Стратегію з розвитку медіаграмотності на період до 2026 року, розроблену Міністерством культури та інформаційної політики України. Представлені мета, стратегічні цілі та завдання. Наведені правила медійної та інформаційної грамотності, надають п'ять ключових принципів медіаграмотності .

Розглядаючи загальні підходи до медіаграмотності, автори все ж фокусуються на шкільній молоді, акцентуючи увагу, що саме вона сьогодні є найуразливішою до інформаційних вкидів ворожої пропаганди. У роботі цілком доречним наводяться основні ризики впливу медіа на дітей, пропонуються ефективні форми та методи запобігання цим ризикам. Говорячи про формування медіаграмотності в школярів, автори пропонують інтегративний підхід, а саме

розглядають медіаосвітній потенціал шкільних предметів, таких, як мова і література, іноземна мова, історія, правознавство, географія, фінансова грамотність, біологія та інші.

Доречним є інформація про вікові рамки формування навичок медіаосвіти у школярів, починаючи з дошкільної освіти до старших класів.

Дуже корисним для медіапедагогів та медіатренерів є матеріал посібника для практичного застосування. Такі авторські вправи, як «Портрет медіакомпетентної людини», «Створення спільної комунікації», «Малюнок як медіатекст», «Перевіряємо інформацію», «Ключові питання до аналізу медійних меседжів» та інші формують в учнів критичне мислення та навички медіакомпетентності. Цікавим є те, що автори окрім вправ, пропонують доречні інтерактивні методи формування критичного мислення та медіаграмотності: «метод летючих плакатів», «Шість капелюхів», «Думай, збирайся, ділись», «Метод словесних асоціацій та зображень», «Асоціативний кущ», «Сінквейн», «Сократівський діалог», метод створення коміксів та буктрейлерів. Вартує уваги, що запропоновані авторами методи й форми навчання подаються з використанням цифрових ресурсів: «Padlet», «Mentimeter», «Word Art» та інші.

У навчально-методичному посібнику представлені розробки уроків, які імплементують навички медіаграмотності з різних предметів: української літератури, історії, мистецтвознавства, фізики, англійської мови та інших.

Для постійного вдосконалення навичок медіаграмотності автори пропонують освітні та інформаційні онлайн-ресурси та портали, надають інформацію про різноманітні освітні курси, ігри з розвитку критичного мислення та медіаграмотності, пропонують підручники та посібники з розвитку медіаграмотності у школярів.

Отже, вважаємо, що саме такий підхід сприятиме комплексному усвідомленню тих завдань з медіаграмотності, які спрямовані на формування критичного мислення та протидії ворожій пропаганді задля наближення нашої спільної перемоги.

Валерій Іванов,
президент Академії української преси,
доктор філологічний наук, професор

Тетяна Іванова,
медіаекспертка Академії української преси,
докторка педагогічних наук, професорка,
завідувачка кафедри соціальних комунікацій
Маріупольського державного університету

Максим Запорожченко,
менеджер медіаосвітніх програм Академії української преси,
завідувач центру цифрової освіти та медіакультури
Миколаївського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти

ПЕРЕДНЄ СЛОВО

Загальновизнано, що освітня сфера безпосередньо впливає на загальну культура суспільства, громадські тенденції, певний рівень медіаінформаційної грамотності громадян, на розв'язання проблем охорони та захисту суспільної моралі. Тому, ураховуючи те, що сьогодні медійний простір, у якому ми живемо й працюємо, перенасичений інформацією, яка не завжди є достовірною, яка швидко застаріває та яка впливає на прийняття нами важливих рішень, на часі є формування медіаграмотності освітянської спільноти та учнівства. Цьому сприяє освітня політика Міністерства освіти і науки України, завдяки якій медіаосвіта вже стала компонентом Державного стандарту початкової освіти й Державного стандарту базової середньої освіти, а також невід'ємною частиною навчальних програм для 1–4 і 5–9 класів Нової української школи, що дозволило широко інтегрувати медіаосвіту у викладання різних навчальних дисциплін у всіх ланках сучасної школи.

Медіаінформаційна компетентність сьогодні стала життєво необхідною навичкою, яка лежить в основі всіх компетенцій і навичок, потрібних сучасній людині.

Навчання медіаінформаційної грамотності складається з безлічі компонентів. Це формування механізмів критичної оцінки інформаційного контенту, уміння працювати з різною інформацією, перевіряти її, створювати й інтерпретувати медіатексти, уміння відрізняти справжні новини від несправжніх, володіти навичками роботи з сучасними медіакомунікаційними пристроями — аджетами й девайсами, свідомо обирати той чи інший медіаконтент, критично його осмислювати, інтерпретувати й використовувати для подальшого синтезу нової медіапродукції в блогах, соціальних мережах або традиційних медіа, а також протистояти маніпулятивному впливу країни-агресорки, формувати грамотну медіаповедінку, спрямовану на конструктивний і всебічний розвиток особистості.

Сподіваємось, що «Навігатор медіапедагога» стане для освітян надійним помічником та орієнтиром у світі сучасних медіа та дозволить навчитися самим і навчити наших дітей уникати деструктивного впливу медіа.

Розділ 1
МІЖНАРОДНІ ДОКУМЕНТИ про медіаосвіту, інформаційну грамотність та критичне мислення

Важливість і підтримка масової медіаосвіти неодноразово підкреслювалася в **резолюціях ЮНЕСКО**.

У **резолюціях та рекомендаціях ЮНЕСКО** зазначається, що медіаосвіта пов'язана з усіма видами медіа (друкованими, графічними, звуковими, екранними тощо) і різними технологіями.

Медіаосвіта дає можливість людям зрозуміти як масова комунікація використовується в їхньому соціумі, оволодіти здібностями послуговуватися медіа в комунікації з іншими людьми.

Медіаосвіта — частина основних прав кожного громадянина будь-якої країни на свободу вираження поглядів та отримання інформації, вона сприяє становленню демократії. Визнаючи відмінності в підходах і розвитку медіаосвіти в різних країнах, рекомендовано, щоб вона була введена всюди, де можливо, у межах національних навчальних планів, у додатковій, неформальній освіті та самоосвіті людини.

У Рекомендаціях Європарламенту й Ради Європи 2006 року визначені **Основні компетенції для навчання протягом усього життя — Європейські еталонні рамки**.

Серед 8 груп базових компетенцій є ***вміння роботи з цифровими носіями***, що передбачає впевнене та критичне використання ***технологій інформаційного суспільства*** (ТІС) для роботи, відпочинку та спілкування.

ОСНОВНІ НАВИЧКИ
в технологіях інформаційного суспільства (ТІС):

використання комп'ютерів

- для пошуку, оцінки, зберігання, поширення, представлення та обміну інформацією;
- для спілкування і участі в роботі об'єднаних мереж через інтернет.

Уміння працювати з цифровими носіями вимагають ґрунтовного розуміння та знання природи, ролі та можливостей ТІС у побуті: як в особистому й соціальному житті, так і на роботі. Це передбачає використання комп'ютерів для електронної обробки тексту, електронних таблиць, баз даних, зберігання та керування інформацією, а також розуміння можливостей та потенційних небезпек інтернету й спілкування за допомогою електронних засобів масової інформації (електронної пошти, сервісних програм мережі) для роботи, відпочинку, поділу інформацією та роботи в об'єднаних мережах, для навчання та дослідження. Особам також необхідно розуміти, як ТІС можуть допомагати у творчості та інноваціях, і розбиратись у достовірності та надійності доступної інформації та в правових та етичних принципах інтерактивного використання ТІС.

Необхідні навички охоплюють здатність до пошуку, збирання та обробки інформації, критичного та систематичного її використання, оцінки її значущості та здатність розрізняти реальність від віртуальної реальності, пов'язуючи їх. Людині необхідно вміти користуватись інструментами для переробки, презентації та розуміння комплексної інформації та бути здатними отримати доступ, знайти та скористатись послугами інтернет-служб, а також варто *вміти використовувати ТІС для допомоги в критичному мисленні, творчості та інноваціях.*

Використання ТІС вимагає критичного та осмисленого ставлення до доступної інформації та відповідального використання інтерактивних засобів масової інформації. Інтерес до роботи співтовариств та мереж із культурних, соціальних та/або професійних міркувань також важливий для цієї компетенції.

У 2012 році виходить **публікація ЮНЕСКО «Педагогічні аспекти формування медійної та інформаційної грамотності».** Цей практичний документ для держав-членів покликаний сприяти досягненню цілей медійної та інформаційної грамотності. Програма опирається на сучасні тенденції конвергенції радіо, телебачення, інтернету, газет, книг, електронних архівів і бібліотек на одну загальну платформу й створена з урахуванням потреб педагогів для інтеграції в офіційну систему освіти.

Усесвітній економічний форум у Давосі (The World Economic Forum) опублікував свою доповідь «The Future of Jobs», у якій визначено 10 компетенцій, що будуть найбільше цінуватися серед роботодавців у 2020 році, що потім були скореговані на 2025 рік (табл. 1).

Таблиця 1

ТОП компетенцій, що найбільше цінуються роботодавцями

2015	2020	2025
1. Комплексне розв'язання проблем	1. Комплексне розв'язання проблем	1. Аналітичне мислення та інноваційність
2. Взаємодія з людьми	2. Критичне мислення	2. Активне навчання та стратегії навчання
3. Уміння керувати людьми	3. Креативність	3. Розв'язання складних проблем
4. Критичне мислення	4. Уміння керувати людьми	4. Критичне мислення та аналіз
5. Уміння вести переговори	5. Взаємодія з людьми	5. Креативність, оригінальність та ініціативність
6. Контроль якості	6. Емоційний інтелект	6. Лідерство та соціальний вплив
7. Орієнтація на клієнтів	7. Уміння формувати власну думку та приймати рішення	7. Використання технологій, моніторинг та контроль
8. Уміння формувати власну думку та приймати рішення	8. Орієнтація на клієнтів	8. Створення технологій та програмування
9. Уміння слухати й запитувати	9. Уміння вести переговори	9. Витривалість, стресостійкість та гнучкість
10. Креативність	10. Гнучкість розуму (уміння швидко переключатися з однієї думки на іншу)	10. Логічна аргументація, розв'язання проблем та формування ідей

Як бачимо, у 2020 році на першому місці, як і у 2015 (саме тоді вперше проводилося це дослідження), за рівнем затребуваності залишилося *вміння розв'язувати складні завдання* (Complex Problem Solving). Потреба в людях, які володіють такими навичками, зросте на 52%. Друга за значущістю компетенція — *критичне мислення* (у 2015 посідала четверту позицію, на яку знову перемістилася у 2025 році). Ця компетенція також входить до числа ключових і є в прогнозах на 10–15 років. Критичне мислення та розв'язання проблем лідирують серед навичок, за якими, на думку роботодавців, зростатиме популярність протягом наступних п'яти років. Через велику кількість і легкодоступність інформації зростає необхідність навичок її відбору, правильного переосмислення. *Креативність* перемістилася з десятої позиції у 2015 на третю у 2020, а у 2025 році за прогнозами *креативність* разом з *оригінальністю* та *ініціативністю* посядуть 5 місце. У коментарі до доповіді зазначено, що люди все більше покладаються на машини для прийняття рішень щодо стратегії на основі великих обсягів даних, тому необхідні креатині лідери. Четверта найбільш затребувана компетенція — *управління людьми*. Імовірно, це станеться за рахунок зростання значущості трьох попередніх компетенцій, а також зростаючих вимог до інформаційної, технічної, комп'ютерної грамотності. П'ята компетенція — *навички координації, взаємодії*. Шосте місце посів *емоційний інтелект*, якого в списку компетенцій на 2015 рік взагалі не було. Сьогодні багато великих компаній інвестують у розвиток емпатії своїх співробітників. Сьома компетенція — *судження та прийняття рішень* — підніметься на одну позицію. Важливим буде не тільки якість, але і швидкість прийняття рішень. Восьма компетенція 2020 року — *клієнтоорієнтованість* (Service orientation). Вона є і в списку 2015 на сьомому місці. Цій компетенції без розвитку емоційного інтелекту буде вкрай складно, на думку експертів, це дуже взаємопов'язані речі. У 2025 році восьму позицію посяде *створення технологій та програмування*. Дев'ята компетенція — *уміння вести переговори*. Звершує десятку *когнітивна гнучкість*. Її не було у 2015 році, але в умовах відкритого, великого й дуже поліваріантного світу ця здатність буде дійсно важлива. Володіючи нею, ми зможемо застосувати свою креативність і розв'язувати складні завдання. У 2025 році десятою навичкою стане вміння логічно аргументувати, розв'язувати проблеми та їх формувати.

Зі списку на 2020 цілком зникли *активне слухання* та *контроль якості*, поступившись місцем *емоційному інтелекту* й *когнітивній гнучкості*.

У 2025 році впреше з'являться такі навички, на які в попередні роки не звертали увагу: активне навчання (active learning), витривалість (resilience), стресостійкість (stress tolerance) та гнучкість (flexibility).

5 з 10 навичок
стосуються вміння спілкуватися з людьми,
домовлятися та керувати ними,
розуміти та служити їм (це управління персоналом,
взаємодія з людьми, переговори,
клієнтоорієнтованість, емоційний інтелект).

Ще **4 сфери з 10** пов'язані зі здібностями мозку.

Розділ 2
ЗАКОНИ УКРАЇНИ, які регламентують функціонування медіа в Україні

Закон України «Про авторське право і суміжні права»[1] (зі змінами)

Стаття 1. Визначення термінів

- *автор* — фізична особа, яка своєю творчою працею створила твір;
- *електронна (цифрова) інформація* — аудіовізуальні твори, музичні твори (з текстом або без тексту), комп'ютерні програми, фонограми, відеограми, програми (передачі) організацій мовлення, що знаходяться в електронній (цифровій) формі, придатній для зчитування і відтворення комп'ютером, які можуть існувати і (або) зберігатися у вигляді одного або декількох файлів (частин файлів), записів у базі даних на зберігаючих пристроях комп'ютерів, серверів тощо у мережі «Інтернет», а також програми (передачі) організацій мовлення, що ретранслюються з використанням мережі «Інтернет»;
- *інформація про управління правами* — інформація, в тому числі в електронній (цифровій) формі, що ідентифікує об'єкт авторського права і (або) суміжних прав і автора чи іншу особу, яка має на цей об'єкт авторське право і (або) суміжні права, або інформація про умови використання об'єкту авторського права і (або) суміжних прав, або будь-які цифри чи коди, у яких представлена така інформація, коли будь-який із цих елементів інформації прикладений до примірника об'єкту авторського права і (або) суміжних прав або вміщений у нього чи з'являється у зв'язку з його повідомленням до загального відома;
- *ім'я автора* — сукупність слів чи знаків, що ідентифікують автора: прізвище та ім'я автора; прізвище, ім'я та по батькові автора; ініціали автора; псевдонім автора; прийнятий автором знак (сукупність знаків) тощо;
- *оприлюднення (розкриття публіці) твору* — здійснена за згодою автора чи іншого суб'єкта авторського права і (або) суміжних прав дія, що вперше робить твір доступним

1 Закон України «Про авторське право і суміжні права» URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3792-12#Text

для публіки шляхом опублікування, публічного виконання, публічного показу, публічної демонстрації, публічного сповіщення тощо;

- *цитата* — порівняно короткий уривок з літературного, наукового чи будь-якого іншого опублікованого твору, який використовується, з обов'язковим посиланням на його автора і джерела цитування, іншою особою у своєму творі з метою зробити зрозумілішими свої твердження або для посилання на погляди іншого автора в автентичному формулюванні.

Стаття 7. Суб'єкти авторського права

Суб'єктами авторського права є автори творів, зазначених у частині першій статті 8 цього Закону, їх спадкоємці та особи, яким автори чи їх спадкоємці передали свої авторські майнові права.

Стаття 8. Об'єкти авторського права

1. Об'єктами авторського права є твори у галузі науки, літератури і мистецтва, а саме:

1) літературні письмові твори белетристичного, публіцистичного, наукового, технічного або іншого характеру (книги, брошури, статті тощо);

2) виступи, лекції, промови, проповіді та інші усні твори;

3) комп'ютерні програми;

4) бази даних;

5) музичні твори з текстом і без тексту;

6) драматичні, музично-драматичні твори, пантоміми, хореографічні та інші твори, створені для сценічного показу, та їх постановки;

7) аудіовізуальні твори;

8) твори образотворчого мистецтва;

9) твори архітектури, містобудування і садово-паркового мистецтва;

10) фотографічні твори, зокрема твори, виконані способами, подібними до фотографії;

11) твори ужиткового мистецтва, зокрема твори декоративного ткацтва, кераміки, різьблення, ливарства, з художнього скла, ювелірні вироби тощо;

12) ілюстрації, карти, плани, креслення, ескізи, пластичні твори, що стосуються географії, геології, топографії, техніки, архітектури та інших сфер діяльності;

13) сценічні обробки творів, зазначених у пункті 1 цієї частини, і обробки фольклору, придатні для сценічного показу;

14) похідні твори;

15) збірники творів, збірники обробок фольклору, енциклопедії та антології, збірники звичайних даних, інші складені твори за умови, що вони є результатом творчої праці за добором, координацією або упорядкуванням змісту без порушення авторських прав на твори, що входять до них як складові частини;

16) тексти перекладів для дублювання, озвучення, субтитрування українською та іншими мовами іноземних аудіовізуальних творів;

17) інші твори.

2. Охороні за цим Законом підлягають всі твори, зазначені у частині першій цієї статті, як оприлюднені, так і не оприлюднені, як завершені, так і не завершені, незалежно від їх призначення, жанру, обсягу, мети (освіта, інформація, реклама, пропаганда, розваги тощо).

3. Передбачена цим Законом правова охорона поширюється тільки на форму вираження твору і не поширюється на будь-які ідеї, теорії, принципи, методи, процедури, процеси, системи, способи, концепції, відкриття, навіть якщо вони виражені, описані, пояснені, проілюстровані у творі.

Стаття 9. Охорона авторського права на частину твору

Частина твору, яка може використовуватися самостійно, у тому числі й оригінальна назва твору, розглядається як твір і охороняється відповідно до цього Закону.

Стаття 10. Об'єкти, що не охороняються

Не є об'єктом авторського права:

а) повідомлення про новини дня або поточні події, що мають характер звичайної прес-інформації;

б) твори народної творчості (фольклор);

в) видані органами державної влади у межах їх повноважень офіційні документи політичного, законодавчого, адміністративного характеру (закони, укази, постанови, судові рішення, державні стандарти тощо) та їх офіційні переклади;

г) державні символи України, державні нагороди; символи і знаки органів державної влади, Збройних Сил України та інших військових формувань; символіка територіальних громад; символи та знаки підприємств, установ та організацій;

д) грошові знаки;

е) розклади руху транспортних засобів, розклади телерадіопередач, телефонні довідники та інші аналогічні бази даних, що не відповідають критеріям оригінальності і на які поширюється право sui-generis (своєрідне право, право особливого роду).

Проєкти офіційних символів і знаків, зазначених у пунктах «г» і «д» частини першої цієї статті, до їх офіційного затвердження розглядаються як твори і охороняються відповідно до цього Закону.

Закон України «Про доступ до публічної інформації»[2] (зі змінами)

Стаття 1. Публічна інформація

1. *Публічна інформація* — це відображена та задокументована будь-якими засобами та на будь-яких носіях інформація, що була отримана або створена в процесі виконання суб'єктами владних повноважень своїх обов'язків, передбачених чинним законодавством, або яка знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації, визначених цим Законом.

2. Публічна інформація є відкритою, крім випадків, встановлених законом.

2 Закон України «Про доступ до публічної інформації» URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text

Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»[3] (зі змінами)

Стаття 1. Друковані засоби масової інформації (преса) в Україні

У цьому Законі під *друкованими засобами масової інформації (пресою) в Україні* розуміються періодичні і такі, що продовжуються, видання, які виходять під постійною назвою, з періодичністю один і більше номерів (випусків) протягом року на підставі свідоцтва про державну реєстрацію.

Друкований засіб масової інформації вважається виданим, якщо він підписаний до виходу у світ і видрукований будь-яким тиражем. Сфера розповсюдження друкованого засобу масової інформації не обмежується.

Стаття 25. Журналіст редакції друкованого засобу масової інформації

Журналістом редакції друкованого засобу масової інформації відповідно до цього Закону є творчий працівник, який професійно збирає, одержує, створює і займається підготовкою інформації для друкованого засобу масової інформації та діє на підставі трудових чи інших договірних відносин з його редакцією або займається такою діяльністю за її уповноваженням, що підтверджується редакційним посвідченням чи іншим документом, виданим йому редакцією цього друкованого засобу масової інформації.

Професійна належність журналіста може підтверджуватися документом, виданим професійним об'єднанням журналістів.

На особу, якій видано редакційне посвідчення чи інший документ, що підтверджує повноваження, надані їй редакцією друкованого засобу масової інформації, або її професійну належність, поширюються права і обов'язки, зазначені у статті 26 цього Закону.

Стаття 26. Права та обов'язки журналіста редакції

Здійснюючи свою діяльність на засадах професійної самостійності, журналіст використовує права та виконує обов'язки, передбачені Законом України «Про інформацію» та цим Законом.

Журналіст має право:

1) на вільне одержання, використання, поширення (публікацію) та зберігання інформації;

2) відвідувати державні органи, органи місцевого самоврядування, а також підприємства, установи і організації та бути прийнятим їх посадовими особами;

3) відкрито здійснювати записи, в тому числі із застосуванням будь-яких технічних засобів, за винятком випадків, передбачених законом;

4) на вільний доступ до статистичних даних, архівних, бібліотечних і музейних фондів; обмеження цього доступу зумовлюються лише специфікою цінностей та особливими умовами їх схоронності, що визначаються чинним законодавством України;

7) по пред'явленні редакційного посвідчення чи іншого документа, що підтверджує його професійну належність або повноваження, надані редакцією друкованого засобу масової інформації, перебувати в районі стихійного лиха, катастроф, в місцях аварій, масових безпорядків, на мітингах і демонстраціях, на територіях, де оголошено надзвичайний стан;

3 Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12#Text

8) звертатися до спеціалістів при перевірці одержаних інформаційних матеріалів;

9) поширювати підготовлені ним повідомлення і матеріали за власним підписом, під умовним ім'ям (псевдонімом) або без підпису (анонімно);

10) відмовлятися від публікації матеріалу за власним підписом, якщо його зміст після редакційної правки суперечить особистим переконанням автора;

11) на збереження таємниці авторства та джерел інформації, за винятком випадків, коли ці таємниці обнародуються на вимогу суду.

Журналіст зобов'язаний:

1) дотримуватися програми діяльності друкованого засобу масової інформації, з редакцією якого він перебуває у трудових або інших договірних відносинах, керуватися положеннями статуту редакції;

2) подавати для публікації об'єктивну і достовірну інформацію;

3) задовольняти прохання осіб, які надають інформацію, щодо їх авторства або збереження таємниці авторства;

4) відмовлятися від доручення редактора (головного редактора) чи редакції, якщо воно не може бути виконано без порушення Закону;

5) представлятися та пред'являти редакційне посвідчення чи інший документ, що підтверджує його професійну належність або повноваження, надані редакцією друкованого засобу масової інформації;

6) виконувати обов'язки учасника інформаційних відносин;

7) утримуватися від поширення в комерційних цілях інформаційних матеріалів, які містять рекламні відомості про реквізити виробника продукції чи послуг (його адресу, контактний телефон, банківський рахунок), комерційні ознаки товару чи послуг тощо.

Журналіст несе відповідальність в межах чинного законодавства за перевищення своїх прав і невиконання обов'язків.

Закон України «Про захист суспільної моралі»[4] (зі змінами)

Стаття 1. Визначення термінів

- *суспільна мораль* — система етичних норм, правил поведінки, що склалися у суспільстві на основі традиційних духовних і культурних цінностей, уявлень про добро, честь, гідність, громадський обов'язок, совість, справедливість.

Закон України «Про інформаційні агентства»[5] (зі змінами)

Стаття 1. Визначення інформаційних агентств

Інформаційними агентствами згідно з цим Законом є зареєстровані як юридичні особи суб'єкти інформаційної діяльності, що діють з метою надання інформаційних послуг.

4 Закон України «Про захист суспільної моралі» URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1296-15#Text
5 Закон України «Про інформаційні агентства» URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/95-%D0%B2%D1%80#Text

Під представництвом інформаційного агентства в Україні в цьому Законі слід розуміти зареєстровану в Україні відповідно до чинного законодавства як суб'єкт інформаційної діяльності будь-яку установу (бюро, представництво, корпункт тощо), що представляє в Україні державне або недержавне інформаційне агентство, зареєстроване як юридична особа згідно з чинним законодавством відповідної країни, і яке здійснює свою діяльність в Україні у сфері інформації відповідно до Закону України «Про інформацію», цього Закону.

Закон України «Про інформацію»[6] (зі змінами)

Стаття 1. Визначення термінів

1. У цьому Законі наведені нижче терміни вживаються в такому значенні:

- *документ* — матеріальний носій, що містить інформацію, основними функціями якого є її збереження та передавання у часі та просторі;
- *захист інформації* — сукупність правових, адміністративних, організаційних, технічних та інших заходів, що забезпечують збереження, цілісність інформації та належний порядок доступу до неї;
- *інформація* — будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді.

Стаття 10. Види інформації за змістом

За змістом інформація поділяється на такі види:

- інформація про фізичну особу;
- інформація довідково-енциклопедичного характеру;
- інформація про стан довкілля (екологічна інформація);
- інформація про товар (роботу, послугу);
- науково-технічна інформація;
- податкова інформація;
- правова інформація;
- статистична інформація;
- соціологічна інформація;
- інші види інформації.

Стаття 22. Масова інформація та її засоби

1. *Масова інформація* — інформація, що поширюється з метою її доведення до необмеженого кола осіб.

2. *Засоби масової інформації* — засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації.

6 Закон України «Про інформацію» URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text

Закон України «Про рекламу»[7] (зі змінами)

Стаття 1. Визначення термінів

- *виробник реклами* — особа, яка повністю або частково здійснює виробництво реклами;
- *внутрішня реклама* — реклама, що розміщується всередині будинків, споруд, у тому числі в кінотеатрах і театрах під час, до і після демонстрації кінофільмів та вистав, концертів, а також під час спортивних змагань, що проходять у закритих приміщеннях, крім місць торгівлі (у тому числі буфетів, кіосків, яток), де може розміщуватись інформація про товари, що безпосередньо в цих місцях продаються;
- *заходи рекламного характеру* — заходи з розповсюдження реклами, які передбачають безоплатне розповсюдження зразків товарів, що рекламуються, та/або їх обмін споживачам однієї кількості чи одного виду товарів, що рекламуються, на інший;
- *зовнішня реклама* — реклама, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях-рекламоносіях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг;
- *недобросовісна реклама* — реклама, яка вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог щодо часу, місця і способу розповсюдження;
- *політична реклама* — інформація у будь-якому вигляді, поширена в будь-якій формі, яка має на меті популяризацію діяльності політичної партії (організації партії), привернення уваги до діяльності політичної партії (організації партії) та її позиції щодо питань загальнодержавного (місцевого) значення. До політичної реклами належать також використання символіки або логотипів політичних партій (організацій партій), повідомлення про підтримку політичною партією (організацією партії) видовищних чи інших публічних заходів або привернення уваги до участі у таких заходах політичної партії (організації партії);
- *порівняльна реклама* — реклама, що містить порівняння з іншими особами та/або товарами (діяльністю) іншої особи, прямо чи опосередковано ідентифікує конкурента або товари чи послуги, що пропонуються конкурентом;
- *прихована реклама* — інформація про особу чи товар у програмі, передачі, публікації, якщо така інформація слугує рекламним цілям і може вводити в оману осіб щодо дійсної мети таких програм, передач, публікацій;
- *реклама* — інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформувати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару;
- *рекламодавець* — особа, яка є замовником реклами для її виробництва та/або розповсюдження;
- *розповсюджувач реклами* — особа, яка здійснює розповсюдження реклами;
- *соціальна реклама* — інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку;
- *споживачі реклами* — невизначене коло осіб, на яких спрямовується реклама.

7 Закон України «Про рекламу» URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text

Закон України «Про телебачення і радіомовлення»[8] (зі змінами)

Стаття 1. Визначення термінів

- *ведучий (диктор) передачі* — особа, яка у кадрі чи поза кадром або в радіоефірі здійснює координацію та/або загальне керування процесом реалізації творчого задуму іншими учасниками передачі або супроводжує хід передачі поясненнями та/або оголошенням правил. Ведучий (диктор) передачі здійснює діяльність на підставі трудових, цивільно-правових чи інших відносин із телерадіоорганізацією або з іншою особою, яка забезпечує створення або виготовлення передачі, у тому числі на замовлення телерадіоорганізації;
- *ефірний час* — проміжок часу, протягом якого відповідно до ліцензії на мовлення телерадіоорганізація здійснює трансляцію (ретрансляцію) будь-якої аудіовізуальної інформації;
- *канал телевізійний* — певна смуга частот, призначена для потреб телебачення і зазначена у Плані використання радіочастотного ресурсу України;
- *канал мовлення* — сукупність технічних засобів мовлення (кабельного, оптичного, радіозв'язку), призначених для розповсюдження теле- та/чи радіопрограм на територію, що визначається параметрами цих засобів, які забезпечують трансляцію в реальному часі однієї телерадіопрограми;
- *канал мовлення багатоканальної телемережі* — частина ресурсу багатоканальної телемережі, яка забезпечує трансляцію в реальному часі однієї телерадіопрограми;
- *кінцевий бенефіціарний власник (контролер)* — фізична особа, яка незалежно від формального володіння має можливість здійснювати вирішальний вплив на управління або господарську діяльність суб'єкта інформаційної діяльності у сфері телебачення і радіомовлення безпосередньо або через інших осіб, який здійснюється, зокрема, шляхом реалізації права володіння або користування всіма активами чи їх значною часткою, права вирішального впливу на формування складу, результати голосування, а також вчинення правочинів, які надають можливість визначати умови господарської діяльності, надавати обов'язкові до виконання вказівки або виконувати функції органу управління, або яка має можливість здійснювати вплив шляхом прямого або опосередкованого (через іншу фізичну чи юридичну особу) володіння однією особою самостійно або спільно з пов'язаними фізичними та/або юридичними особами часткою в суб'єкті інформаційної діяльності у сфері телебачення і радіомовлення;
- *ліцензія на мовлення* — документ державного зразка, який видається Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення та засвідчує право ліцензіата відповідно до умов ліцензії здійснювати мовлення, використовувати канали мовлення, мережі мовлення, канали багатоканальних телемереж;
- *ліцензійні вимоги* — кваліфікаційні, організаційні, технічні, технологічні, фінансово-економічні, особливі вимоги до телерадіоорганізацій, які мають на меті отримання ліцензії на мовлення;
- *ліцензіат (власник ліцензії)* — юридична або фізична особа, якій Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення видала відповідну ліцензію;
- *ліцензування мовлення* — видача, продовження, переоформлення, анулювання ліцензій на мовлення, внесення змін до ліцензій на мовлення, видача дублікатів ліцензій на

8 Закон України «Про телебачення і радіомовлення» URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12#Text

мовлення, ведення ліцензійних справ та ліцензійних реєстрів, контроль за додержанням ліцензіатами ліцензійних умов і умов ліцензії, видача розпоряджень про усунення порушень ліцензійних умов і умов ліцензії, а також розпоряджень про усунення порушень законодавства у сфері ліцензування мовлення;

- *новини (передача новин)* — інформаційна, інформаційно-аналітична телерадіопередача, яка згідно з розкладом мовлення телерадіоорганізації регулярно виходить в ефір;
- *програма (телерадіопрограма)* — поєднана єдиною творчою концепцією сукупність передач (телерадіопередач), яка має постійну назву і транслюється телерадіоорганізацією за певною сіткою мовлення;
- *пряма трансляція* — безпосередня трансляція теле- або радіопередач без попереднього запису і монтажу;
- *радіомовлення* — виробництво, комплектування та розповсюдження аудіопередач (аудіопрограм) із використанням радіочастотного ресурсу, що приймаються будь-якою кількістю приймачів;
- *студія-виробник (незалежний продюсер)* — суб'єкт господарювання, який займається створенням (виготовленням) фільмів, реклами, окремих теле- та / або радіопередач чи програм;
- *телебачення (телемовлення)* — виробництво аудіовізуальних програм та передач або комплектування (пакетування) придбаних аудіовізуальних програм та передач і їх поширення незалежно від технічних засобів розповсюдження, які приймаються необмеженою кількістю осіб;
- *телерадіожурналіст* — штатний або позаштатний творчий працівник телерадіоорганізації, який професійно збирає, одержує, створює і готує інформацію для розповсюдження;
- *телерадіопрацівник* — штатний або позаштатний працівник телерадіоорганізації, який за характером своєї професійної діяльності та відповідно до посадових обов'язків бере участь у створенні та розповсюдженні телерадіопрограм та передач.

Концепція реалізації державної політики у сфері реформування загальної середньої освіти «Нова українська школа» на період до 2029 року[9] (розпорядження Кабінету Міністрів України від 14 грудня 2016 р. № 988-р)

(ВИТЯГ)

Згідно з реформою загальної середньої освіти **випускник нової української школи** — це:

За експертними оцінками, **найбільш успішними на ринку праці в найближчій перспективі будуть фахівці**, *які вміють* навчатися впродовж життя, *критично мислити*, ставити цілі та досягати їх, працювати в команді, спілкуватися в багатокультурному середовищі та володіють іншими уміннями.

Це зумовило *оновлення змісту освіти*. Крім того: сучасний світ складний; дитині недостатньо дати лише знання; ще важливо навчити користуватися ними.

9 Концепція реалізації державної політики у сфері реформування загальної середньої освіти «Нова українська школа» на період до 2029 року URL: https://www.kmu.gov.ua/npas/249613934

Попередні твердження викликали питання, *що робити*? Це потребує усвідомлення того, що знання та вміння, взаємопов'язані з ціннісними орієнтирами учня, формують його життєві компетентності, потрібні для успішної самореалізації у житті, навчанні та праці. При цьому слід ураховувати, що ***компетентність*** — *цілісна* динамічна комбінація знань, способів мислення, поглядів, цінностей, навичок, умінь, інших особистих якостей, що визначає здатність особи успішно провадити професійну та/або подальшу навчальну діяльність, а знання, уміння, досвід діяльності самі по собі не є компетентністю.

Ключовими компетентностями є спілкування державною і рідною в разі відмінності мовою, спілкування іноземними мовами, математична грамотність, компетентності в природничих науках і технологіях, *інформаційно-цифрова компетентність*, уміння навчатися впродовж життя, соціальні і громадянські компетентності, підприємливість та фінансова грамотність, загальнокультурна грамотність, екологічна грамотність і ведення здорового способу життя.

Концепція впровадження медіаосвіти в Україні[10] (витяги та роз'яснення)

21 квітня 2016 року Президія Національної академії педагогічних наук України схвалила нову редакцію **Концепції впровадження медіаосвіти в Україні.**

Перша Концепція була схвалена Постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 20.05.2010 р., протокол № 1–7/6–150.

Головною метою Концепції є сприяння розбудові в Україні ефективної системи медіаосвіти, що має стати фундаментом гуманітарної безпеки держави, розвитку і консолідації громадянського суспільства, протидії зовнішній інформаційній агресії, всебічно підготувати дітей і молодь до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною

10 Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) (постанова Президії НАПН України від 21.04.2016 р. № 1–2/7–110). — URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/

системою медіа, формувати у громадян медіаінформаційну грамотність і медіакультуру відповідно до їхніх вікових, індивідуальних та інших особливостей.

Основні терміни

Медіаосвіта — частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою масмедіа, 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.

Медіапедагоги — вчителі, викладачі, вихователі всіх ланок системи освіти, працівники бібліотек, керівники і співробітники медіастудій різного профілю в структурі центрів роботи з молоддю та інших організацій, які мають відповідну педагогічну і медіапсихологічну компетентність і впроваджують медіаосвіту.

Медіакультура — культура сприймання і виробництва соціальними групами та соціумом у цілому сукупності інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, технологій комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передавання інформації. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з масмедіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі, здійснювати ціннісно-вольову рефлексивну регуляцію інформаційної поведінки.

Медіаобізнаність — складова медіакультури, яка передбачає засвоєння особистістю системи знань про засоби масової комунікації, їх історію та особливості функціонування, користь і шкоду для людини, уміння убезпечити себе від деструктивних медіаінформаційних впливів і вільно орієнтуватись у світі інформації.

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.

Медіакомпетентність — рівень медіакультури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіакультурних цінностей, смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства, реалізувати активну громадянську позицію.

Медіаінформаційна грамотність — МІГ (media and informational literacy — MIL) — сучасна стратегія ЮНЕСКО, яка полягає у поєднанні традиційних концептів «медіаграмотності» та «інформаційної грамотності» в спільний концепт МІГ, що позначає комбінований набір компетенцій (знань, навичок і відносин), необхідних на сьогоднішній день для життя і роботи. МІГ розглядає всі види засобів масової інформації та інших постачальників інформації, таких як 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.

Концепт МІГ передбачає визнання провідної ролі інформації і медіа в повсякденному житті. МІГ лежить в основі свободи слова та інформації, оскільки 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.

Медіаосвітній рух — інтеграція громадських об'єднань різного спрямування, державних інституцій освітнього, культурного та іншого профілю в напрямі розвитку медіакультури суспільства, зокрема дітей та молоді.

Медіаінформаційна безпека особистості — забезпечення комфортних і розвивальних емоційно-когнітивних переживань особистості у її взаємодії з медіапростором для реалізації життєвих завдань і цінностей, частина гуманітарної безпеки. Медіаінформаційна безпека людини залежить від здійснення запобіжних заходів в медіаінформаційному полі з боку держави, а також від здатності кожної окремої особистості чинити опір деструктивним медіаінформаційним впливам — психологічним технологіям впливу.

Деструктивний медіаінформаційний вплив — вплив різноманітного медіаконтенту (інформація та деструктивно спрямовані способи її подання), специфічною ознакою якого є психологічно руйнівний, травматичний, небезпечний зміст повідомлення та / або форми передавання, які мають високий рівень медіаризиків, тобто можуть завдати шкоди здоров'ю, розвитку та психологічному благополуччю людини, зокрема дитини певного віку.

Основні принципи медіаосвіти

Особистісний соціально-психологічний підхід. Медіаосвіта базується на актуальних медіапотребах учнів з урахуванням їхніх вікових, індивідуальних та соціально-психологічних особливостей, наявних медіауподобань і рівня сформованості медіакультури особистості та її найближчого соціального оточення.

Перманентне оновлення змісту. Зміст медіаосвіти постійно оновлюється відповідно до розвитку технологій, змін у системі масмедіа, стану медіакультури суспільства та окремих його верств. Використовуються актуальні інформаційні прецеденти, поточні новини, сучасні комплексні медіафеномени, популярні в молодіжному середовищі. При здійсненні медіаосвіти забезпечується баланс між актуальною сьогоденністю та історичними надбаннями.

Орієнтація на розвиток інформаційно-комунікаційних технологій. Медіаосвіта спирається на передові досягнення інформаційно-комунікаційних технологій, використовує їх для організації роботи медіапедагогів, формування спільних інформаційних ресурсів, полегшення комунікації та координації в середовищі взаємодії учасників медіаосвітнього руху. Медіаосвіта враховує розвиток новітніх медіа.

Пріоритет морально-етичних цінностей. Медіаосвіта спрямована на захист суспільної моралі і людської гідності, протистоїть жорстокості і різним формам насильства, сприяє утвердженню загальнолюдських цінностей, зокрема ціннісному ставленню особистості до суспільства і держави, до людей, природи, мистецтва, праці та самої себе.

Пошанування національних традицій. Медіаосвіта базується на врахуванні національної та етнолінгвістичної специфіки медіапотреб учнів і педагогів, забезпечуючи паритетність їхньої взаємодії і конструктивність діалогу. Медіаосвіта спрямована на розвиток національної культури, сприяє зростанню престижності україномовного спілкування.

Патріотизм. Медіаосвіта в Україні є важливим засобом формування і зміцнення національної ідентичності, консолідації суспільства, формування свідомої громадянської патріотичної позиції особистості. Медіаосвіта передбачає забезпечення процесу національно патріотичного виховання молоді за допомогою застосування різноформатного медіаконтенту патріотичного змісту та формування інструментальних умінь критичного сприймання, аналітичного опрацювання медійних повідомлень, оцінювання їх достовірності та об'єктивності, а

також набуття нових смислів, зміцнення патріотичних почуттів. Розвинена медіаінформаційна грамотність стає невід'ємною складовою конструктивного патріотичного світогляду особистості в умовах інформаційної доби.

Громадянська спрямованість. Медіаосвіта, в міру набуття нею форми медіаосвітнього руху, сприяє розвитку в країні громадянського суспільства. Вона спирається на потенціал громадських об'єднань і асоціацій, узгоджує свої зусилля з розвитком інших громадських рухів. При цьому медіаінформаційна грамотність громадян перетворюється на важливий складник політичної культури суспільства.

Естетична наснаженість. Медіаосвіта широко використовує кращі досягнення різних форм сучасного мистецтва та естетичного виховання засобами образотворчого мистецтва, музики, художньої літератури, кіно, фольклорних практик, розвивається з урахуванням потенціалу існуючих у суспільстві загалом і на місцевому рівні інституцій та окремих проєктів мистецького профілю.

Продуктивна мотивація. У межах медіаосвіти поєднуються акценти на творче сприймання медіа і розвиток здатності учня створювати власну медіапродукцію. Виробництво в медіаосвітньому процесі медіапродукту з метою його подальшого використання в спільноті, на фестивалях, конкурсах тощо сприяє формуванню продуктивної мотивації учасників медіаосвітнього процесу.

Пріоритетні напрями розвитку медіаосвіти

- створення системи шкільної медіаосвіти, що закладає основу медіаосвіти протягом життя і передбачає розроблення психологічно обґрунтованих навчальних програм *інтегрованої* освіти для всіх класів загальноосвітніх шкіл, сприяння поширенню практики інтеграції медіаосвітніх елементів у навчальні програми з різних предметів, з урахуванням профілізації навчання, розвиток різноманітних факультативних, у т. ч. бібліотечних, медіаосвітніх програм для підлітків, упровадження курсу медіакультури для старшокласників, активізацію гурткової роботи, фото-, відео-, анімаційних студій, зокрема медіапсихологічних секцій МАН на всеукраїнському рівні, інших позакласних форм учнівської творчості медіаосвітнього спрямування;
- координація шкільної медіаосвіти з медіаосвітою дітей раннього і дошкільного віку, позашкільною медіаосвітою, медіаосвітою в професійній і вищій школі, системі післядипломної освіти, освіти третього віку, неформальною медіаосвітою;
- розроблення стандартів медіаінформаційної грамотності педагогів, уведення медіакомпетентності у професійні стандарти підготовки педагогів, психологів, спеціалістів з соціальної роботи та інших спеціальностей, відповідне врахування вимог медіаінформаційної грамотності в освітніх і освітньо-наукових програмах фахової підготовки, розроблення спеціалізованих навчальних медіаосвітніх курсів для підготовки і перепідготовки працюючих фахівців;
- активізація співпраці вищих навчальних закладів, які готують фахівців для медіавиробництва і сфери мистецтва, з Національною академією наук України, Національною академією педагогічних наук України, Національною академією мистецтв України, зокрема з метою проведення міждисциплінарних досліджень з проблем розвитку медіаосвіти налагодження обміну досвідом і кадрового забезпечення викладання спеціальних дисциплін для медіапедагогів;
- організація за участю Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення, Незалежної медійної ради, громадських об'єднань і медіавиробників ефективних механізмів захисту дитини від медіапродукції, що може зашкодити її здоров'ю, розвитку і психологічному благополуччю, підтримка різних форм позашкільної освіти,

включаючи телевізійні, бібліотечні та інші форми для дітей дошкільного віку, батьківської педагогіки, творчих студій для дітей і молоді, дитячих та молодіжних фестивалів, конкурсів, проєктів місцевого і всеукраїнського рівня для сприяння розвиткові медіакультури і підтримки системи медіаосвіти;

- налагодження повноцінного суспільного діалогу з метою оптимізації медіаосвітньої діяльності самих медіа, підвищення психологічної та педагогічної компетентності працівників редакцій різних медіа, поліпшення якості дитячих і молодіжних програм.

Форми медіаосвіти

Медіаосвіта дошкільна є принципово інтегрованою і спрямована на збалансований естетичний та інтелектуальний розвиток особистості дитини (включаючи різні форми інтелекту, зокрема емоційний, соціальний і практичний інтелект), забезпечує її захист від агресивного медіасередовища (у тому числі від інформаційного «сміття», невідповідних віковим можливостям психіки дитини інформаційних впливів, зокрема продукції, що містить елементи насильства, жахів, еротики), уміння орієнтуватись, обирати і використовувати адаптовану відповідно до вікових норм медіапродукцію.

Медіаосвіта шкільна включає інтегровану медіаосвіту (використання медіадидактики в межах існуючих предметів), спеціальні навчальні курси, факультативи, гурткову, студійну та інші форми позакласної роботи. Ця форма медіаосвіти спрямована переважно на формування критичного мислення, комунікаційної медіакомпетентності. Важливу роль можуть відігравати шкільні бібліотеки як сучасні комп'ютеризовані центри, в яких концентрується інформаційно-пошукова діяльність учнів.

Медіаосвіта позашкільна спрямована на розвиток способів творчого самовираження особистості, має супроводжувати шкільну медіаосвіту, підсилювати її ефект. Базується переважно на діяльності позашкільних навчальних закладів, публічних (зокрема спеціалізованих дитячих) бібліотек, громадських організацій, на волонтерських і комерційних засадах; охоплює медіаосвіту батьків, сімейну медіаосвіту, використовується в межах психотерапевтичної і психолого-консультаційної допомоги.

Медіаосвіта у вищій школі передбачає підготовку як фахівців для масмедіа, так і медіапедагогів та медіапсихологів. Крім того, медіаосвітні елементи мають увійти до навчальних програм циклу професійно орієнтованої гуманітарної підготовки з інших спеціальностей у відповідних їм обсягах (предметна професійна медіаосвіта).

Батьківська медіаосвіта забезпечує ефективність медіаосвіти сім'ї як провідного чинника і соціального середовища ранньої соціалізації дитини; здатність убезпечувати дитину раннього віку від негативного впливу на її розвиток. Має стати частиною цілісної системи медіаосвіти, зокрема включатися до психологічного блоку підготовки фахівців різних профілів у вищій школі, громадських шкіл свідомого батьківства, діяльності бібліотек, соціальних служб і центрів по роботі із сім'ями тощо.

Медіаосвіта дорослих — форма безперервної освіти, заснована на використанні сучасних інформаційно-комунікаційних технологій і новітніх медіа; забезпечує вирівнювання досвіду поколінь (зокрема старшого покоління, соціалізація якого відбувалася в умовах іншої системи масмедіа), постійний особистісний розвиток і підвищення кваліфікації. Медіаосвіта дорослих є необхідною складовою інформаційної безпеки держави в умовах зовнішньої інформаційної агресії і пропаганди, сприяє стійкості населення до деструктивних медіаінформаційних впливів.

Медіаосвіта засобами медіа (неформальна медіаосвіта) — провідна форма стихійної медіаосвіти дітей і дорослих, яка, однак, за відповідних зусиль може набувати ознак

цілеспрямованості та конструктивності. Цілеспрямована медіаосвіта засобами медіа забезпечується навчальними, інформаційно-аналітичними, інформаційно-розважальними програмами та медіапроєктами, потребує значного підвищення якості освітньої медіапродукції, залучення до виробництва та експертизи якості медіапродукту фахових медіапедагогів і медіапсихологів.

Стратегія з розвитку медіаграмотності до 2026 року[11] (витяги)

3 червня 2024 року для української громадськості оприлюднили Стратегію з розвитку медіаграмотності на період до 2026 року[12],[13], розроблену Міністерством культури та інформаційної політики України з урахуванням Стратегії інформаційної безпеки, затвердженої Указом Президента України від 28 грудня 2021 року № 685/2021.

1. Правове регулювання медіаграмотності: основні компетентності

Медіаграмотність — це компетентність, яку потрібно розвивати протягом усього життя.

Стратегія пропонує виокремити такі компетентності, якими має володіти медіаграмотна людина:

1) Інформаційна та медіаграмотність. Вміння критично оцінювати контент із різних джерел та відповідально користуватися медіасервісами.
2) Стійкість до інформаційних впливів, фактчекінг. Критичне мислення
3) Цифрова грамотність. Використання правил цифрової гігієни в повсякденному житті
4) Відповідальне створення та поширення особистого контенту

4. Мета стратегічні цілі, завдання

Метою Стратегії є посилення стійкості населення України до дезінформаційних впливів та розвиток відповідального медіаспоживання, а також сприяння добробуту населення шляхом ухвалення обґрунтованих рішень.

11 Старегія з розвитку медіаграмотності на період до 2026 року. URL: https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2024/06/the-strategy-of-the-ministry-of-culture-and-information-policy-of-ukraine-for-media-literacy-development-until-2026.pdf?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAAR2CNogZkNRrnHF_rfMulhq2O21yluKRuF7-fLbl9zP7pclULMyFLCpZBFQ_aem_ZmFrZWR1bW15MTZieXRlcw

12 Наказ Міністерства культури та інформаційної політики України від 24.05.2024 №377 «Про затвердження стратегії Міністерства культури та інформаційної політики України з розвитку медіаграмотності на період до 2026 року». URL: https://mcip.gov.ua/wp-content/uploads/2024/06/nakaz_pro_zatverdzhennya_strategiyi_ministerstva_kultury_ta_informaczijnoyi_polityky_ukrpyiny_z_rozvytku_mediagamotnosti_na_2024_-_2026_roky.pdf

13 Старегія з розвитку медіаграмотності на період до 2026 року. URL: https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2024/06/the-strategy-of-the-ministry-of-culture-and-information-policy-of-ukraine-for-media-literacy-development-until-2026.pdf?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAAR2CNogZkNRrnHF_rfMulhq2O21yluKRuF7-fLbl9zP7pclULMyFLCpZBFQ_aem_ZmFrZWR1bW15MTZieXRlcw

Ціль №1: Системна координація розвитку медіаграмотності в Україні забезпечує комплексний підхід та залучення всіх зацікавлених сторін.

Ціль №2: Українське суспільство стійке до дезінформаційних впливів.

Ціль №3: Посилення відповідального ставлення медіа та лідерів думок до створення контенту, їхнє сприяння розвитку медіаграмотності.

Ціль №4: Медіаграмотність сприймається як компетентність, що розвивається впродовж всього життя.

5. Цільові аудиторії: основні пріоритети

1. **Діти**: розвиток медіаграмотності у дітей закладає фундамент для їхньої успішної адаптації в сучасному інформаційному суспільстві та допомагає формувати компетентних та відповідальних громадян.
2. **Батьки**: медіаграмотність допоможе їм краще підготувати своїх дітей до здорової взаємодії з сучасними медіа, захистити дітей від шкідливого впливу надмірного медіаспоживання.
3. **Старші люди**: ця аудиторія часто є мішенню для розповсюдження дезінформації, тому необхідно організовувати спеціальні просвітницькі кампанії для підвищення медіаграмотності з урахуванням рівня цифрових навичок цієї цільової аудиторії.
4. **Журналісти та працівники медіа**: підвищення професійних стандартів і розвиток етики в медіаіндустрії, активне залучення до розвитку медіаграмотності різних цільових аудиторій.
5. **Місцеві громади та інститути громадянського суспільства**: активізація місцевих ініціатив з медіаграмотності, зокрема в малих містах та селах.
6. **Громадяни України, які були змушені шукати прихистку від російської агресії за кордоном**: ця аудиторія повинна мати доступ до правдивої та об'єктивної інформації про ситуацію в Україні, аби не піддаватися впливу ворожої пропаганди.

Розділ 3
МЕДІАОСВІТА та медіаінформаційна грамотність

Стрімка динаміка розвитку медіаінформаційного простору в умовах поширення процесів глобалізації та появи інноваційних інформаційно-комунікаційних технологій породжує потребу у формуванні нового розуміння грамотності. Сьогоденний світ — це вже не інформаційний, а постінформаційний, у якому головне завдання полягає не в отриманні інформації, а в умінні ефективно вибудовувати інформаційно-комунікаційні стосунки в медійному та інформаційному середовищі на всіх рівнях особистісної та суспільної активності. Зважаючи на це, обидва види грамотності — медійна та інформаційна — є життєво важливими для людини будь-якого віку, а особливо для учнівства, яке вже сьогодні проводить багато часу в соціальних мережах, та їхніх учителів/учительок, які повинні навчати здобувачів освіти ефективному використанню медіаресурсів.

Медіаінформаційна грамотність

– складова медіакультури, яка стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе й спілкуватися за допомогою медіазасобів, успішно здобувати необхідну інформацію, свідомо сприймати та критично тлумачити інформацію, отриману з різних медіа, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи й типи контролю, які вони культивують.

Міжнародна організація ЮНЕСКО опублікувала головні положення п'яти запропонованих нею **правил** щодо медійної та інформаційної грамотності[14].

14 Понежа Н.О. Практична медіаосвіта: творчі завдання для роботи з візуальними та аудіовізуальними медіапродуктами на уроках історії: навчально-методичний посібник. URL: http://www.aup.com.ua/ml/Praktichna_mediaosvita_Poneja_N.pdf.

ПРАВИЛА
медійної та інформаційної грамотності (МІГ)
(media and informational literacy — MIL)

Правило 1. ***Інформація, комунікація, бібліотеки, медіа, технології, інтернет мають використовуватися суспільством критично.*** Вони рівні за статусом, і жодне з цих джерел не варто вважати більш значущим, ніж інші.

Правило 2. ***Кожен громадянин є творцем інформації/знань.*** Кожен має право на доступ до інформації/знань та право на самовираження. Медійна та інформаційна грамотність має бути для всіх — і для чоловіків, і для жінок, — і тісно пов'язана з правами людини.

Правило 3. ***Інформація, знання та повідомлення не завжди є нейтральними, незалежними чи неупередженими.*** Будь-яка концептуалізація, використання та застосування МІГ повинна зробити це твердження прозорим і зрозумілим для всіх громадян.

Правило 4. ***Кожен громадянин хоче отримувати і розуміти нову інформацію, знання й повідомлення та мати можливість на спілкування з іншими, навіть якщо він не висловлює це прагнення.*** Його права на це ніколи не мають порушуватися.

Правило 5. ***Медійна та інформаційна грамотність не набувається одномоментно.*** Це постійний та динамічний досвід і процес, який можна вважати завершеним, якщо він міститиме знання, уміння та установки щодо використання, створення та передачі інформації щодо медіа та технологічного контенту.

Крім того, було виокремлено п'ять ключових принципів медіаграмотності.

У навчально-методичному посібнику «Формування медіаграмотності педагогів»[15] зазначено, що Л. Мастерман виділив та обґрунтував *сім причин актуальності медіаосвіти в сучасному світі*:

1. Високий рівень споживання масмедіа та насиченість сучасних суспільств їхніми продуктами.
2. Ідеологічна важливість медіа та їхній вплив на свідомість аудиторії.
3. Швидке зростання кількості медійної інформації, посилення механізмів управління нею та її розповсюдження.
4. Інтенсивність проникнення медіа в основні демократичні процеси.
5. Зростання значущості візуальної комунікації та інформації в усіх галузях.
6. Необхідність навчання школярів/студентів з орієнтацією на відповідність сучасним вимогам.
7. Національні та міжнародні процеси приватизації інформації, що пришвидшуються.

15 Формування медіаграмотності учнів: методичний посібник / укл. Г.А. Дегтярьова; за заг. ред Л.Д. Покроєвої. Харків: Харківська академія неперервної освіти, 2019. 48 с.

Джерело: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/pyat_klyuchovikh_ printsipiv_ mediagramotnosti_vizualizatsiya/

До цих причин можна додати ще одну: «пожовтіння» масмедіа та зниження загального рівня медійної продукції, які, як зворотну реакцію, викликають потребу в освітніх технологіях у галузі масмедіа.

Отже, **актуальність медіаосвіти** зумовлена переходом до інформаційного суспільства, що зумовлює появу надшвидкісного потоку великої кількості інформації, що продукується медіа, які в Україні належать кланам і олігархам, з метою впливу на цільову аудиторію та маніпулювання нею, а діти й молодь, будучи поколінням «screen-screen», — благодатний ґрунт для маніпуляцій і впливу.

Медіаосвіта

– частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії з сучасною системою масмедіа, 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.

Головні ризики впливу медіа на дітей (за Л.А. Найдьоновою)

Ризики для дітей до 6-7 років	Ризики для дітей 8-10 років	Ризики для дітей 11-12 років	Ризики для дітей 13-16 років
• *Знерухомлення* • *Надмірна вразливість* • *Моральний розвиток* • *Копіювання виразів, імітація дій*	• *Надмірна довіра рекламі товарів* • *Телевізор дуже захоплює* • *Вплив від дитини, яка дивилася* • *Страх, що зі мною це станеться*	• *Висока залежність від думки однолітків* • *Копіювання моделей поведінки* • *Вважають, що це є нормою життя, що це так і повинно бути* • *Отупіння, деградація*	• *Копіювання моделей стосунків із перекрученими людськими цінностями* • *Спрощене розуміння подій*

Медіаосвіта має на меті, по-перше, захистити дітей від потенційно шкідливих ефектів медіа, а, по-друге, виховати такого споживача медіа, який міг би ефективно задовольняти свої інтереси, використовуючи засоби масової комунікації.

У багатьох країнах медіаосвіта функціонує як система, що стала невід'ємною частиною, з одного боку, загальноосвітньої підготовки молоді, з іншого — масових інформаційних процесів. Вона включена до глобалізаційних перетворень і є складовою гарантування конкурентоспроможності економіки, нерозривно пов'язана з розвитком демократії в умовах інформаційного суспільства[16].

У межах всеукраїнського експерименту «Науково-методичні засади впровадження вітчизняної моделі медіаосвіти в навчально-виховний процес загальноосвітніх навчальних закладів,

16 Дитина і соціальні мережі: поради батькам. URL: https://novadoba.com.ua/44327-dytyna-i-socialni-merezhi-porady-batkam.html.

що тривав упродовж 2011–2016 рр., лабораторією психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України на чолі з Л. Найдьоновою було розроблено й апробовано вітчизняну модель медіаосвіти.

Вітчизняна модель медіаосвіти

Ця модель враховує особливості українського медіапростору та ґрунтується на найкращому світовому досвіді: напрацювання канадського медіапедагога М. Маклюена, який основною метою визначає розвиток критичного мислення завдяки долученню школярів до виконання навчально-дослідницьких аналітичних завдань; досвід Франції щодо здійснення медіаосвіти учнів початкової та середньої школи, що в першу чергу є громадянським вихованням, спрямованим на формування в учнів умінь активно використовувати медіазасоби для власного самовираження, на формування в них високих естетичних смаків; американський досвід, що стосується медіаосвіти педагогів, переорієнтації їх від авторитарної педагогіки на творчий підхід у навчанні; досвід Англії, який орієнтує на масове впровадження, що передбачає поєднання захисної моделі «щеплення» й естетичного розвитку; а також на медіаграмотність у епоху цифрових технологій, яка є основою творчого використання можливостей інтернету як новітнього медіа.

Нині існують такі форми медіаосвіти:

Пропонуємо ознайомитися з розширеною характеристикою завдань, що має розв'язати медіаосвіта:

Важливо, що в інтеграції з іншими освітніми галузями діти мають опанувати низку медіаосвітніх понять:

- уявлення про медіа, медіаграмотність;
- призначення (мета) і цільова аудиторія (Хто буде це дивитися / слухати? Чому?);
- правдива і неправдива інформація;
- візуальні медіа;
- книжка як джерело інформації;
- періодичні друковані видання (журнал, газета);
- фотографія як джерело інформації (наприклад: пейзаж, портрет, сюжетна світлина);
- малюнок як джерело інформації;
- комікси;
- аудіовізуальні медіа;
- мультфільми;
- улюблений герой;
- кіноафіша (інформаційне призначення);
- колір, звук, музика в мультфільмах;
- критерії добору мультфільмів для перегляду;

- інтернет;
- соціальні мережі;
- загальне уявлення про віртуальне спілкування, етику віртуального спілкування, безпеку в інтернеті;
- комп'ютерні ігри як джерело навчання, розвитку й відпочинку, вплив на здоров'я;
- реклама, вплив реклами на поведінку людини, реклама в медіа, як захиститися від небажаного впливу реклами;
- зміст і форма медіатекстів;
- теми, емоційно-ціннісне навантаження медіатекстів;
- елементи форми і їхнє значення для сприйняття основних ідей (колір, музика, анімація в аудіовізуальних медіа), музика в рекламі.

Звертаємо увагу, що інтегрована форма медіаосвіти забезпечується обов'язковим поєднанням двох складових:

- використанням медіа (технічних засобів, аудіо, відео та друкованих текстів, світлин тощо — у широкому розумінні як зразків медіапродукції, зокрема екранної, аудіовізуальної);
- медіаосвітньою метою, завданнями й рефлексією щодо її реалізації.

Зауважимо, що фактично кожна шкільна дисципліна має свій медіаосвітній потенціал. У табл. 2 систематизовано як власні напрацювання, так і напрацювання колег-медіапедагогів[17],[18],[19],[20],[21],[22],[23],[24] із означеного питання.

Таблиця 2

Медіаосвітній потенціал шкільних предметів

Предмет	Що можна вивчати / види завдань
Мова і література	▸ порівняння можливостей різних медіа для подання характеру персонажа, його соціального становища, настрою, висвітлення авторської точки зору, атмосфери, історичної епохи тощо; ▸ особливості адаптації / екранізації художніх текстів у різних історичних періодах та умовах; ▸ оформлення обкладинок/ афіш/ постерів до різних медіатекстів у різні історичні (часові) періоди; ▸ аналіз і порівняння медіатекстів з різних джерел; ▸ аналіз / декодування / інтерпретація фактів та суджень у різних медіатекстах; ▸ виявлення маніпуляцій, фейків, пропаганди, стереотипів, мови ворожнечі в медіатекстах; ▸ обговорення заголовків та їхнього зв'язку з текстом статті;

17 Волошенюк О.В., Чорний О.В. Методика формування умінь з медіаграмотності на заняттях з інтегрованого курсу «Мистецтво» в НУШ. Навчально-методичний посібник.. Київ: Академія української преси, Центр Вільної Преси, 2020. 54 с.
18 Горленко Г. Медіаосвіта на заняттях з фінансової грамотності/ за ред. Волошенюк О., Іванова В. Київ : АУП, ЦВП, 2021. 76 с.
19 Григорович О. Медіаграмотність на заняттях з хімії./ за ред. Волошенюк О., Іванова В. Київ : АУП, ЦВП, 2020. 53 с., іл.
20 Гринчук Л.В. Медіаосвіта на заняттях з математики/ за редакцією О.В. Волошенюк, В.Ф. Іванова. Київ : АУП, ЦВП, 2021. 37 с.
21 Каліберда М.С., Шаламов Р.В. Медіаграмотність на заняттях з біології. Київ: АУП, ЦВП, 2020. 60 с., іл.
22 Медіаграмотність та критичне мислення в початковій школі: посібник для вчителя / Бакка Т., Голощапова В., Дегтярьова Г., Євтушенко Р., Іванова І., Крамаровська С., Мелещенко Т., Шкребець О. / за ред. Волошенюк О., Дегтярьової Г., Іванова В. К. : ЦВП, АУП, 2017. 196 с.
23 Якубовська Е.М. Медіаграмотність на заняттях з фізики. Навчальне видання. /за ред. О.В. Волошенюк, А.М. Григор'єва. Київ: Академія української преси; Центр Вільної Преси, 2020. 53 с.
24 Медыяадукацыя ў школе: фармiраванне медыяграматнасці в учняў: дапаможнік для настаўнікаў / М. І. Запрудскі, А. А. Палейка, А. У. Радзевіч, Т. П. мацкевіч і інш.; пад рэд. М. І. Запрудскага. Мінск, 2018. 334 .

Предмет	Що можна вивчати / види завдань
	▸ аналіз на відповідність світлин змісту медіатексту; ▸ порівняння заголовків і тексту різних видань про одну новину; ▸ аналіз лексичного / ілюстративного наповнення новин; ▸ аналіз того, як одна новина висвітлюється в різних медіа, що впливає на її подання у такому форматі (наприклад, власник, цільова аудиторія тощо); ▸ скорочення готових новин; ▸ дослідження достовірності матеріалу в медіатекстах; ▸ створення переліку топ новин для міста (села), області, країни, світу; ▸ створення власних новинних повідомлень; ▸ дослідження інформаційного простору населених пунктів у художніх творах (вивісках на крамницях, афіш, про що пишуть у газетах тощо); ▸ створення сторінок героїв художніх творів у соціальних мережах; ▸ створення медіатекстів різних жанрів (реклами, заголовків до дописів / статей, заміток, репортажів, новин, відео (діафільмів / мультфільмів / фільмів), світлин, газет, пресрелізів для різної цільової авдиторії з використанням певної лексики, синтаксичних конструкцій; ▸ вивчення життя письменників за допомогою документальних архівів, епістолярної спадщини, спогадів сучасників, наукових розвідок, а також мистецького контексту (світлин/ картин / пам'ятників / усної народної творчості / художніх творів / музики тощо); ▸ підготовка питань для інтерв'ю з письменником / літературним героєм; ▸ проведення токшоу / пресконференції, тематика якого/якої пов'язана з подіями (важливими або «сенсаційними»), з життям письменника / літературного героя / медійної особи; ▸ пошук невідповідностей між зображенням і текстом; ▸ пошук помилок на зображенні; ▸ дослідження джерел зображень і відповідності темі; ▸ створення образу вигаданого героя / героїні; ▸ створення ескізу / словесного опису візуального ряду коміксу; ▸ аналіз і створення мемів; ▸ аналіз і створення плакатів / карикатур; ▸ дослідження фрагментів художніх/ документальних відео; ▸ аналіз дотримання мовних норм у дописі, розміщеному в соціальній мережі / у блозі / на сайті; ▸ пошук відмінностей між фактами та судженнями (думками) у медіатексті з блогу чи соціальної мережі; ▸ ведення блогу чи сторінки в соціальній мережі від імені певного письменника / героя художнього твору; ▸ порівняння отриманої інформації з іншою відомою з цього питання; ▸ порівняння двох джерел, що подають інформацію стосовно однієї проблеми по-різному; ▸ дослідження першоджерел медіатекстів, встановлення вторинних джерел; ▸ участь у дискусіях на тему цензури в пресі; ▸ дослідження мистецьких паралелей;

Предмет	Що можна вивчати / види завдань
	▸ проведення паралелей між предметами й процесами, що є об'єктом вивчення дисципліни, і між медійними, інформаційними процесами; ▸ ідентифікування стереотипів (суспільних, власних); ▸ створення проблемних ситуацій та організації ефективної пошукової діяльності за допомогою інфографіки; ▸ аналіз та спростування фейків.
Іноземна мова	▸ як медіа країни, мова якої вивчається, використовують усну лексику (наприклад, у рекламі); ▸ як медіа висвітлюють поточні події (наприклад, міжнародні новини чи спортивні події в друкованих чи інтернет-виданнях); ▸ як національна ідентичність представлена в медіаповідомленнях (зокрема на листівках, буклетах, туристичних брошурах, грошах, вивісках на крамницях, рекламі); ▸ пошук невідповідностей між зображенням і текстом; ▸ пошук помилок на зображенні; ▸ дослідження джерел зображень і відповідності темі; ▸ створення образу вигаданого героя / героїні; ▸ створення ескізу / словесний опис візуального ряду коміксу; ▸ аналіз і створення плакатів / карикатур; ▸ дослідження фрагментів художніх / документальних відео; ▸ проведення токшоу / пресконференції, тематика якого / якої пов'язана з подіями (важливими або «сенсаційними»), з життям письменника / літературного героя / медійної особи; ▸ порівняння отриманої інформації з іншою відомою з цього питання; ▸ порівняння двох джерел, що подають інформацію стосовно однієї проблеми по-різному; ▸ дослідження мистецьких паралелей; ▸ проведення паралелей між предметами і процесами, що є об'єктом вивчення дисципліни, і між медійними, інформаційними процесами; ▸ ідентифікування стереотипів (суспільних, власних); ▸ прокладання географічного маршруту письменника чи літературного героя; ▸ створення проблемних ситуацій та організації ефективної пошукової діяльності за допомогою інфографіки; ▸ популярні міти та письменники.
Історія, історія України, громадянська освіта, правознавство	▸ як медіа в країнах з різним суспільно-політичним ладом висвітлюють події; ▸ як історичні події й періоди, історичні особистості можуть бути представлені в різних жанрах медіатекстів (документальних і мистецьких); ▸ як об'єднувалися різні джерела й свідки для маніпулювання медійною репрезентацією минулого; ▸ які історичні постаті використовувалися в цілях влади чи з метою іншого впливу; ▸ обговорення заголовків та їхнього зв'язку з текстом статті; ▸ пошук невідповідностей між зображенням і текстом; ▸ пошук помилок на зображенні; ▸ дослідження джерел зображень і відповідності темі;

Предмет	Що можна вивчати / види завдань
	▸ створення образу вигаданого героя / героїні; ▸ створення ескізу / словесний опис візуального ряду коміксу; ▸ аналіз і створення мемів; ▸ аналіз і створення плакатів/карикатур до історичних подій; ▸ дослідження фрагментів художніх / документальних відео (наприклад, скласти перелік фільмів з історичними помилками); ▸ проведення токшоу / пресконференції, тематика якого / якої пов'язана з подіями (важливими або «сенсаційними»), з життям історичної особи / політичного діяча / громадського діяча / медійної особи; ▸ прокладання маршруту військових походів; ▸ пошук спрощень, шаблонів і надмірної науковості в рекламі; ▸ пошук відмінностей між фактами та судженнями (думками) у медіатексті з блогу чи соціальної мережі; ▸ ведення блогу чи сторінки в соціальній мережі від імені історичної особистості / громадського чи політичного діяча; ▸ аналіз наукової обґрунтованості (реалістичності) відображення історичних подій у відеоіграх / художніх фільмах / мультфільмах; ▸ порівняння отриманої інформації з іншою відомою з цього питання; ▸ порівняння двох джерел, що подають інформацію стосовно однієї проблеми по-різному; ▸ дослідження джерел інформації 25 / 50 / 100 років тому; ▸ дослідження мистецьких паралелей; ▸ проведення паралелей між предметами і процесами, що є об'єктом вивчення дисципліни, і між медійними, інформаційними процесами; ▸ ідентифікування стереотипів (суспільних, власних); ▸ аналіз та спростування фейків; ▸ маніпуляції історичною інформацією, реклама, факти, судження; ▸ створення проблемних ситуацій та організації ефективної пошукової діяльності за допомогою інфографіки; ▸ популярні міти та історія.
Географія, фінансова грамотність	▸ характеристика структури графіка/діаграми; ▸ робота з гугл-картами; ▸ аналіз фотографій географічних та інших об'єктів з різних ракурсів (збоку / згори); ▸ характеристика даних та їх інтерпретація; ▸ аналіз ілюстрацій у підручнику / підручниках; ▸ порівняння географічних зображень з однієї теми і пошук помилок на них; ▸ пошук невідповідностей між зображенням і текстом; ▸ пошук помилок на зображенні; ▸ створення схеми шкільного подвір'я з використання готових або самостійно створених умовних позначок; ▸ створення ескізу / словесного опису візуального ряду коміксу; ▸ аналіз і створення мемів; ▸ створення плакатів щодо географічної чи екологічної ситуації;

Предмет	Що можна вивчати / види завдань
	▸ дослідження фрагментів художніх / документальних відео (наприклад, скласти перелік художніх фільмів з географічними помилками); ▸ проведення токшоу / пресконференції, тематика якого / якої пов'язана з подіями (важливими або «сенсаційними»), з життям відомого мандрівника / громадського діяча / медійної особи або з якимось географічним відкриттям; ▸ пошук помилок у рекламі; ▸ пошук спрощень, шаблонів і надмірної науковості в рекламі; ▸ пошук відмінностей між фактами та судженнями (думками) у медіатексті з блогу чи соціальної мережі; ▸ ведення блогу чи сторінки в соціальній мережі від імені дослідника; ▸ аналіз наукової обґрунтованості (реалістичності) відображення географічних подій у відеоіграх / художніх фільмах / мультфільмах; ▸ порівняння отриманої інформації з іншою відомою з цього питання; ▸ порівняння двох джерел, що подають інформацію стосовно однієї проблеми по-різному; ▸ проведення паралелей між предметами і процесами, що є об'єктом вивчення дисципліни, і між медійними, інформаційними процесами; ▸ ідентифікування стереотипів (суспільних, власних); ▸ аналіз та спростування фейків; ▸ викривлення на географічних картах (маніпулювання, стереотипність сприйняття); ▸ картографічні твори / зображення в медіа; ▸ візуалізація фактів у аналітичних статтях; ▸ ознайомлення з місцем, де відбуваються / відбувалися події, за допомогою відеореєстраторів та гугл-карт; ▸ створення історій, у яких факти, події, фото, числа переважають над аналітикою, або створення карт (наприклад, інтерактивних), що відображають різні зміни (населення, територіальні, кліматичні тощо); ▸ порівняння карт однієї і тієї ж місцевості різних років; ▸ прокладання власного туристичного / краєзнавчого маршруту або безпечного шляху від дому до школи та навпаки; ▸ оновлення інформації про кількість населення; ▸ декодування зображень, зокрема географічних символів, на гербах міст / області; ▸ створення логотипів міста / села / області; ▸ визначення ролі масмедіа як джерела економічної інформації; ▸ дослідження впливу медіа на геополітику; ▸ дослідження образу країни у стрічці фейсбуку; ▸ дослідження появи «джинси» у геополітиці; ▸ соціальні стереотипи стосовно географічних об'єктів; ▸ порівняння інформації про географічні об'єкти в різних медіа; ▸ порівняння інформації про глобальні зміни клімату в різних медіа; ▸ візуалізація змін клімату; ▸ аналіз статистичної інформації та медіатекстів, її оцінка; ▸ аналіз, оцінка та створення медіатекстів (дайджестів, карт, рекламних проспектів туристичних маршрутів тощо);

Предмет	Що можна вивчати / види завдань
	▸ маніпуляції географічною інформацією (наприклад, у рекламі); ▸ розрізнення фактів і суджень в географічній інформації; ▸ створення проблемних ситуацій та організації ефективної пошукової діяльності за допомогою інфографіки; ▸ популярні міти та географія.
Біологія	▸ характеристика структури графіка / діаграми; ▸ характеристика даних та їхня інтерпретація; ▸ аналіз ілюстрацій у підручнику / підручниках; ▸ порівняння біологічних зображень з однієї теми і пошук помилок на них; ▸ пошук невідповідностей між зображенням і текстом; ▸ дослідження стереотипних зображень, що науково необґрунтовані; ▸ пошук помилок на зображенні; ▸ дослідження джерел зображень і відповідності темі; ▸ малювання умовних позначок, які б закликали людей вчасно прибирати за собою і вдома, і на природі; ▸ створення образу вигаданого героя / героїні; ▸ створення ескізу / словесний опис візуального ряду коміксу; ▸ аналіз і створення мемів; ▸ створення плакатів щодо здорового способу життя чи екологічної ситуації; ▸ дослідження фрагментів художніх / документальних відео (наприклад, скласти перелік художніх фільмів з біологічними помилками чи правильними біологічним елементами); ▸ проведення токшоу / пресконференції, тематика якого / якої пов'язана з подіями (важливими або «сенсаційними»), з життям відомого науковця / громадського діяча / медійної особи або з якимось науковим відкриттям; ▸ розвінчання стереотипів про тварин; ▸ вивчення характерних особливостей будови та життєдіяльності тварин у відеорекламі; ▸ аналіз дитячих рис героїв мультфільмів, художніх фільмів; ▸ визначення кількості побаченої реклами й частоти контакту з рекламою, дотичною до біології; ▸ дослідження задекларованих у рекламі властивостей продуктів; ▸ зіставлення реклами продуктів та їхнього складу / дії; ▸ пошук помилок у рекламі; ▸ пошук спрощень, шаблонів і надмірної науковості в рекламі; ▸ створення реклами чи контрреклами біологічного об'єкту / процесу; ▸ аналіз допису в соціальній мережі / блозі / на сайті; ▸ пошук відмінностей між фактами та судженнями (думками) у медіатексті з блогу чи соціальної мережі; ▸ ведення блогу чи сторінки в соціальній мережі від імені певного організму / органу; ▸ аналіз наукової обґрунтованості (реалістичності) відображення тварин і рослин у відеоіграх / художніх фільмах / мультфільмах;

Предмет	Що можна вивчати / види завдань
	▸ дослідження відображення травм людини та їхнього лікування у відеоіграх; ▸ порівняння отриманої інформації з іншою відомою з цього питання; ▸ порівняння двох джерел, що подають інформацію стосовно однієї проблеми по-різному; ▸ проведення паралелей між предметами й процесами, що є об'єктом вивчення дисципліни, і між медійними, інформаційними процесами; ▸ ідентифікування стереотипів (суспільних, власних); ▸ аналіз та спростування фейків; ▸ маніпуляції біологічною інформацією, реклама, факти, судження; ▸ виявлення маркетологічних трюків; ▸ створення проблемних ситуацій та організації ефективної пошукової діяльності за допомогою інфографіки; ▸ популярні міти та біологія.
Фізика, математика	▸ методи, які використовуються творцями медіатексту для ілюстрування наукових процесів і природи; ▸ як науковці і науковий прогрес представлені в популярній медіакультурі; ▸ як наукові досягнення передаються в дискусіях і проблемних медіатекстах, яка тут можлива різна інтерпретація; ▸ аналіз і порівняння медіатекстів з різних джерел; ▸ використовуючи закони (наприклад, фізичні), довести чи спростувати події, показані у художніх фільмах; ▸ як довіру до науки використовують у рекламних повідомленнях; ▸ обговорення заголовків та їхнього зв'язку з текстом статті; ▸ порівняння зображень фізичних явищ з однієї теми та пошук помилок на них; ▸ пошук невідповідностей між зображенням і текстом; ▸ дослідження стереотипних зображень, що науково необґрунтовані; ▸ пошук помилок на зображенні; ▸ дослідження джерел зображень і відповідності темі; ▸ аналіз і створення мемів; ▸ створення плакатів щодо фізичних чи математичних явищ; ▸ дослідження фрагментів художніх / документальних відео (наприклад, скласти перелік художніх фільмів з фізичними чи математичними помилками чи правильними фізичними/ математичними елементами); ▸ дослідження комп'ютерних ігор із позицій фізики ▸ проведення токшоу / пресконференції, тематика якого/якої пов'язана з подіями (важливими або «сенсаційними»), з життям відомого науковця / громадського діяча / медійної особи або з будь-яким науковим відкриттям; ▸ розгляд різних маніпуляцій у рекламі технічних пристроїв, які вивчаються / використовуються на заняттях фізики; ▸ пошук помилок, спрощень, шаблонів і надмірної науковості в рекламі; ▸ створення реклами фізичного об'єкту / процесу / приладу або контрреклами; ▸ аналіз допису в соціальній мережі / блозі / на сайті;

Предмет	Що можна вивчати / види завдань
	▸ пошук відмінностей між фактами та судженнями (думками) у медіатексті з блогу чи соціальної мережі; ▸ ведення блогу чи сторінки в соціальній мережі від імені відомого фізика / астронома / математика / фізичного явища / приладу тощо; ▸ аналіз наукової обґрунтованості (реалістичності) відображення фізичних явищ у відеоіграх / художніх фільмах / мультфільмах; ▸ порівняння отриманої інформації з одного джерела з тим, як вона подається в інших джерелах, або з іншою відомою інформацією з цього питання; ▸ проведення паралелей між предметами і процесами, що є об'єктом вивчення дисципліни, і між медійними, інформаційними процесами; ▸ ідентифікування стереотипів (суспільних, власних); ▸ аналіз та спростування фейків; ▸ маніпуляції фізичною інформацією, реклама, факти, судження; ▸ виявлення маркетологічних трюків; ▸ створення проблемних ситуацій та організації ефективної пошукової діяльності за допомогою інфографіки; ▸ популярні міти та фізика / математика.
Хімія	▸ методи, які використовуються творцями медіатексту для ілюстрування наукових процесів і природи; ▸ як науковці і науковий прогрес представлені в популярній медіакультурі; ▸ як наукові досягнення з хімії передаються в дискусіях і проблемних медіатекстах, як це інтерпретується; ▸ аналіз і порівняння медіатекстів з різних джерел; ▸ як довіру до науки використовують у рекламних повідомленнях; ▸ обговорення заголовків та їхнього зв'язку з текстом статті; ▸ порівняння зображень хімічних явищ з однієї теми й пошук помилок на них; ▸ пошук невідповідностей між зображенням і текстом; ▸ дослідження стереотипних зображень, що науково необґрунтовані; ▸ пошук помилок на зображенні; ▸ дослідження джерел зображень і відповідності темі; ▸ аналіз і створення мемів; ▸ створення плакатів щодо хімічних явищ; ▸ дослідження фрагментів художніх / документальних відео (наприклад, скласти перелік художніх фільмів з хімічними помилками чи правильними хімічними елементами); ▸ проведення токшоу / пресконференції, тематика якого / якої пов'язана з подіями (важливими або «сенсаційними»), з життям відомого науковця / громадського діяча / медійної особи або з будь-яким науковим відкриттям; ▸ пошук помилок, спрощень, шаблонів і надмірної науковості в рекламі; ▸ створення реклами / контрреклами хімічного об'єкту / процесу / приладу; ▸ аналіз допису, розміщеного в соціальній мережі / у блозі / на сайті; ▸ пошук відмінностей між фактами та судженнями (думками) у медіатексті з блогу чи соціальної мережі;

Предмет	Що можна вивчати / види завдань
	▸ ведення блогу чи сторінки в соціальній мережі від імені відомого хіміка / хімічного явища / приладу тощо; ▸ використовуючи знання з хімії, довести чи спростувати реальність події, що показана в художньому фільмі; ▸ аналіз наукової обґрунтованості (реалістичності) відображення хімічних явищ у відеоіграх / художніх фільмах / мультфільмах; ▸ порівняння отриманої інформації з одного джерела з тим, як вона подається в інших джерелах, або з іншою відомою інформацією з цього питання; ▸ порівняння двох джерел, що подають інформацію стосовно однієї проблеми по-різному; ▸ проведення паралелей між предметами і процесами, що є об'єктом вивчення дисципліни, і між медійними, інформаційними процесами; ▸ ідентифікування стереотипів (суспільних, власних); ▸ аналіз та спростування фейків; ▸ маніпуляції хімічною інформацією, реклама, факти, судження; ▸ виявлення маркетологічних трюків; ▸ створення проблемних ситуацій та організації ефективної пошукової діяльності за допомогою інфографіки; ▸ популярні міти та хімія.
Музика	▸ як різні музичні форми використовують, щоб створити атмосферу, емоційний стан чи реакції авдиторії; ▸ як різні типи музики «запаковуються» та подаються різній аудиторії за допомогою вбудованих та інших медіа; ▸ пошук невідповідностей між музикою й текстом; ▸ створення плакатів щодо здорового способу життя чи екологічної ситуації; ▸ аналіз допису в соціальній мережі / блозі / на сайті; ▸ ведення блогу чи сторінки в соціальній мережі від імені відомого композитора / музиканта / співака / музичного гурту; ▸ проведення токшоу / пресконференції, тематика якого / якої пов'язана з подіями (важливими або «сенсаційними»), з життям відомого композитора / музиканта / співака / музичного гурту / медійної особистості; ▸ порівняння отриманої інформації з іншою відомою з цього питання; ▸ порівняння двох джерел, що подають інформацію стосовно однієї проблеми по-різному; ▸ дослідження мистецьких паралелей; ▸ проведення паралелей між предметами і процесами, що є об'єктом вивчення дисципліни, і між медійними, інформаційними процесами; ▸ ідентифікування стереотипів (суспільних, власних); ▸ аналіз та спростування фейків; ▸ створення проблемних ситуацій та організації ефективної пошукової діяльності за допомогою інфографіки; ▸ популярні міти та музика.

Предмет	Що можна вивчати / види завдань
Мистецтво	▸ пошук невідповідностей між зображенням і текстом; ▸ дослідження стереотипних зображень, що науково необґрунтовані; ▸ пошук помилок на зображенні; ▸ дослідження джерел зображення і відповідності темі; ▸ створення образу вигаданого героя / героїні; ▸ створення ескізу / словесний опис візуального ряду коміксу; ▸ аналіз і створення мемів; ▸ аналіз і створення плакатів / карикатур; ▸ дослідження фрагментів художніх / документальних відео з мистецької точки зору (наприклад, скласти перелік художніх фільмів, у яких є помилки щодо зображення епохи, костюмів тощо); ▸ проведення токшоу / пресконференції, тематика якого / якої пов'язана з подіями (важливими або «сенсаційними»), з життям відомого художника / скульптора / дизайнера / громадського діяча / медійної особи; ▸ аналіз допису в соціальній мережі / блозі / на сайті; ▸ ведення блогу чи сторінки в соціальній мережі від імені художника / скульптора / режисера / кіноактора / фотографа / дизайнера тощо; ▸ порівняння отриманої інформації з іншою відомою з цього питання; ▸ порівняння отриманої інформації з одного джерела з тим, як вона подається в інших джерелах; ▸ порівняння двох джерел, що подають інформацію стосовно однієї проблеми по-різному; ▸ дослідження мистецьких паралелей; ▸ проведення паралелей між предметами і процесами, що є об'єктом вивчення дисципліни, і між медійними, інформаційними процесами; ▸ ідентифікування стереотипів (суспільних, власних); ▸ аналіз та спростування фейків; ▸ створення проблемних ситуацій та організації ефективної пошукової діяльності за допомогою інфографіки; ▸ популярні міти та мистецтво.

Результативність інтеграції медіаосвіти в навчальні шкільні курси забезпечується доцільною системою організації процесу навчання й раціональним використанням комплексу медіаосвітніх вправ і завдань, що логічно витікають із завдань і принципів формування основ медіаграмотності й медіакультури школярів.

Для того щоб розуміти, на що має бути спрямована медіаосвітня діяльність педагогів, лабораторія психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України розробила концептуальну рамку медіаосвіти (табл. 3), у якій висвітлено, як діти різних вікових груп реагують на медіа.

Таблиця 3

Концептуальна рамка медіаосвіти

Дошкілля	Молодші класи	Середні класи	Старші класи
▸ *Розрізнення реальності та фантазії* ▸ *Самоусвідомлення своїх переживань* ▸ *Висока візуальна чутливість*	▸ *Розуміння медіареальності* ▸ *Розуміння мотивів дій і наслідків* ▸ *Самоконтроль та спокуса наслідування*	▸ *Соціальний інтелект* ▸ *Розуміння гумору та абстрактне мислення* ▸ *Емоційний розвиток і критичність* ▸ *Відсутність досвіду*	▸ *Ідеалізація кумирів* ▸ *Моральний розвиток і кримінальні проблеми* ▸ *Перевірка своїх обмежень* ▸ *Стосунки та сексуальність*

На жаль, існують певні перешкоди на шляху впровадження медіаосвіти в освітню систему:

ПЕРЕШКОДИ
на шляху впровадження медіаосвіти
в систему освіти

1. Недостатня кількість та інструменталізація навчально-методичних посібників.
2. Недостатня кількість і рівень підготовки фахівців.
3. Недостатня особиста інформаційно-правова культура педагогів.
4. Недостатня технічна забезпеченість закладів освіти.
5. Відсутність медіа для школярів.
6. Відсутність легальної медіатеки.

Подана нижче інфографіка узагальнює інформацію щодо медіаосвіти в школі та дає відповідь на питання: що таке медіаосвіта; для чого вона потрібна вчителям та учням; які корисні доступні ресурси з цієї теми вже є в Україні.

Медіаінформаційна грамотність допомагає людині активно використовувати можливості інформаційного поля телебачення, радіо, відео, кінематографа, преси, інтернету та краще зрозуміти мову засобів соціальної комунікації. Результатом медіаосвіти є медіакультура, яка проявляється в культурі споживання інформації, продукованої масмедіа й іншими медіа, сформованою в результаті спеціально організованої цільової медіаосвіти; що є належним рівнем медіаграмотності в стосунках з медіа, що є результатом спеціально організованих заходів з медіаосвіти.

Джерело:
http://eef.org.ua/vazhlivist-mediaosviti-ochima-osvitya/

Джерело:
http://eef.org.ua/vazhlivist-mediaosviti-ochima-osvitya/

Розділ 4
МЕДІАКОМПЕТЕНТНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ: теоретичний аспект

Набута в результаті медіаосвіти *медіакомпетентність* допоможе людині активно використовувати можливості інформаційного поля медіа, сприятиме кращому розумінню мови медіакультури.

> ***Медіакомпетентність особистості*** — це сукупність мотиваційних, контактних, інформаційних, перцептивних, інтерпретаційних / оціночних, практико-операційних / діяльнісних, креативних умінь вибирати, використовувати, критично аналізувати, оцінювати, передавати та створювати медіатексти в різних видах, формах і жанрах, аналізувати складні процеси функціонування медіа в соціумі.

Для педагога поняття «медіакомпетентність» набуває дещо іншого значення.

> ***Професійна медіакомпетентність педагога*** — це сукупність мотиваційних, інформаційних, методичних, практико-операційних/ діяльнісних, креативних умінь, яка дозволяє здійснювати медіаосвітню діяльність в аудиторії різного віку.

У Концепції впровадження медіаосвіти в Україні зазначено: ***медіакомпетентність*** — це рівень медіакультури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного й 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[25].

Показники розвитку професійних знань і умінь, необхідних педагогам для медіаосвітньої діяльності, такі:

1) *мотиваційний* (мотиви медіаосвітньої діяльності: емоційні, гносеологічні, гедоністичні, моральні, естетичні та ін.; прагнення до вдосконалення своїх знань і умінь у сфері медіаосвіти);
2) *інформаційний* (рівень інформованості, теоретико-педагогічних знань в галузі медіаосвіти);
3) *методичний* (методичні вміння в галузі медіаосвіти, рівень педагогічного артистизму);
4) *діяльнісний* (якість медіаосвітньої діяльності в процесі навчальних занять різних типів);
5) *креативний* (рівень творчого начала в медіаосвітній діяльності).

Уважають, що компетентності з медіаграмотності можна умовно поділити на чотири групи — розуміння медіа, використання медіа, комунікація за допомогою медіазасобів та вміння досягати власних цілей, застосовуючи медіа.

Хочемо звернути увагу на те, що поділ та опис (табл. 4) десяти компетентностей запропоновано медіаекспертами на основі доповіді «Вимірюючи медіаграмотність»[26].

Таблиця 4

Характеристика медіакомпетентностей (за Mediawjzer)

1. РОЗУМІННЯ	
1.1. Розуміння все більшого впливу ЗМІ на суспільство	
	▸ Проникнення засобів масової інформації у всі сфери людського життя ▸ Усвідомлення цього процесу і його наслідків.
1.2. Розуміння того, як побудовані ЗМІ	
	▸ Розуміння того, що ЗМІ «завершуються» після того, як їх побачив споживач. ▸ Остаточна форма ЗМІ містить технічні, економічні та стратегічні рішення. ▸ Бути медіаграмотним означає розуміти, як ЗМІ, що ми споживаємо, набувають своєї форми.
1.3. Розуміння того, як медіа забарвлюють реальність	
	▸ Засоби масової інформації завжди представляють реальність з певного погляду.
2. ВИКОРИСТАННЯ	
2.1. Використання обладнання, програмного забезпечення й додатків	
	▸ Активна участь у житті медійного суспільства починається з технічних навичок використання медіа. ▸ Навички варіюються від простих завдань до складних.
2.2. Орієнтація в медіасередовищі	
	▸ Бути медіаграмотним означає розбиратися в медіасередовищі та розуміти залежність медіадодатків. ▸ Дослідження можливостей медіа та розвиток навичок, щоб оптимально рухатися в медіасередовищах.

25 Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) / Схвалено постановою Президії Національної академії педагогічних наук України 27 квітня 2016 року. URL: https://ms.detector.media/mediaosvita/post/16501/2016-04-27-kontseptsiya-vprovadzhennya-mediaosviti-v-ukraini-nova-redaktsiya/.

26 Measuring Media Literacy, 2011, EYE a.o.

3. КОМУНІКАЦІЯ	
3.1. Пошук та обробка інформації	
	▸ Володінням ефективними стратегіями пошуку інформації (спроможність знайти те, що шукаєте, вибрати те, що потрібно, і визначити, наскільки надійною є ця інформація). ▸ Здатність оптимально зберігати інформацію. ▸ Уміти повторно використовувати інформацію та розумно поширювати її.
3.2. Створення контенту. Теперішнє медіасуспільство — це суспільство 2.0	
	▸ Вироблення нових навичок комунікації та презентації. ▸ Спроможність створити функціональний і привабливий контент, щоб найкращим чином передати своє повідомлення цільовій аудиторії.
3.3. Використання соціальних мереж	
	▸ Режим комунікації 24/7 через електронну пошту, смартфони, онлайн-ігри, соціальні медіа. ▸ Співпраця в соціальних мережах. ▸ Нові навички в різних сферах (норми й цінності інтернет-спільноти, адаптація своєї поведінки відповідно, етикет у мережі тощо). ▸ Поважати в соціальних мережах інтереси інших людей та спільноти в цілому.
4. СТРАТЕГІЯ	
4.1. Розмірковування про власне використання медіа	
	▸ ЗМІ завжди є засобом для реалізації особистих, соціальних, професійних або суспільних цілей. ▸ Вплив пасивного споживання ЗМІ на особистий добробут. ▸ Наслідки активного використання засобів масової інформації. ▸ Усвідомлення всіх аспектів власного застосування засобів масової інформації настільки, щоб ви могли зробити свідомий вибір для оптимізації власних медіадій.
4.2 Досягнення цілей за допомогою засобів масової інформації.	
	▸ Без використання медіа хоча б у якийсь спосіб практично неможливо досягнути особистих, соціальних, професійних або суспільних цілей. ▸ Розуміння своєї мети, базованої на усвідомленій оцінці можливостей (і обмежень) медіа, ефективне використання медіа для досягнення власних цілей. ▸ Цифрова ідентичність.

Нідерландська організація Mediawijzer.net, що спеціалізується на медіаграмотності, спираючись на вищесказане та узагальнюючи думки медіаекспертів, створила всеохопну модель, яка містить десять компетентностей з медіаграмотності. MediaSapiens переклав українською візуалізацію цієї моделі та її основні положення[27], на які зараз орієнтуються в Україні.

Педагог, плануючи свою медіаосвітню діяльність як на уроці, так і в позаурочний час, має враховувати рівень медіакомпетентності аудиторії. Для цього можна скористатися ***показниками розвитку медіаінформаційної компетентності аудиторії***, до яких відносять:

1) *мотиваційний* (мотиви контакту з медіатекстами: жанрові, тематичні, емоційні, гносеологічні, гедоністичні, психологічні, моральні, інтелектуальні, естетичні, терапевтичні та ін.);
2) *контактний* (частота спілкування / контакту з творами медіакультури — медіатекстами);
3) *інформаційний* (знання термінології, теорії та історії медіакультури, процесу масової комунікації);
4) *перцептивний* (здатність до сприйняття медіатекстів);

27 Бути медіаграмотним: десять необхідних компетентностей. URL: https://ms.detector.media/mediaosvita/post/18961/2017–05–24-buti-mediagramotnim-desyat-neobkhidnikh-kompetentnostei/

Модель компетентностей із медіаграмотності (10 media literacy competencies) розроблена нідерландською організацією Mediawijzer.net. Поділ та опис компетенцій запропоновано на основі доповіді «Вимірюючи медіаграмотність» ('MeasuringMediaLiteracy', 2011, EYE a.o.). Переклад – ГО «Детектор медіа».

Джерело: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/buti_mediagramotnim_desyat_neobkhidnikh_kompetentnostey/

5) *інтерпретаційний/оцінний* (уміння інтерпретувати, аналізувати медіатексти на основі певного рівня медіасприйняття, критична автономія);

6) *практико-операційний* (уміння створювати / поширювати власні медіатексти);

7) *креативний* (наявність творчого начала медіакомпетентності в різних аспектах діяльності — перцептивної, ігрової, художньої, дослідницької та ін., пов'язаної з медіа).

Медіакомпетентність формується за трьома рівнями: низьким, середнім і високим.

Усі рівні пов'язані між собою (між ними немає суворої межі, дискретності), тому можлива наявність проміжних підрівнів. Кожен попередній рівень виступає підготовчим етапом до подальшого, більш високого, а кожний наступний містить усі попередні та вносить у них якісні зміни.

Фахівці проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», що виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки U.S. Embassy Kyiv Ukraine та British Embassy Kyiv у партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією української преси, виокремлюють такі медіакомпетентності (табл. 5), які необхідно розвинути в сучасної людини[28]:

Таблиця 5

Медіакомпетентності сучасної людини

МЕДІАГРАМОТНІСТЬ
▸ Розуміння, як працюють медіа: власники, журналістські стандарти, редакційна політика
▸ Уміння визначати жанри журналістських повідомлень
▸ Розуміння понять цензури, самоцензури

28 Інтеграція інфомедійної грамотності у навчальний процес. Навчально-методичні матеріали проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». К.: IREX в Україні, 2019–2020.

▸ Уміння аналізувати твори кіномистецтва
▸ Уміння аналізувати рекламу, розрізняти її типи (соціальна, комерційна, піар, контекстна реклама тощо)
ІНФОРМАЦІЙНА ГРАМОТНІСТЬ
▸ Уміння ефективно шукати інформацію
▸ Уміння шукати та працювати з першоджерелами
▸ Розуміння авторського права, уміння вирізняти плагіат
▸ Уміння відрізняти факти від суджень
▸ Уміння систематизувати інформацію, висувати гіпотези та оцінювати альтернативи
КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ
▸ Уміння ставити питання
▸ Уміння обґрунтовувати власну позицію
▸ Уміння оцінювати та інтерпретувати події
▸ Уміння проводити паралелі з теперішнім часом
▸ Уміння аналізувати передумови та причини події
ЦИФРОВА БЕЗПЕКА
▸ Менеджмент приватності, розуміння цифрового сліду
▸ Навички з особистої кібербезпеки (протидія онлайн-шахрайству, шкідливим програмам)
▸ Уміння запобігати ризикам у комунікації (протидія кібербулінгу, грумінгу)
СОЦІАЛЬНА ТОЛЕРАНТНІСТЬ
▸ Уміння ідентифікувати та протидіяти мові ворожнечі
▸ Уміння ідентифікувати та протидіяти стереотипам і дискримінації
▸ Навички етичного спілкування
ВІЗУАЛЬНА ГРАМОТНІСТЬ
▸ Уміння аналізувати фото, лого, символи, постери, інфографіку, інші візуальні ряди
СТІЙКІСТЬ ДО ВПЛИВІВ, ФАКТЧЕКІНГ
▸ Уміння ідентифікувати прояви пропаганди
▸ Уміння ідентифікувати ботів і тролів
▸ Уміння ідентифікувати фейки й інструменти маніпуляції (зокрема, через псевдоекспертів, клікбейт-заголовки, маніпулятивні фото, відео, тексти, статистику тощо)
▸ Базові навички емоційного інтелекту (ідентифікувати вплив медіа на наші емоції)
ІННОВАЦІЙНІСТЬ, РОЗВИТОК КРЕАТИВНОСТІ
▸ Уміння втілювати ідеї завдяки онлайн-інструментам
▸ Уміння використовувати медіа для соціального блага

Формування медіакомпетентності педагога, у зв'язку з його соціокультурною роллю, має низку особливостей, тому повинно формуватися відповідно до ***принципів***:

1) *індивідуального соціально-психологічного підходу* (урахування вікових, соціально-психологічних особливостей особистості, її медіауподобання);
2) *патріотизму* (формування та зміцнення національної ідентичності, консолідації суспільства, свідомої громадянської позиції);
3) *перманентного оновлення змісту* (врахування постійного розвитку інформаційних технологій, поточних педагогічних новин, змін у системі масмедіа тощо);

4) *пріоритету морально-етичних цінностей* (захист суспільної моралі й людської гідності, протистояння жорстокості й різним формам насильства, агресії, ціннісне ставлення особистості до держави, до суспільства, природи, мистецтва, самої себе);

5) *продуктивної мотивації* (поєднання творчого сприймання медіа та здатності створювати власну медіапродукцію з метою її подальшого використання в педагогічній діяльності);

6) *пошанування національних традицій* (врахування національної та етнолінгвістичної специфіки медіапотреб, розвиток національної культури, зростання престижності українськомовного спілкування);

7) *формування громадянської спрямованості особистості*;

8) *цілісності та системності*[29].

У Стратегії з розвитку медіаграмотності на період до 2026 року[30] Міністерство культури та інформаційної політики України представило **компетентності, які охоплюють навички медіаграмотної людини**, зазначивши показники кожної з них:

– **Інформаційна та медіаграмотність. Уміння критично оцінювати контент із різних джерел та відповідально користуватися медіасервісами**

  - уміння критично оцінювати контент з різних джерел та відповідально користуватися медіасервісами;
  - уміння розпізнавати різні типи контенту та добирати джерела інформації;
  - розуміння ролі та функцій медіа в суспільстві, знання про те, як створюється контент, хто є власниками великих медійних компаній та як це впливає на інформацію, котру отримує споживач;
  - здатність аналізувати та оцінювати мотивацію автора контенту й контекст, у якому він представлений;
  - уміння аналізувати повідомлення та оцінювати достовірність і неупередженість контенту.

– **Стійкість до інформаційних впливів, фактчекінг. Критичне мислення**

  - розуміння способів маніпулювання емоціями та вміння їм протидіяти;
  - уміння ідентифікувати дезінформацію та маніпулятивний контент;
  - уміння ставити питання, проводити паралелі, аналізувати передумови та причинно-наслідкові зв'язки;
  - розуміння загроз, які можуть становити популярні месенджери, та вміння ними користуватися.

– **Цифрова грамотність. Використання правил цифрової гігієни в повсякденному житті**

  - здатність захищати персональні дані й приватність;
  - розуміння того, як алгоритми соціальних мереж та налаштування браузерів можуть впливати на підбірку інформації, яку споживає людина;
  - уміння розрізняти безпечні медіасервіси та середовища;

29 Концепція медіаосвіти; Медіаосвіта соціальних педагогів: навчально-методичний посібник/ Автори-укладачі: Г. Я. Майборода, М. М. Матвійчук. Черкаси: ФОП Гордієнко Є.І., 2014. 90 с.

30 Старегія з розвитку медіаграмотності на період до 2026 року. URL: https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2024/06/the-strategy-of-the-ministry-of-culture-and-information-policy-of-ukraine-for-media-literacy-development-until-2026.pdf?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTAAAR2CNogZkNRrnHF_rfMulhq2O21yluKRuF7-fLbl9zP7pclULMyFLCpZBFQ_aem_ZmFrZWR1bW15MTZieXRlcw

- уміння захистити себе від шахрайств і зловживань в інтернеті;
- розуміння роботи штучного інтелекту, можливостей та загроз, які він становить;
- уміння застосовувати цифрові технології для участі в житті суспільства;
- застосування цифрового етикету під час користування медіасервісами.

– **Відповідальне створення та поширення особистого контенту**

- розуміння та повага до авторських прав;
- розуміння та протидія мові ворожнечі та соціальним стереотипам;
- уміння створювати якісний контент з використанням цифрових технологій;
- уміння висловлювати особисту думку, зокрема в соцмережах;
- використання можливостей онлайн-навчання.

Розділ 5
ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ розуміння суті медіакомпетентності

Пропонуємо декілька вправ, які дозволять здобувачам освіти на практиці усвідомити, якою має бути медіакомпетентна особистість.

Вправа 1. «Портрет медіакомпетентної людини»

Виходячи зі змісту понять «компетентність» та «медіакомпетентність», необхідно створити візуалізований портрет, який повинен містити 5 ключових знань, умінь та особистих якостей (цінностей) медіакомпетентної людини.

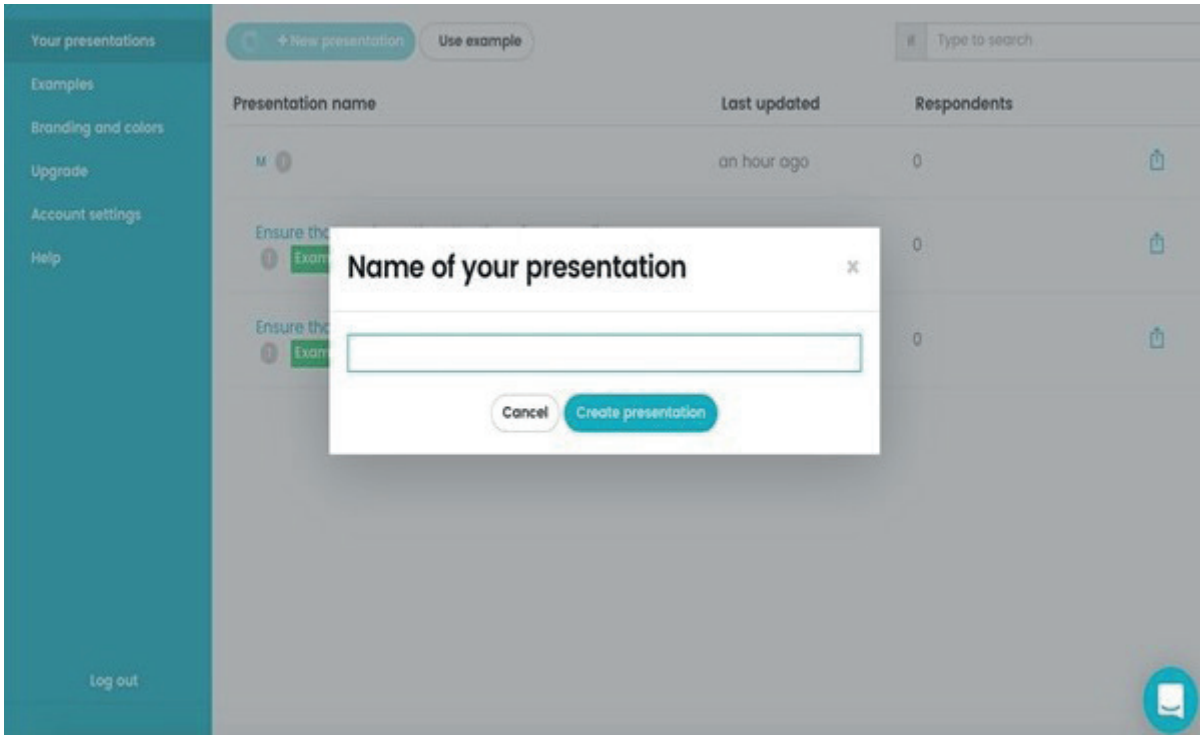
Вправа 2. Створення спільної комунікації на www.mentimeter.com

Створити на смартфонах (комп'ютерах) разом з дітьми комунікацію та спільного обговорити створену хмару слів. Для цього потрібно:

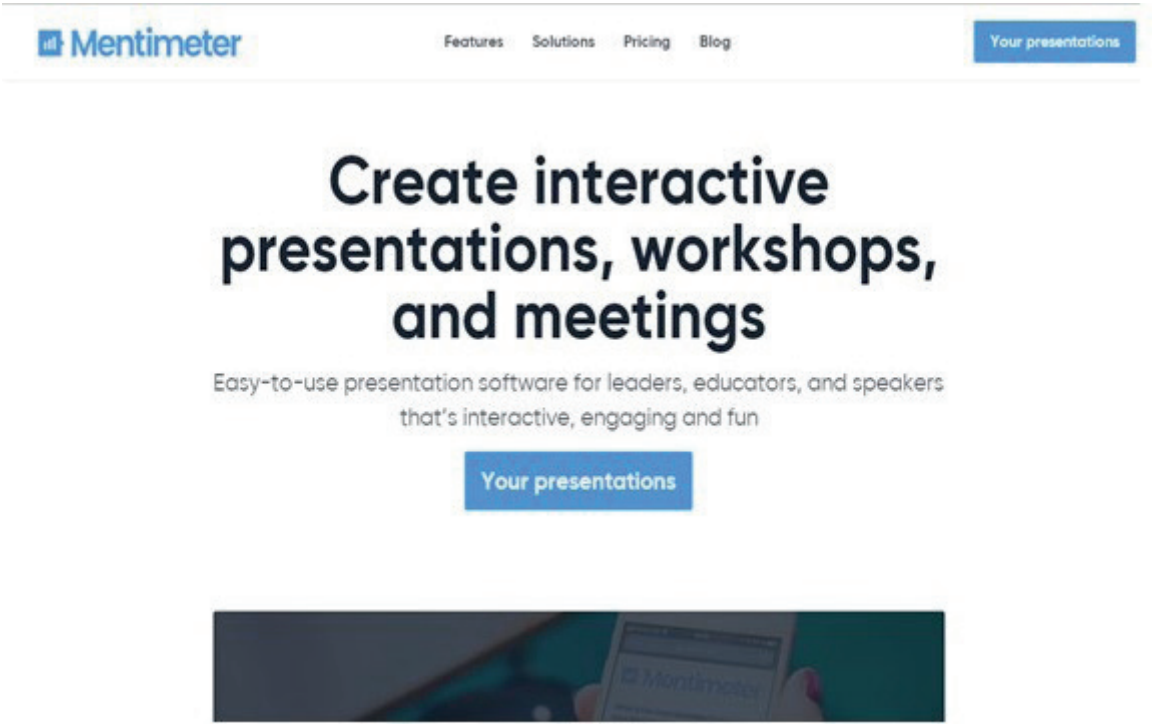
1. Зареєструватися на безкоштовному сервісі www.mentimeter.com.
2. Створити власну презентацію, поставити питання для аналізу, визначити кількість варіантів відповіді. Наприклад, «Медіакомпетентність — це …» та запропонувати учасникам комунікації занести в смартфони 3 поняття, що, на їхню думку, найповніше розкривають суть цього поняття.
3. Кожній створеній комунікації присвоюється індивідуальний код, який учасники комунікації вводять, зайшовши на сайт www.menti.com без попередньої реєстрації.

Увівши код, учасники на власних екранах побачать наше питання та кількість можливих відповідей, які заповнять на власний розсуд.

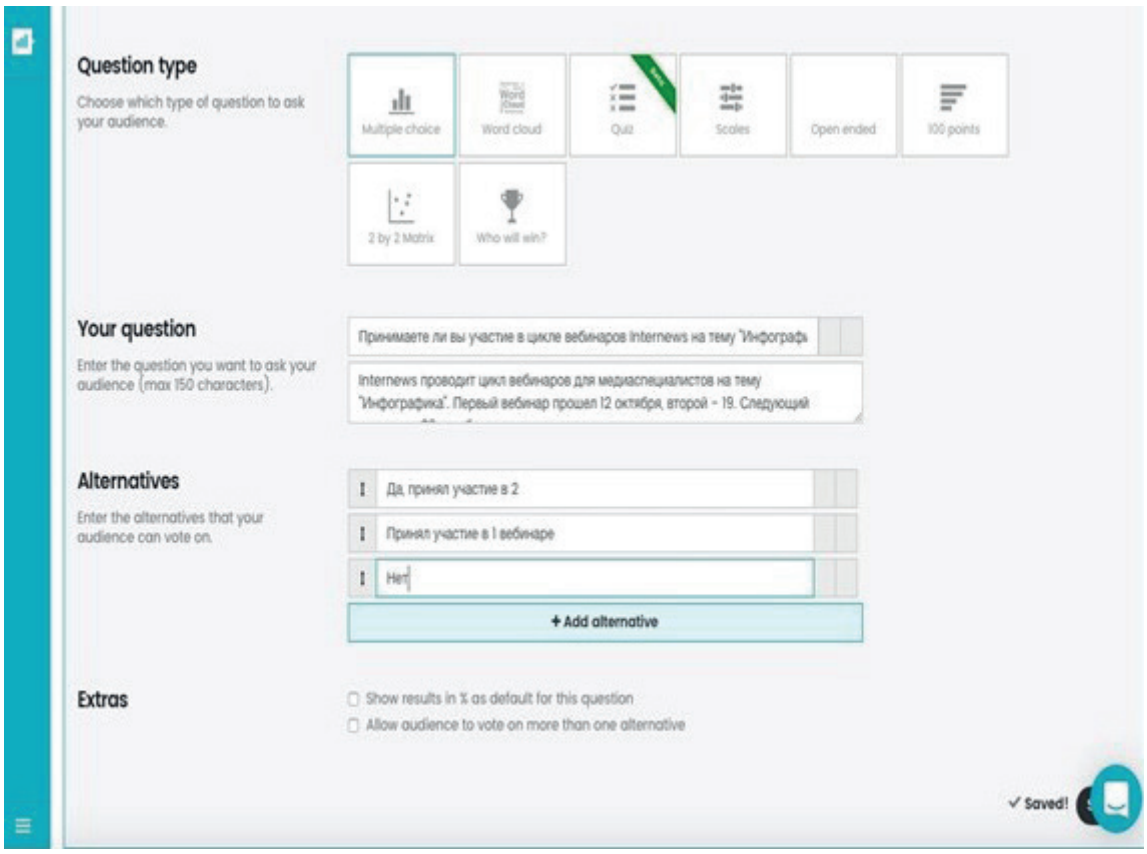
Для створення власної цифрової комунікації пропонуємо переглянути малюнки з покроковою інструкцією.



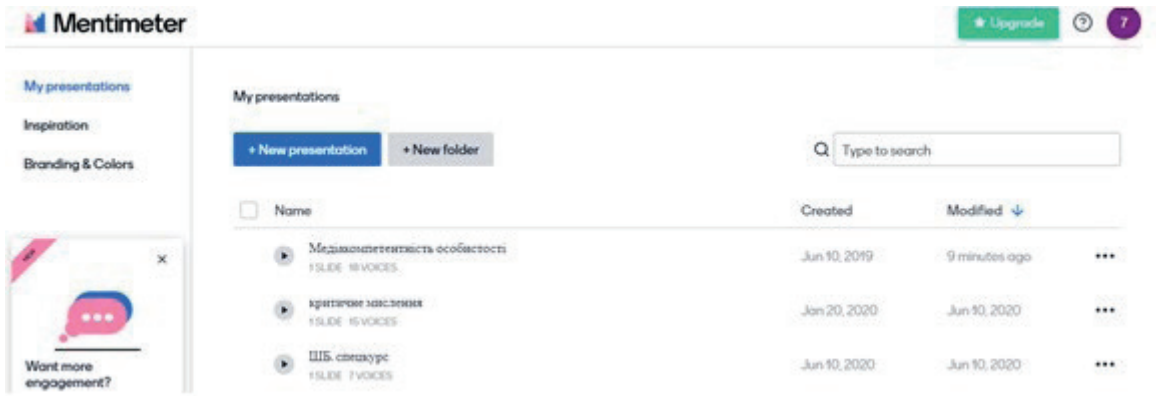
Крок 1 — Реєстрація на ресурсі www.mentimeter.com, перехід до вкладки «Мої презентації»



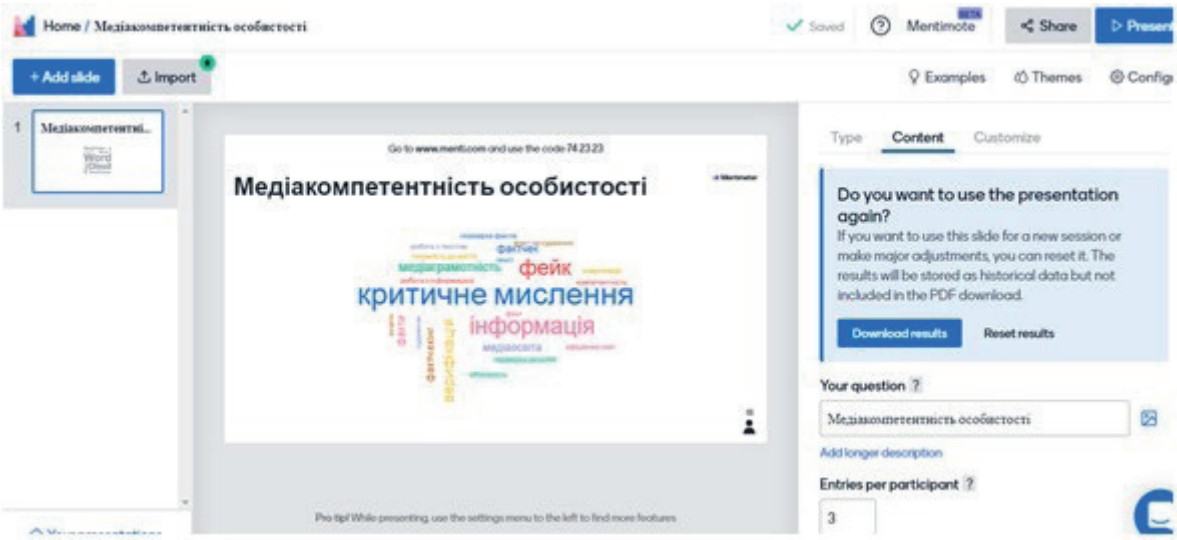
Крок 2 — Створюємо назву презентації



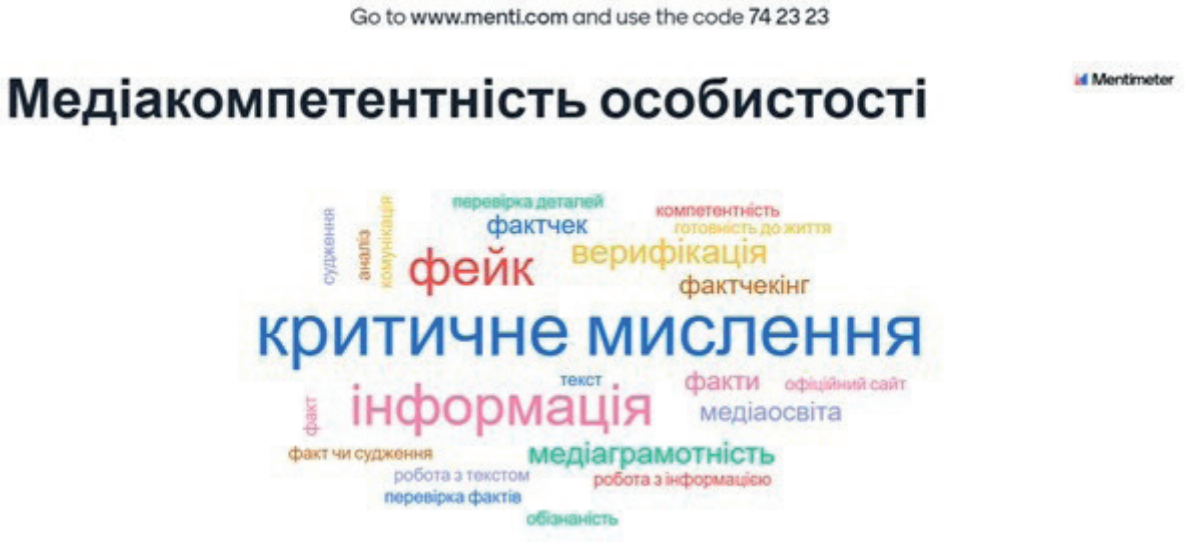
Крок 3 — Вибір візуалізації питання, фіксація питання



Крок 4 — Створені комунікації / опитування зберігаються в особистому кабінеті



Керування результатами



Приклад створеної комунікації (брали участь 18 осіб)

Вправа 3. Метод «Летючі плакати»

Цей метод сприяє генерації нових ідей, обміну думками та розвитку критичного мислення.

Учасники об'єднуються будь-яким чином у 3 підгрупи, кожна з яких отримає ватман, маркер певного кольору та одне з питань:

1. Як я можу розвивати власну медіакомпетентність?
2. Як школа може розвивати медіакомпетентність учнів?
3. Як можна розвивати медіакомпетентність особистості в суспільстві?

На плакатах у трьох групах генеруються відповіді на одне з отриманих питань, далі плакати по колу передаються для доповнення іншими учасниками. Наприкінці вправи кожна група отримує власний плакат та колективно аналізує варіанти відповідей, виокремлюючи найголовніші.

Таким чином, людина, яка є медіакомпетентною, «розуміє природу інформації і роль медіа в її розповсюджені, усвідомлює, що знаходиться під постійним інформаційним тиском; має навички критичного мислення та аналізу медіаповідомлень; відрізняє думки та оцінки від фактів; здатна захищати себе від маніпуляцій; уміє створювати власний медійний контент»[31].

31 Горбачов Сергій PROMETHEUS. «Критичне мислення для освітян» Розділ «Медіаграмотність», 2017. URL: https://courses.prometheus.org.ua/assets/courseware/23b3c2511591b71c5bd90405399da416/asset-v1:CZ+CTFT101+2017_T3+type@asset+block/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F_25_%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D1%82.pdf

Розділ 6
КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ як інструмент формування медіаінформаційної грамотності

У сучасному світовому освітньому просторі актуальним є поняття «критичне мислення». У багатьох країнах світу першочерговим було визнане завдання щодо опанування навичок критичного мислення. Наприклад, у США 2010 року Департамент освіти наголосив, що незалежно від того, про який предмет ідеться, до всіх підрозділів шкільної програми мають бути внесені такі навички, як критичне мислення, здатність розв'язувати комплексні завдання, співпраця та мультимедійна комунікація, що є необхідними кожній людині XXI століття. В Україні підтвердженням цьому є прийняття Концепції «Нова українська школа» (2016), де термін «критичне мислення» трапляється на кожному кроці, бо це нові вимоги часу, при чому мислення розглядається як пізнавальний процес особистості.

Критичність сприйняття інформації знижується мозаїчністю її подання, комбінованим впливом аудіального та візуального каналів, оперативністю інформації та яскраво вираженим «ефектом присутності». Ці специфічні характеристики медіапродуктів підвищують їх маніпулятивні можливості.

Розвинуте критичне мислення — обов'язковий компонент медіакомпетентності / медіаграмотності сучасної людини. Критичне творче мислення щодо системи медіа й медіатекстів — складний рефлексивний процес мислення, який містить асоціативне сприйняття, синтез, аналіз та оцінку механізмів функціонування медіа в соціумі й медіатекстів (інформації / повідомлень), у поєднанні з аудіовізуальною уявою, віртуальним експериментуванням, логічним і інтуїтивним прогнозуванням у медійній сфері. До того ж розвиток критичного мислення — не підсумкова мета медіаосвіти, а його постійний компонент, тому найбільш ефективною профілактикою психологічної залежності та контролю свідомості з боку масмедіа є розвиток саме критичного мислення та рефлексії.

> ***Критичне мислення*** — один з видів інтелектуальної діяльності людини, що характеризується високим рівнем сприйняття, розуміння, об'єктивності підходу до інформаційного поля, що оточує.

Отже, розвивати критичне мислення треба разом з іншими пізнавальними процесами особистості, а саме: сприйняттям, увагою, пам'яттю, уявою.

7 послідовних кроків до розвитку критичного мислення

1. Відсутність усвідомлення «недорозвиненості» свого мислення.
2. Усвідомлення проблеми зі своїм мисленням.
3. Удосконалення без регулярної практики.
4. Визнання необхідності регулярної практики.
5. Зростання в процесі своєї регулярної практики.
6. Майстер мислення — усвідомлене і проникливе мислення стає візитівкою людини.

> ***Критичне мислення або критичний аналіз*** — набір усвідомлених дій і навичок, завдяки яким ми можемо оцінювати чиюсь або свою інформацію на предмет того, чи вона достовірна, чи маніпулятивна, має стати основним методом формування медіаграмотності.

Зверніть увагу на те, чим критичне мислення відрізняється від звичайного (табл. 6).

Таблиця 6

Порівняння ознак критичного та звичайного мислення

Критичне мислення	Звичайне мислення
Оцінне судження	Необґрунтоване припущення
Виважене судження	Надання переваги
Класифікація	Групування
Допущення	Вірування
Логічне формулювання висновків	Формулювання
Розуміння принципів	Об'єднання понять за асоціаціями
Побудова гіпотези	Припущення (без достатніх основ)
Пропозиція міркувань з аргументами	Пропозиція міркувань без аргументів
Формулювання суджень на основі критеріїв	Формулювання суджень без опори на критерії

Водночас на відміну від звичайного (побутового, повсякденного) мислення, критичне мислення замінює невиразність, неточність і невизначеність суджень ясністю, точністю й конкретністю вираження думок.

Американський дослідник, професор Дж. Клустер визначив 5 характеристик критичного мислення.

ХАРАКТЕРИСТИКИ критичного мислення

1) критичне мислення є мисленням самостійним;
2) інформація є відправним, але аж ніяк не кінцевим пунктом критичного мислення;
3) критичне мислення починається з постановки запитань і з'ясування проблем, які потрібно розв'язувати;
4) критичне мислення прагне до переконливої аргументації;
5) критичне мислення є мисленням соціальним.

Ми живемо в епоху, коли інформація стала дуже важливим чинником нашого життя. «Коли ми говоримо про розвинене критичне мислення, то маємо на увазі людину, яка вміє будь-яку інформацію розглядати з різних сторін»[32].

Критично мислити означає:

- робити судження (судити, а не осуджувати), давати оцінку;
- розрізняти факти та думки (судження);
- оцінювати надійність та достовірність джерела інформації/ ситуації;
- ознайомлення з усіма можливими точками зору шляхом читання.

МЕТА критичного мислення — навчити дитину:

- використовувати метод дослідження в навчанні;
- ставити собі питання;
- шукати на них відповіді;
- намагатись, щоб інші дізналися про те, що нового відкрила для себе.

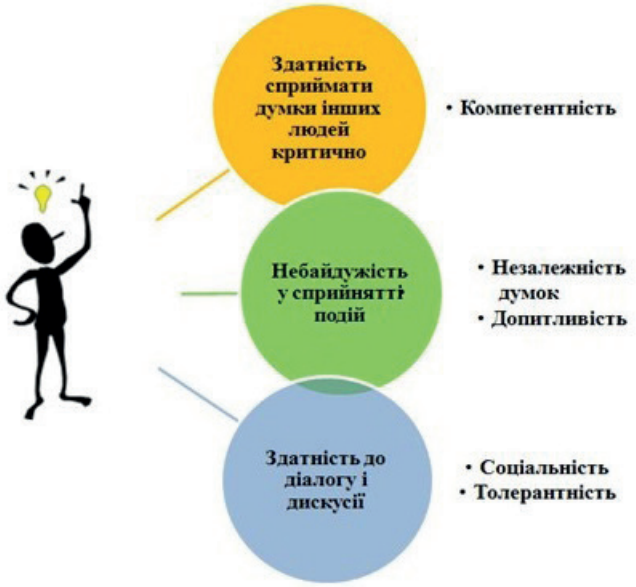
Проте дитина не в змозі самостійно одразу розібратися в усьому потоці медіаінформації, навчитися критично мислити стосовно медіатекстів. Їй треба навчитися працювати з інформацією для того, щоби бути захищеною від маніпуляції. Єдиний захист від них — критичне мислення.

Критичне мислення будується на законах і правилах логіки, риторики, теорії та практики аргументації, наукової епістемології.

32 Автор посібника з критичного мислення про нові інструменти у навчанні (інтерв'ю «Українській правді», 10 січня, 2017 р.). URL: http://www.criticalthinking.expert/usi-materialy/avtor-posibnyka-z-krytychnogo-myslennya-pro-novi-instrumenty-u-navchanni-interv-yu-ukrayinskij-pravdi/?_utl_t=fb.

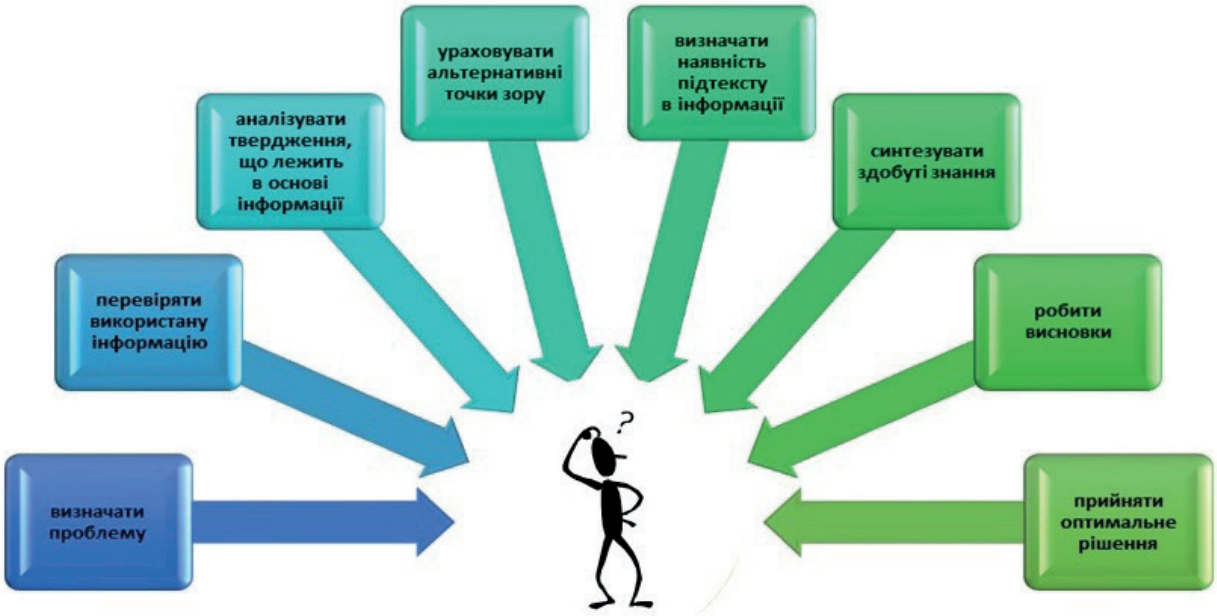
Серед характерних ознак критичного мислення можемо виділити: пошукову спрямованість і незалежність мислення, опір до навіювання думок, критичне ставлення до себе та вміння брати участь у діалоговій взаємодії.

Ознаки людини, яка мислить критично



Джерело: http://metodichka.at.ua/publ/teorija_metodika_tekhnologiji/interaktivni_tekhnologiji_navchannja/metodi_formuvannja_ta_rozvitku_kritichnogo_mislennja/2-1-0-1

Людина, яка мислить критично, уміє:



Слід пам'ятати, що **критичне мислення** завжди **діалогічне,** передбачає дискусії передовсім між тими, хто навчається. У процесі обговорення висуваються критерії мислення, ідентифікуються й обговорюються життєві контексти.

Потенційно **позитивні результати розвитку критичної медіаграмотності / медіакомпетентності** містять:

- добру інформованість у питанні медійних трактувань;
- знання впливу щоденних особистих контактів з медіа на спосіб життя, відносини й цінності;
- застосування ключових концепцій медіаосвіти для інтерпретації / аналізу медіатекстів, щоб досягти глибини їхнього розуміння;
- знання про проблеми власності й урядового регулювання в медійному світі;
- розгляд ролі медіа в індивідуальному прийнятті рішень;
- аналіз впливів медіа на певні рішення або поведінку, на покупку товарів споживачем, на політичних кандидатів, вибір дій[33].

Для будь-якої роботи з інформацією слід набути певних навичок.

Це все — навички НЕ простого запам'ятовування інформації, а опрацювання її.

Навички, необхідні для роботи з інформацією

- виділити головне,
- переказати іншими словами,
- навести приклад,
- розділити на частини, порівняти, знайти спільне і відмінне тощо.

Завдяки використанню критичного мислення в процесі роботи з будь-яким медіатекстом у людини зокрема формуються та вдосконалюються різноманітні дослідницькі навички.

Можна визначити етапи розвитку критичного мислення аудиторії щодо медіа й медіатекстів.

Етапи розвитку критичного мислення аудиторії щодо медіа й медіатекстів

- активізація пізнавальної діяльності щодо медіа й медіатекстів різних видів і жанрів;
- отримання первинних знань про медіакультуру й про процес критичного мислення;
- постановка питань і з'ясування проблем (філософських, соціальних, культурологічних, етичних, естетичних, гендерних, прогностичних та ін.), пов'язаних з функціонуванням у соціумі того чи іншого виду медіа та / або медіатексту;
- розгляд аргументів і контраргументів, тверджень, доводів, доказів, дискусія щодо процесу функціонування в соціумі того чи іншого виду медіа та / або змісту медіатексту;
- пошук аналогій, асоціацій, системності, типології у сфері медіа та / або медіатекстів;
- формулювання оціночних суджень щодо процесу функціонування в соціумі того чи іншого виду медіа та / або змісту медіатексту.

33 Semali L.M. Literacy in Multimedia America. New York. London: Falmer Press, 2000. 243 p. P. 123.

З кожним з перелічених вище етапів можна співвіднести відповідні вміння, що сприяють ефективному розвитку критичного мислення.

Наприклад, уміння:

- знаходити ті чи інші медіатексти;
- ставити запитання й визначати проблеми, пов'язані з процесом функціонування в соціумі того чи іншого виду медіа та/або зі змістом медіатексту;
- переосмислювати й застосовувати на практиці знання, отримані про медіакультуру й про процес критичного мислення;
- аргументовано, асоціативно, логічно аналізувати й оцінювати процес функціонування в соціумі того чи іншого виду медіа та / або зміст медіатексту, робити висновки й узагальнення.

Алан Кроуфорд, Е. Венди Саул, Самуел Метьюз, Джеймс Макінстер[34], наголошують на тому, що «особливостями навчального процесу в межах будь-якого предмета, побудованого на засадах критичного мислення, є такі:

- у навчання включаються завдання, розв'язання яких потребує мислення вищого рівня;
- навчальний процес обов'язково організований як дослідження учнями певної теми, яке виконується шляхом інтерактивної взаємодії між ними;
- результатом навчання є не засвоєння фактів чи чужих думок, а вироблення власних суджень через застосування до інформації певних прийомів мислення. Це дозволяє учням зрозуміти тонку взаємодію встановлених критеріїв та їхньої модифікації, що її може потребувати контекст;
- викладання (діяльність учителя) у цьому процесі є стратегією постійної оцінки результатів з використанням зворотного зв'язку «учні — учитель» на основі дослідницької активності вчителя / вчительки в класі;
- критичне мислення потребує від учнів достатніх навичок оперування доводами та формулювання умовиводів. Сюди ж відноситься і здатність сприймати схеми та графіки в розв'язанні актуальних питань, знаходити та інтерпретувати оригінальні документи й джерела інформації, а також аналізувати аргументи та обґрунтовувати висновки надійними доводами;
- відповідальність вимагає, щоб учні були вмотивовані обговорювати проблеми, а не намагались уникнути їхнього розв'язання. Вони мають працювати всі разом, щоб досягти спільного консенсусу, навіть якщо це згода не погоджуватись» (така здатність до спільної праці є найважливішою умовою критичного мислення, оскільки вона підтримує діалог, спільну мету та взаємне вивчення цінностей).

Як засвідчує досвід, найбільш успішними є заняття, на яких учнів заохочують думати самостійно і критично мислити.

Розглядаючи уроки, побудовані на засадах критичного мислення, А. Кроуфорд, Е. В. Саул, С. Метьюз, Д. Макінстер виділили три фази, що притаманні будь-якому уроку та відповідають тим компонентам навчання, які виокремили Ж. Піаже і його послідовники, а саме: фазу актуалізації, фази побудови знань (основна частина уроку), фази консолідації (рефлексії)[35].

34 Технології розвитку критичного мислення учнів / Адаптований переклад з анг. / Алан Кроуфорд, Е. Венди Саул, Самуел Метьюз, Джеймс Макінстер; за заг. ред. Олени Пометун. 2006. 304 с.

35 Технології розвитку критичного мислення учнів / Адаптований переклад з анг. Алан Кроуфорд, Е. Венди Саул, Самуел Метьюз, Джеймс Макінстер; за заг. ред. Олени Пометун. 2006. 304 с.

Фази навчання критичного мислення на уроках

«Критичне мислення дозволяє нам обмірковувати власні думки й причини появи тієї чи іншої точки зору. Це означає, що ми обдумуємо те, яким чином приходимо до наших власних рішень або розв'язуємо завдання, проблеми, а також, що наші думки свідомо спрямовані на певну мету. Такі міркування та ідеї ґрунтуються не на наших упередженнях або забобонах, а на логіці, надійній і достовірній інформації, яка збирається з багатьох джерел»[36] завдяки дослідженню проблеми.

Завдяки використанню критичного мислення в процесі роботи з будь-яким медіатекстом у людини формуються та вдосконалюються різноманітні дослідницькі навички.

Критичне мислення — це важливий інструмент для підриву позицій будь-яких спроб маніпулятивної експлуатації людської психіки. Людина з тих чи інших причин вводить себе й навколишніх в оману, виконуючи роль маніпулятора.

> ***Критичне мислення в порівнянні з системою медіа й медіатекстів*** — складний рефлексивний процес мислення, який містить асоціативне сприйняття, синтез, аналіз та оцінку механізмів функціонування медіа в соціумі та медіатекстів (інформації/ повідомлень), які надходять до людини через засоби масової комунікації.

36 Там же.

Дослідницькі навички, які застосовуються в процесі критичного мислення

ВИЗНАЧАТИ →	демонструвати або доводити існування об'єкту, розпізнавати його
СПОСТЕРІГАТИ →	помічати ознаки й властивості об'єкту
ОПИСУВАТИ →	з'ясовувати, як виглядає об'єкт
АСОЦІЮВАТИ →	встановлювати зв'язок між об'єктами та порівнювати їх за їхньою взаємодією
ПОРІВНЮВАТИ →	визначати подібності й відмінності між об'єктами, оцінювати об'єкти
ПРОГНОЗУВАТИ →	робити припущення щодо майбутнього
УЗАГАЛЬНЮВАТИ →	підсумовувати, робити висновки на основі наявних відомостей
ЗАСТОСОВУВАТИ →	використовувати критичне мислення з практичною користю

Джерело: http://www.aup.com.ua/uploads/Zbirnyk_8_konf_2020.pdf

При цьому розвиток ***критичного мислення — НЕ підсумкова мета медіаосвіти, а його постійний компонент***.

Для формування навичок критичного мислення використовують різноманітні джерела інформації: документи, фотографії, твори мистецтва та медіатексти.

Автори посібника «Батьки, діти та медіа: путівник із батьківського посередництва»[37] наводять декілька простих правил критичного мислення:

Правила критичного мислення

- уникати стереотипів та упереджень;
- бути терпимим, утримуватися від непослідовності / небажання чітко відстежувати інформацію;
- ставити запитання та перевіряти інформацію,її джерела;
- визнавати свої помилки.

37 Батьки, діти та медіа: путівник із батьківського посередництва / О. Волошенюк, О. Мокрогуз; за ред. В. Іванова, О. Волошенюк. К. : ЦВП, АУП, 2017. 79 с.

Серед навичок людини, яка вміє критично мислити, можна виділи декілька.

Навички людини, яка вміє критично мислити

- Слухати та спостерігати.
- Аналізувати інформацію (прочитану, побачену, почуту).
- З'ясовувати суть проблеми та її першопричини, а не лише наслідків.
- Усвідомлено відрізняти факти від припущень і поглядів.
- Перевіряти достовірність і відповідність аргументів, а також інформацію, на яких вони ґрунтуються.
- Висувати зрозумілі, точні й обґрунтовані аргументи.
- Виявляти маніпуляцію та пропаганду, розуміти прихований сенс повідомлень.
- Усвідомлювати, що завжди є більше, ніж один погляд на одне й те ж саме.

Саме навички критичного мислення в роботі з медіатекстами є сьогодні дуже важливими, оскільки сучасні масмедіа відіграють вагому роль у житті сучасного суспільстві та володіють потужним освітньо-виховним потенціалом, а медіакомпетентність сприяє розвитку критичної позиції учнів, коли вони сприймають медіатексти або розмірковують про них.

Критичний аналіз медіатексту

передбачає розумовий процес виявлення властивостей і характеристик медіапродукту в цілому, його складових частин і елементів у контексті особистої, соціокультурної та авторської позиції, що передбачає повноцінне сприйняття медіатексту; уміння групувати факти, властивості та явища, класифікувати їх, розкривати істотні сторони досліджуваного медіапродукту, його внутрішню структуру.

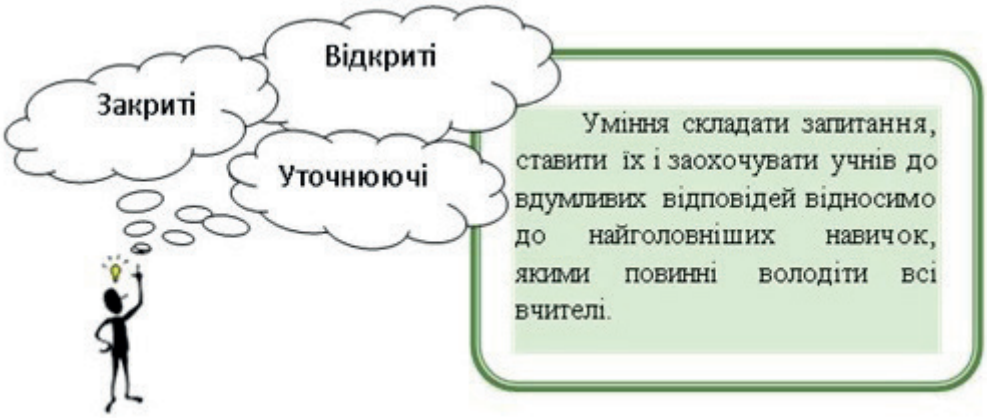
Методична модель пізнавального процесу в контексті технології критичного мислення складається з *трьох стадій*:

- Виклик (учні демонструють первинні знання, особистий досвід).
- Осмислення (безпосередня робота з інформацією).
- Роздуми (рефлексія).

Критичному аналізу медійних образів в аудіовізуальних медіа (мультфільмах, кіно, відеокліпах), інформації в телевізійних новинах, друкованих та інтернет-медіа необхідно починати вчити учнів з аналізу образів персонажів фольклорних і літературних творів, з того, як за допомогою засобів літератури створюються художні образи.

Щоб вдосконалити практику критичного сприйняття потрібно ретельно дослідити власне початкове уявлення про медіатексти; залучати під час критичного аналізу власне сприйняття ситуації описаної або прихованої в аналізованому тексті; відділяти правду від напівправди, факти від вигадки, об'єктивність від упередженості.

Запитання для розвитку критичного мислення



Коли ми працюємо з інформацією (шукаємо її та обговорюємо), то варто ставити собі запитання, які дозволять з різних боків більш детально її опрацювати.

Варто не переставати сумніватися й ставити запитання: *Хто…? Що…? Де…? Коли…? Як звати…? Чи було…? Дайте три пояснення, чому…? Поясніть, чому…? Як ви гадаєте, чому…? У чому різниця…? Припустить, що буде, якщо…? Чи згодні ви…? Чи правильно, що…?* тощо.

О. Пометун подає таку характеристику шести типів запитань[38].

1. ***Знаннєві*** (прості) запитання, відповідаючи на які, потрібно назвати якісь факти, згадати та відтворити певну інформацію: *«Що?», «Коли?», «Де?», «Як?»*.
2. ***Уточнювальні запитання*** (на розуміння), що зазвичай починаються зі слів: *«Тобто ти кажеш, що…?», «Якщо я правильно зрозумів, то…?», «Я можу помилятися, але, по-моєму, ви сказали про…?»* і надають учневі можливості для зворотного зв'язку стосовно того, що було щойно сказано вчителем (або написано в тексті). Іноді їх ставлять з метою перевірки сприйняття учнями інформації, яка є в повідомленні.
3. ***Практичні запитання***, що спрямовані на встановлення взаємозв'язку між теорією і практикою: *«Як можна застосувати…?», «Що можна зробити з…?», «Де ви у звичайному житті можете спостерігати…?», «Як би ви були на місці героя оповідання…?»*.
4. ***Інтерпретаційні (синтезуючі) запитання***, як правило, починаються зі слова *«чому?»* і спрямовані на встановлення причинно-наслідкових зв'язків. Наприклад, *«Чому листя на деревах восени жовтіє?»*. Якщо відповідь на це запитання відома, воно з інтерпретаційного «перетворюється» на знаннєве. Цей тип питання спрацьовує в разі, якщо у відповіді є елемент самостійності.
5. ***Оціночні запитання*** спрямовані на з'ясування критеріїв оцінки тих чи інших подій, явищ, фактів: *«Чому це добре, а це погано?», «Чим один урок відрізняється від іншого?», «Як ви ставитеся до вчинку головного героя?»* і т. ін.
6. ***Творчі запитання*** найчастіше містять частку *«б»*, елементи умовності, припущення, прогнозу: *«Що змінилося б…», «Що буде, якщо…?», «Як ви думаєте, як буде розвиватися сюжет в оповіданні після…?»*.

38 Пометун О. На урок з кубиком та квіткою (методи розвитку критичного мислення). URL: https://www.criticalthinking.expert/usi-materialy/chy-pidemo-na-urok-z-kubykom-ta-kvitkoyu-metody-rozvytku-krytychnogo-myslennya/

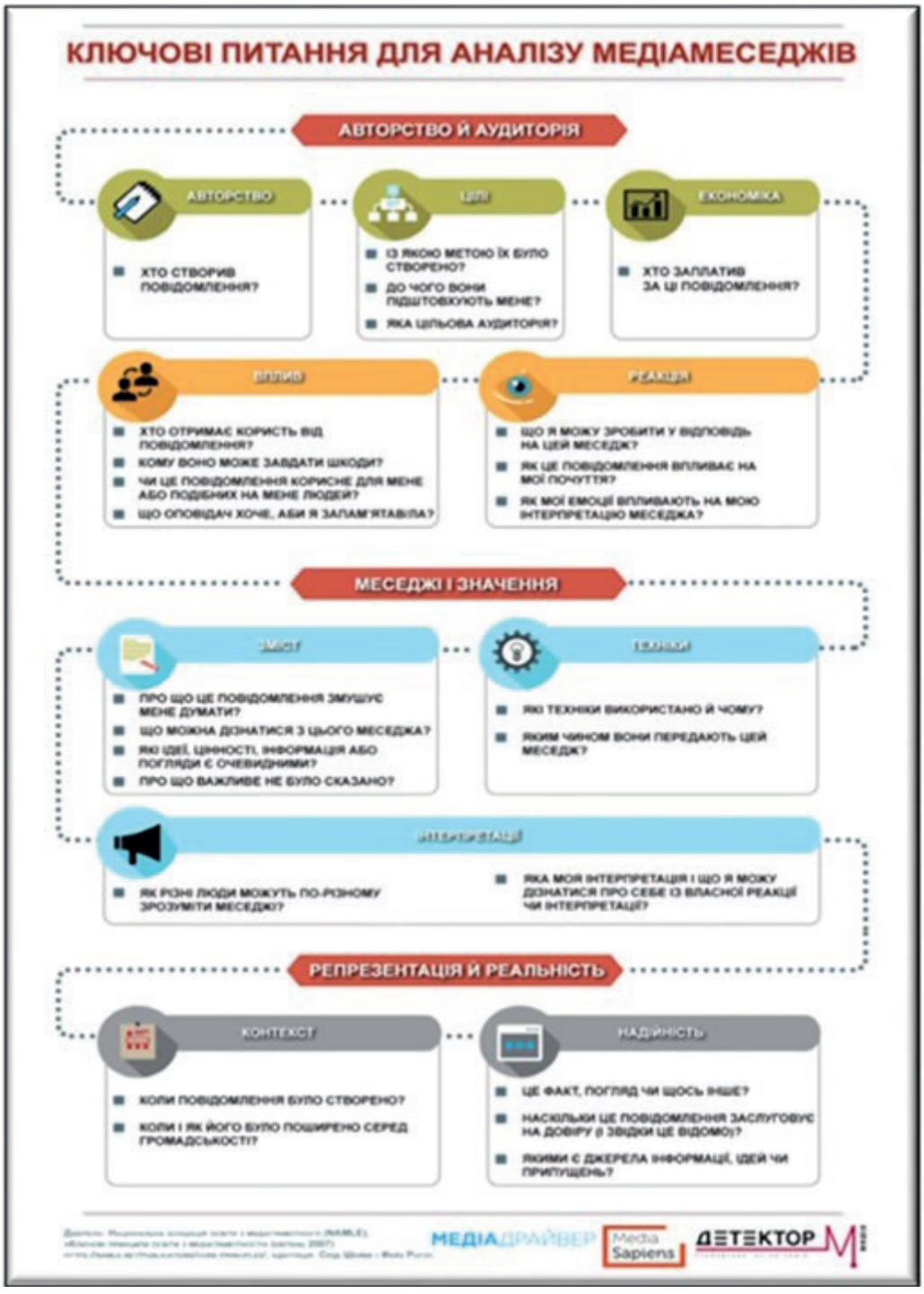
Радимо скористатися шпаргалкою для тренування навичок критичного мислення, що дозволять уникати маніпуляцій з боку медіа.

Джерело: https://lukyanenko.webnode.com.ua/news/kritichne-mislennya/

Отримавши інформацію, обов'язково критично зважте її та визначте для себе, що в ній справді варте довіри, а що слід поставити під сумнів.

Пропонуємо скористатися чеклистом (списком для перевірки), який допоможе критично оцінити інформацію й поставити для себе правильні запитання.

Алгоритм критичного мислення стосовно інформації, яку ми отримуємо з масмедіа



Джерело: http://mediadriver.online/manipuliatsiyi_ta_propahanda/yak-uberegtisya-vid-manipulyatsij/

У процесі уроку, на якому пропонуються завдання з розвитку критичного мислення, доцільно, аби вчитель / учителька надавав/ла частіше слово учням / ученицям, а сам/а говорив/ла якомога менше. Він/вона має бути провідником, стимулювати учнів / учениць до роздумів, уважно вислуховувати їхні міркування.

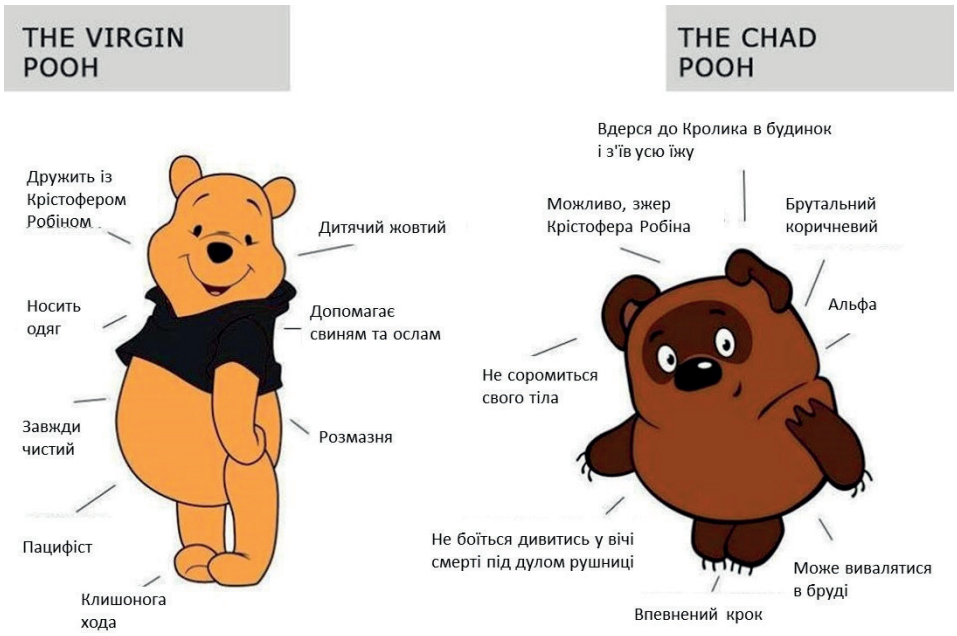
Під час вступної частини уроку учні / учениці мають опанувати декілька важливих способів пізнавальної діяльності або вдосконалити наявні вміння. Процес активного згадування того, що вони знають з теми, що опрацьовується, змушує їх аналізувати власні знання та уявлення.

Це дає змогу визначити рівень цих знань і долучити до них нові. Для того аби розв'язати це завдання, учитель має ставити навідні запитання, а також використовувати такі методи, як кластер, асоціативний кущ, мозковий штурм тощо.

Особливості освітнього процесу, побудованого на засадах критичного мислення

- у навчання включаються завдання, розв'язання яких потребує мислення вищого рівня;
- навчальний процес обов'язково організовується як дослідження учнями певної теми, що виконується шляхом інтерактивної взаємодії;
- результатом навчання є вироблення власних суджень через застосування певних прийомів мислення;
- викладання є оцінюванням результатів з використанням зворотного зв'язку «учні — учитель»;
- критичне мислення потребує навичок оперування доводами та формування умовиводами;
- відповідальність вимагає достатньої мотивації учнів до розв'язання певних проблем.

Наводимо приклад застосування критичного мислення для порівняльного аналізу анімаційних образів казкового ведмедика Вінні Пуха (інфографіка «Virgin Pooh VS Chad Пух»).



Джерело: http://joyreactor.cc/post/3372560

Критичне мислення необхідно сучасним учням/ученицям, щоб уникати маніпуляцій з боку масмедіа, не бути залежним від експертних оцінок, громадської думки, інтерпретацій тощо. Їм важливо не лише вміти «гуглити», а й оцінювати інформацію та ухвалювати правильні рішення.

Отже, критичне мислення — це здатність відрізняти «те, що здається» від знань, факти від суджень, а безпосереднє застосування критичного мислення сприятиме подоланню репродуктивного стилю навчання та переходу до нової освітньої парадигми, яка забезпечуватиме пізнавальну активність і самостійність мислення учнівства.

Розділ 7
МЕТОДИ ТА ПРИЙОМИ розвитку критичного мислення

Педагогічна практика пропонує послуговуватися різноманітними методами критичного мислення, що сприятимуть формуванню й розвитку у здобувачів освіти критичного сприйняття інформації, що є показником рівня медіаінформаційної грамотності людини.

Методи критичного мислення

- Інтерактивна система позначок для ефективного читання й мислення.
- «Знаю / хочу дізнатися / дізнався».
- Спрямоване читання/сприйняття.
- Схема передбачень.
- Переплутані логічні ланцюжки.
- Запитання до автора медіатексту.
- Аналіз медіатексту в мінігрупах.
- Робота з аудіовізуальним, візуальним, тестовим медіатекстом.
- Графічні організатори (діаграма Венна, концептуальна таблиця, Т-схема; кластер; карта концепції / інтелект-карта).
- Аналітичне узагальнення медіатексту.
- Синквейн як форма резюмування.
- Авторське крісло.
- Припущення на основі запропонованих кадрів фільму.
- «Шість капелюхів мислення» Едварда де Боно.

Пропонуємо згадати деякі методи та прийоми, спрямовані на розвиток критичного мислення.

Мотивація до навчання. Метод «Знаємо — Хочемо дізнатися — Дізналися»

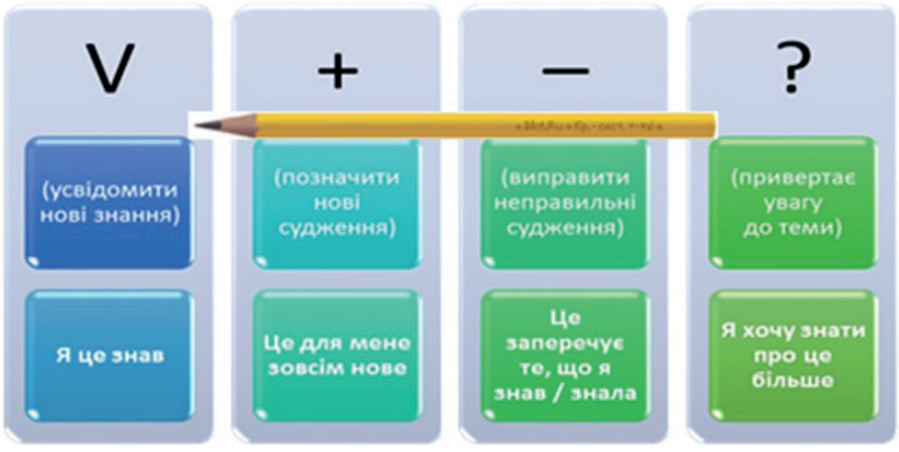
1. Одна з найпростіших вправ — **читання тексту та закінчення речення своїми словами**: «У цьому фрагменті тексту йдеться про те, що…».
2. Популярним *є методичний прийом* ***опорних слів*** або ***«телеграма тексту»***.

> ***«Телеграма тексту»***
>
> Передбачає надання відповідей на запитання: «Про що текст?», «Хто / Що робить?», «Це важливо чи ні?». У результаті «просіювання» інформації залишається тільки істотна інформація, а другорядна відходить (виходить така собі «телеграма тексту»). Таким чином, учні / учениці навчаються розуміти інформацію, відділяючи головне від другорядного.

3. Методичний прийом ***«Читання з маркуванням тексту»*** або ***коментоване читання*** (***інсерт*** — з англійської ***insert*** — «вставка, вклейка», «вставляти, вносити»).

Інсерт — це етап знайомства з новою інформацією.

Інсерт — це прийом такого маркування тексту, коли учні відповідними значками позначають те, шо відоме, що заперечує їхні уявлення, що є цікавим і несподіваним, а також те, про що хочеться дізнатися більш детально.



Інсерт

4. Методичний прийом ***«Читання із зупинками»***.

«Читання із зупинками»

Навчає учнів/учениць активно читати та слухати, звертати увагу на важливі слова, використовувати своє знання жанру чи теми, щоб знати, чого можна очікувати від тексту; а також навчає їх співпрацювати з іншими, вирішуючи проблему.

Передбачає надання відповідей на запитання:

- Оповідання, яке ми маємо прочитати, має таку назву. Як ви думаєте, чому саме так називається твір?
- Як ви думаєте, як будуть розгортатися події далі?
- Як ви думаєте, що зробить головний герой далі?

Підсумок: Чи очікували ви такого закінчення оповідання? Які почуття у вас викликало це оповідання? Як ви думаєте, чи можна було в цій ситуації вчинити інакше, не так, як головний герой? Чому?

5. Дуже ефективною є технологія Едварда де Боно ***«Шість капелюхів мислення»***.

6. Методичний прийом ***«Ромашка Блума»*** дозволяє навчити учнів / учениць усвідомленого та цілеспрямованого формулюванню запитань різного типу. Його доречно використати як у вступній частині уроку, коли діти формулюють запитання до нової теми, оголошеної вчителем / учителькою, а потім шукають на них відповіді, використовуючи матеріал підручника або інших джерел інформації, так і в основній частині уроку після першого знайомства з темою за підручником для осмислення нової інформації, її систематизації.

«Ромашка» складається з шести пелюсток, кожна з яких містить певний тип запитання: шість пелюсток — шість запитань (питання були схарактеризовані раніше):

Наводимо приклад використання прийому «Ромашка Блума» на уроці історії.

7. Окрім цього, дієвим методичним прийомом, який можна вважати похідним від таксономії Блума, є прийом ***ретро альтернативістики***. Учням / ученицям на основі вже набутих знань пропонують спрогнозувати інший варіант розвитку подій.

Наприклад, ми з власного життя знаємо, що у 2020 році світ охопив коронавірус. Це факт. Але учням / ученицям ставимо запитання на кшталт: А що було б, якби цієї пандемії в житті людства не було?

Інший приклад. Відстань з пункту **А** до пункту **В** велосипедист долає за певний час. А що було б, якби він змінив швидкість на дорозі, то відбулася би затримка руху тощо?

8. Методичний прийом ***«Сократівський діалог»***.

Прийом Сократа: «Для отримання позитивного рішення з важливого для вас питання поставте його на третє місце, вивівши на перші два прості для співрозмовника питання, на які він без труднощів відповість вам «так». Такі питання повинні бути короткими, щоб не втомлювати співрозмовника й не забирати в нього багато часу».

Сучасна методика пояснює техніку цього прийому через три рівноцінні частки:

Джерело: https://courses.prometheus.org.ua/

Приклад.

- Я глибоко переконаний/а, що найкращі та практичні автомобілі відрізняються дуже високою ціною на них. Можна, звичайно, придбати і якесь недороге авто, але навряд чи ця машина буде якісною та не додасть клопоту своєму власникові.
- Ти, безумовно, правий, мій друже. Автомобілі можуть бути дорогими і дешевими, хорошими й не дуже (ЗГОДА). Але не завжди дорогий автомобіль буде максимально практичним і підходитиме для наших доріг (СУМНІВ). Наприклад, деякі дорогі авто розраховані на якісніші дороги та не такий клімат, як у нас. Не на кожне дороге авто можна дістати запчастини в Україні, тому варто буде замовляти з-за кордону — а це час. Уявляєш, деякі по пів року чекають. Так що, іноді практичніше взяти машину дешевшу, проте в ній буде більше впевненості, а в разі поломки не буде проблем з купівлею запчастин у будь-якому автосалоні (АРГУМЕНТ). Я обов'язково проаналізую інформацію від виробника цього авто, а також поцікавлюсь думкою людей, які його вже придбали таке машину. Я обиратиму собі автомобіль не лише за ціною, а й за зручностями (ВИСНОВОК).

Може статися так, що після аргументації, співрозмовник може змінити свою точку зору, а може, і ні. Головне в навчанні — навчити учнів / учениць вести конструктивний і аргументований діалог.

9. Суть методичного прийому ***«Модель 6 W»*** полягає в послідовних запитаннях до партнера ***«Чому?»*** (англійською «Why?», звідси і назва прийому). Це логічно побудовані запитання на кожну репліку партнера/партнерки. Добір у такий спосіб запитань дозволить дізнатися більше за темою, ніж здавалося спочатку, а також стимулюватиме учнів до синтезу (дослідження предметів, явищ дійсності, медіатекстів у цілісності, єдності та взаємозв'язку їхніх частин).

Наприклад:

- Чому потрібно дотримуватися гігієни? / Щоб не хворіти.
- Чому важливо не хворіти? / Щоб бути здоровим.
- Чому важливо бути здоровим? / Щоб мати сили працювати та бути в доброму гуморі.
- Чому потрібні сили працювати й важливо бути в доброму гуморі? / Щоб заробляти гроші.
- Чому потрібні гроші? / Щоб дозволити собі гарний відпочинок.
- Чому потрібно мати гарний відпочинок? / Щоб бути здоровим і отримувати насолоду від життя.

10. Використовуючи методичний прийом ***«Знаю — хочу знати — дізнався»***, учитель/ка ставить учням / ученицям запитання для самостійного осмислення за обраною темою. Важливо, що методика цього прийому спирається на певні знання / досвід, які є в дитини.

Відповіді записуються кожним/ою учнем / ученицею в колонки **«Знаю»** і **«Хочу знати»** у таблицю. Остання колонка **«Дізнався»** може заповнюватися вже після наступного етапу — осмислення, або можна одразу влаштувати обговорення в парах / трійках / командах.

Колонка «Хочу знати» дає поштовх до подальшого пошуку нової інформації самостійно — до наступного заняття.

Наводимо перелік запитань, якими, на нашу думку, варто скористатися під час вивчення життєпису письменника на уроці літератури.

11. Методичний прийом ***«Синквейн»*** або ***«Сенкан»*** полягає в доборі різних характеристик певного явища чи предмета.

> ***Синквейн / сенкан*** (від французької «синквейн» або англійської «сенкан») — це «п'ятирядковий неримований віршований твір», в основі якого лежать японські віршовані мініатюри хайку й танка.

Структура синквейну / сенкану подана в табл. 7

Таблиця 7

Структура синквейну / сенкану

Рядок	Змістове наповнення рядка	Приклад
1 рядок	Один іменник, що називає явище, предмет, об'єкт.	Бетмен
2 рядок	Кілька прикметників (зазвичай два), які характеризують перший рядок.	Сильний і сміливий
3 рядок	Три дієслова / дієприкметники, які характеризують перший рядок.	Допомагає, рятує, бореться зі злом
4 рядок	Висловлювання не об'єктивного сприйняття теми, а суб'єктивного ставлення до неї.	Хочу бути схожим на нього
5 рядок	Один іменник, який є узагальненням, своєрідний підсумок попередні чотирьох рядків, що ілюструє суть теми, ніби закривши її та «зациклювавши» зміст тексту.	Герой

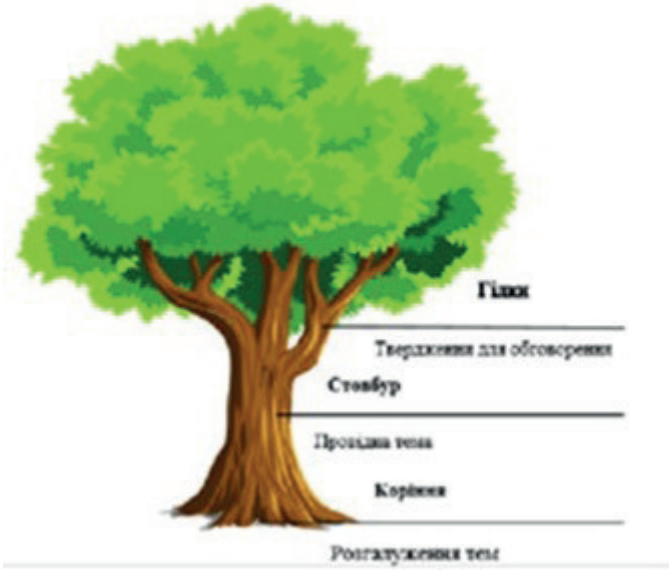
12. Методичний прийом ***«Дерево припущень»*** підходить для таких тем, що містять елемент прогнозування на випередження, або обговорень щодо розвитку якогось явища в майбутньому / абстрагування.

Учні/учениці озвучують свої ідеї та спільно створюють «дерево передбачень», де стовбур — ***задана тема***, гілки — ***передбачення*** (я думаю, що…; імовірно, що буде так…), а листя — ***аргументи на користь тверджень*** (див. приклад у табл. 8).

Таблиця 8

Приклад роботи з методичним прийомом «Дерево припущень»

Дерево припущень		
Приклад. Еріх Марія Ремарк «Три товариші».		
Стовбур дерева	Головна тема твору	Цінність життя (хоча у творі порушуються й інші теми — тема дружби й кохання, тема покоління, яке ввійшло в історію як «втрачене» та інші).
Гілки дерева	Запитання-передбачення	Як ставляться до життя головні герої? Чи міняється їхнє існування під тиском життєвих проблем? Які виклики стоять перед головними героями?
Листя дерева	Аргументи на користь тверджень	Тези-цитати з самого твору



Джерело: https://vseosvita.ua/library/kriticne-mislenna-ak-trend-v-osviti-160702.html

13. Метод ***словесних асоціацій або умовних зображень*** передбачає виконання завдання з асоціативними картками або іншими ілюстраціями, що мають цікаві непрості зображення або малюнки. Робота виконується в парах. Кожен учень / учениця отримує картку, яку не показує своєму партнеру, а описує зображення з певними умовами.

Наприклад, для опису зображення (тематичної картинки) можна використовувати лише іменники, або лише прикметники, або тільки дієслова.

Іншим варіантом опису можуть бути слова, що починаються на одну літеру, наприклад: сонце світить сяючим світанком. Другий учасник має поділитися асоціаціями, які в нього виникають під час прослуховування, та вгадати, що зображено на зображенні.

14. Метод ***«Асоціативний кущ»*** покликаний через асоціації зібрати інформацію в учасників щодо конкретного поняття чи явища. Його можна використовувати на етапі актуалізації та рефлексії.

На дошці / фліпчарті в центрі учитель/ка чи здобувач/ка освіти записує ключове слово чи фразу, а навколо ключового слова — будь-які слова чи фрази, які спадають учасникам на думку щодо цього поняття.

15. Під час використання методу критичного мислення ***«Думай, збирайся, ділись»*** спочатку учень/учениця записує свої ідеї, а потім обговорюють їх з напарником. Здобувачі освіти вчаться думати, а потім, перш ніж говорити, оформлювати свої думки в

письмовому форматі, після чого — вести конструктивний діалог з напарником, брати до уваги чужі думки та корегувати власні висновки на основі обговорення, виступати перед публікою, виголошуючи командне рішення. Процес виконання подано в табл. 9.

Таблиця 9

Процес роботи за методом критичного мислення «Думай, збирайся, ділись»

Процес виконання:	
1. Думай	Сформулюйте ключове чи дискусійне питання, що стосується теми уроку, виховної години чи будь-якого заходу. Попросіть учнів подумати над відповіддю та записати її в зошитах чи на листочках.
2. Збирайся	Попросіть школярів об'єднатися в пари. Це можуть бути сусіди по парті. Якщо комусь не вистачає пари, хай зберуться в групу з 3-х дітей. Повідомте, що учні в парі мають показати одне одному відповіді. Дайте 10 (чи менше) хвилин на обговорення. Зауважте, що вони можуть корегувати свої відповіді за результатами розмови.
3. Ділись	По завершенню обговорень, опитайте учнів. Попросіть розповісти про результати спілкування. Можете також поцікавитись у когось з пари, що саме сказав напарник. Таким чином можна перевірити, наскільки школярі гарні слухачі.

В. Потапова наводить приклади кількох цікавих вправ, спрямованих на формування й розвиток критичного мислення в дітей.

1. Вправа ***«Дошка запитань»***.

Крок 1. Педагог заздалегідь готує чарівний мішечок, який містить незвичайні предмети (дивного виду іграшки, електричні деталі, насіння, цікаві камінці незвичної форми, деталі від розібраної побутової техніки, інструменти тощо). Радимо скористатися своєю уявою.

Крок 2. Пропонує учням / ученицям, які об'єдналися в малі групи, вибрати з мішечка обрати предмет, написати або придумати йому назву.

Крок 3. Далі учні мають написати опис предмета й намалювати його.

Крок 4. Під малюнком діти повинні накреслити два стовпчики. В одному з них треба написати якомога більше питань щодо цього предмета. У другому — перерахувати способи, якими можна відшукати відповіді на ці питання.

2. Вправа ***«Аналіз візуальних джерел»***. Дуже важливо навчити аналізувати візуальні джерела, особливо, коли в зображеннях присутні ілюзії.

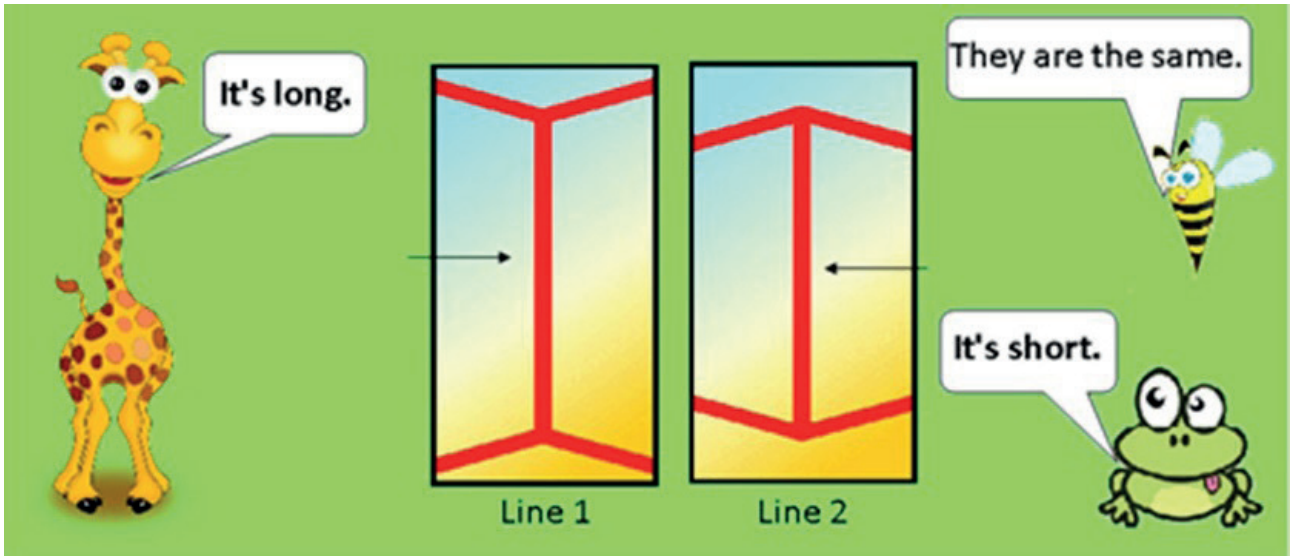
На звичайне питання, що ми бачимо на картині, кожен дасть свою відповідь.

Наприклад, хтось побачить череп, а хтось — жінку, яка сидить перед трюмо, її відображення в дзеркалі...

Або ми можемо спитати, хто зображений на малюнку, а потім уточнити, скільки тварин зображено?

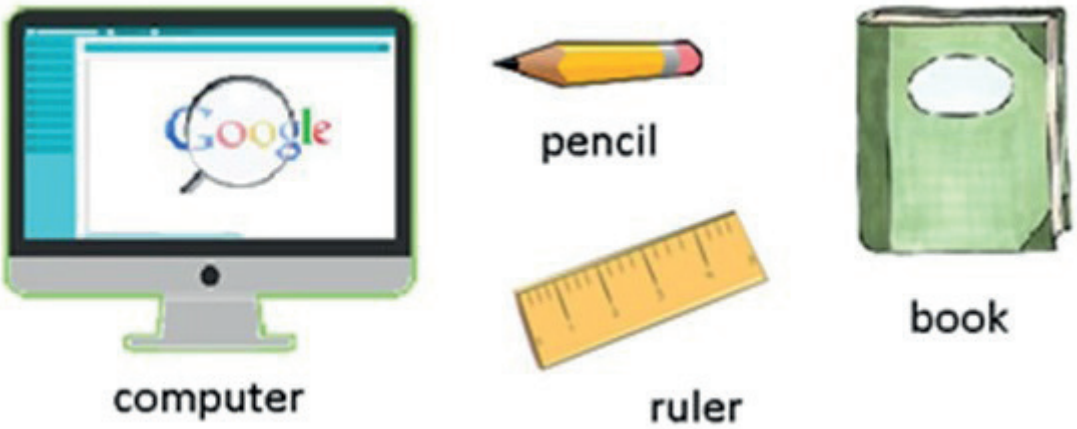
С. Крамаровська, учителька англійської мови та інформатики № 172 Харківської міської ради», пропонує для першокласників попрацювати з вправою «Перевіряємо інформацію», мета якої – розпізнавання та вибору джерела інформації, викривання ілюзій, спостереження, критичного оцінювання візуальної інформації.

Учитель/ка пропонує розглянути зображення (Look and say) та дати відповіді на питання: «Яку інформацію з цих зображень ти отримав?». Водночас педагог звертає увагу, що кожен персонаж на малюнку має власну думку, і просить назвати того персонажа, з ким учень/учениця погоджується. Учень / учениця має можливість проаналізувати статичне зображення; сформулювати особистісне ставлення до медіатексту.



Ключ відповіді: These lines are the exact same length / Ці лінії мають однакову довжину.

Після цього дітей спонукають поміркувати, як це можна перевірити й підтвердити переконливими фактами (доказами)? Далі вчитель/ка знову пропонує розглянути зображення (Look and say) та дати відповіді на питання: «Чим ти скористаєшся, щоб підтвердити свою думку?»



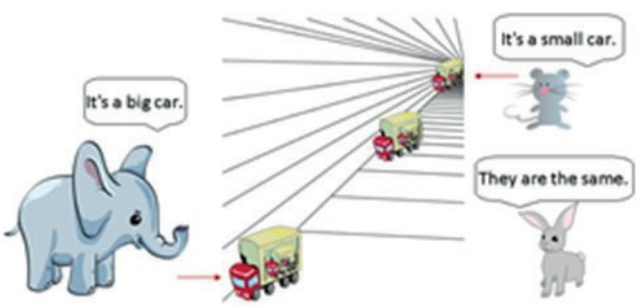
Висновок, якого мають дійти учні: ілюзії як наслідок недосконалості органів чуття властиві всім людям. Ми не завжди можемо довіряти тому, що бачимо. Інколи отриману інформацію слід перевірити.

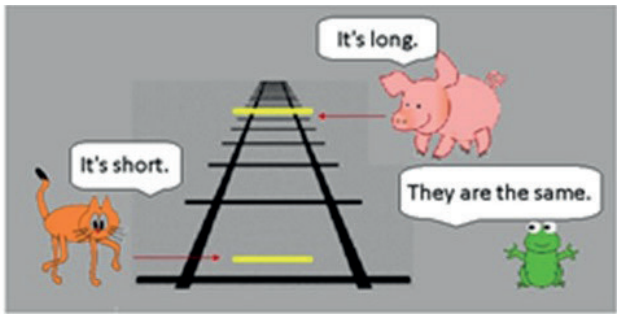
Варто також обговорити з школярами, що таке ілюзія:

Ілюзії (від латинського illusio — гра уяви, обман) — це спотворене сприйняття предмета, яке не відповідає його реальним властивостям.

Оптичні ілюзії (їх ще називають «оптичні обмани») виникають у здорових людей порівняно часто протягом усього життя. Вони залежать від будови людського ока, а також від конкретних природних умов.

Виконуючи вправу «Перевіряємо інформацію», можна також скористатися додатковими малюнками:





3. Вправа ***«Малюнок як медіатекст»***, що є логічним продовженням попередньої вправи, передбачає інтерактивне спілкування, аналіз малюнків.

Запитайте учнів:

- Чи любите ви малювати? Що? Чим? На чому?
- Що любите більше: перемальовувати картинку чи придумувати сюжет самостійно?
- Чи можете намалювати предмет (істоту, явище), якого ніколи не бачили?
- Чи бачили ви коли-небудь інопланетянина, хвостов'яза чи Бабу Ягу? Чи зможете їх намалювати? Звідки маєте уявлення про їхній образ?
- Чому один і той же предмет (істоту, явище) різні люди малюють по-різному?

Далі вчитель пропонує учням дослідити, яку інформацію може нести людям малюнок.

Приклад. Зображення як медіатекст.

Учням / ученицям пропонується виконати завдання та дати відповіді на запитання:

- Коли ви чуєте слово «вовк», які перші асоціації у вас виникають?

- Розгляньте малюнки вовка. Їх малювали різні люди в різні часи, різною технікою. Чи всі вони збігаються з тими асоціаціями, які викликало у вас слово «вовк»? Чи відповідають вони поданим світлинам?
- Спробуйте знайти малюнки, які відповідають певним характеристикам: злий, добрий, сміливий, дурний, вірний, підступний, агресивний, голодний, мудрий, нещасний.
- Як автори малюнків змогли передати таку різну інформацію про одну й ту ж саму істоту?
- Які малюнки реальніше відображають істоту вовка? Які фантазійні?
- Відшукайте, як зображують вовка в різних жанрах літератури (художній, науковій, енциклопедичній)? Доберіть із запропонованих зображень вовка ті, які найбільше відповідають описам, які ви відшукали. Свій вибір поясніть.

Здобувачі освіти доходять висновку, що з малюнка, як і з інших медіатекстів, можна «прочитати» певну інформацію, яку автор передає через техніку виконання, колір, сюжет, розмір тощо. Що зі світлини теж можна «прочитати» певну інформацію, яку автор передає через ракурс, план, колір, освітлення, сюжет тощо.

Таку вправу можна запропонувати учням / ученицям, як у початковій школі на уроках «Я досліджую світ», інтегрованого курсу «Мистецтво», «Літературне читання», так і в основній школі на уроках мови, літератури, природознавства, зоології тощо.

С. Крамаровська, учителька англійської мови та інформатики КЗ «Харківська гімназія № 172 Харківської міської ради», пропонує для першокласників на уроці англійської мови також попрацювати над формуванням в учнів навичок спостереження, критичного оцінювання візуальної інформації, що водночас дозволить розвивати у здобувачів освіти уявлення про факти і судження.

Робота починається з інтерактивної бесіди: чи люблять діти малювати й що саме (як і в попередній вправі). Потім учитель/ка просить розглянути запропоновані зображення (Look and say) та дати відповіді на питання: «What's this?».

Далі логічно виникає проблемне питання: «Чому один і той же об'єкт різні люди намалювали по-різному?». Діти мають дійти висновку: кожен по-своєму сприймає навколишній світ, тому жабка в різних авторів різна.

Як показує практика, велике складається з дрібниць. Інколи такі нехитрі прийоми, як цей, допомагають досягати небуденних результатів.

16. Методичний прийом ***«Прогнозування за ілюстрацією / обкладинкою книги»***. Учитель/ка демонструє ілюстрацію та ставить запитання на випередження:

- Як ви думаєте, що тут зображено?
- До чого це належить (у повсякденному житті чи до якої галузі/сфери науки тощо)?
- Яка тема нашого обговорення?
- Що ви чули про це?

Використовуючи кілька зображень, можна додати елемент порівняння ілюстрацій між собою, побудову послідовності тощо.

Якщо ми говоримо про ***обкладинки книги***, то працювати з ними можна по різному:

1. До прочитання художнього твору (хто/що зображено на обкладинці; метод передбачення: про що буде книга, книга весела/сумна/страшна; з якою обкладинкою ти вибрав би книгу для читання й чому?) та **після прочитання** (чи виправдались ваші очікування; відшукайте в тексті епізоди, що винесено на обкладинку).

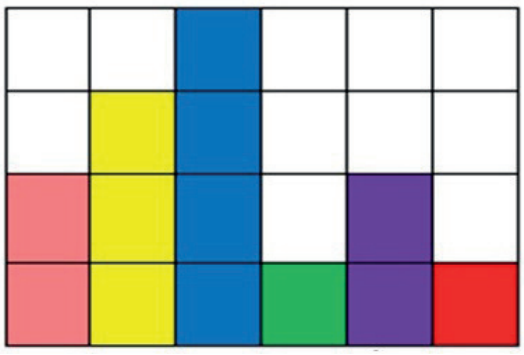
До речі, під час такої роботи важливо звернути увагу школярів на те, що обкладинка книжки є для нас **джерелом інформації**. Знайомити з джерелами інформації можна починати ще в дошкільному віці.

Розглянемо розроблену С. Крамаровською та адаптовану Г. Дегтярьовою медіавправу *«Книжка — джерело інформації»*[39], яку можна запропонувати учням 1 класу під час тематичного тижня «Мої улюблені книги» на уроці «Я досліджую світ», коли першокласники вивчають тему «Як книга з'являється на світ». Завдяки цій вправі учні зможуть продовжити розширювати уявлення про джерела інформації, про книжку як одне з джерел інформації, про цільову аудиторію; аналізуватимуть інформацію, подану в текстовому й графічному вигляді; знатимуть назви кольорів англійською мовою, зможуть пояснити, чому обрали саме такий колір для стовпчиків діаграми; краще будуть усвідомлювати, що треба дбайливо ставитися до книжок, та продовжитимуть розвивати навички критичного мислення.

Бажано, аби вчитель початкових класів спільно з учителями іноземної мови для цього уроку організував виставку різних за жанром, мовами видання, віковою спрямованістю книг тощо. Дітям пропонується розглянути книжки, які зайняли місця на виставці. Перед учнями на партах лежать аркуші із заготовками для діаграми або звичайні аркуші в клітинку й кольорові олівці / фломастери. Діти отримують завдання: *візуально* визначити, скільки на виставці є книжок українською, англійською мовою, для дітей, для дорослих, з віршами, книжок, які потребують «лікування», після чого зафарбувати різними кольорами кількість квадратиків у стовпчиках, що відповідають кількості певних книжок. Перед цим учитель пропонує домовитися про те, яким кольором діти будуть позначати кількість книжок. Тут є можливість повторити назви цих кольорів, а також цифри іноземною мовою, що вивчається. Отже, можемо говорити про інтеграцію предметів.

Наприклад, у I стовпчику учні зафарбували стільки квадратиків *рожевим* кольором (*pink*), скільки на виставці є книжок українською мовою, у II стовпчику — *жовтим* кольором (*yellow*) кількість книжок англійською мовою, у III стовпчику — *синім* (*blue*) кількість книжок для дітей,

39 Дегтярьова Г.А. Формування медіа-інформаційної грамотності в учителів іноземних мов, які вчать учнів початкових класів / Матэрыялы Міжнароднай інтэрнэт канферэнцы «MEDIAадукацыя: міжнародны досвед, практыка, перспектывы» (г. Минск, 14 кастрычніка 2019 года) / Дзяржаўная ўстанова адукацыі «Акадэмія паслядыпломнай адукацыі», г. Мінск, вул. Някрасава, 20. Мінск, 2019. 370 с. С. 94–102.



у IV стовпчику — *зеленим* (*green*) кількість книг для дорослих, у V стовпчику — *фіолетовим* (*violet*) кількість книг з віршами, у VI стовпчику — *червоним* (*red*) кількість книг, які потребують «лікування».

Після завершення підрахунку й зафарбовування клітинок учні порівнюють свої діаграми із сусідом / сусідкою по парті або в групі, якщо робота була колективною. Пояснюють, як визначили кількість книг для дітей, наприклад, говорять, що в цьому їм допомогли яскраві малюнки. Якщо діти не сказали, що деякі види книжок на відстані було важко визначити, бо вони не могли з упевненістю візуально й тільки за обкладинкою визначити книги з віршами та книжки, які потребують «лікування», то вчителеві варто про це спитати й акцентувати на тому, що для цього книгу потрібно розгорнути й переглянути.

Діти разом з учителем доходять *висновку*, що для вибору книжки недостатньо роздивитися тільки її обкладинку, бо не завжди обкладинка книги несе повну інформацію про її зміст. У ході такої діяльності учні / учениці аналізують джерела інформації; формулюють особистісне ставлення до візуальних медіа.

Після виконання цієї вправи доречно запропонувати першокласникам дати відповідь на запитання: «Яку книжку хочеться їм переглянути найбільше й чому?» (Яскраву, велику, блискучу тощо).

Порівняння обкладинок книжок різних років видання (Чому саме ці зображення винесено на обкладинку? Що вплинуло? (історична ситуація в країні тощо)).

Тут ми можемо говорити про ілюстрацію як медіатекст.

17. Одним з прийомів, що сприяє розвитку вміння критично мислити, є прийом ***«Знайди помилки в інформації»***. Учням / ученицям пропонується відшукати помилки в інформації та, спираючись на наукові закони, пояснити й довести неправдивість цієї інформації.

Наприклад, «фізичні» чи «хімічні» помилки трапляються в літературі (художній, фантастичній, навчальній, науковій, публіцистичній), кінофільмах (науково-популярних, художніх) тощо.

Наприклад, можна розглянути деякі моменти з фільму «Армагеддон» (1998 р., реж. М. Бей). За сюжетом, до Землі летить астероїд, який може знищити все живе. Групу астронавтів відправляють назустріч загрозі, щоб закласти вибухівку на астероїді та підірвати його. Т. Богданова звертає увагу на те, що в цьому фільмі багато, м'яко кажучи, неточностей: починаючи з сили тяжіння, яка невідомо звідки взялася на астероїді, і до наявності атмосфери на ньому, інакше неможливо пояснити пожежі на уламках шатла, що розбився.

Багато хто з нас дивився кінофільм «Пік Данте» (1997 р., реж. Р. Доналдсон).

Можна під час вивчення тем «Кислоти» (8 кл.), «Сульфатна кислота» (11 кл.) на уроці продемонструвати фрагмент від 1 год 8 хв до 1 год 15 хв (герої фільму намагаються врятуватися від лави, що стікає з жерла вулкана, і вони перепливають озеро в човні із залізною обшивкою, проте під час виверження вулкану до води потрапляє багато викидів, зокрема кислотні оксиди, і вода набуває кислотного середовища) та обговорити на заняттях з учнями / ученицями багато явищ, що відбуваються під час порятунку, «зокрема:

- чому внаслідок виверження дохне риба у воді;
- чому, на думку героїв фільму, вода перетворюється на кислоту;
- чи реальне таке швидке руйнування залізної обшивки човна і лопатей двигуна;
- чи реальні зовнішні явища на озері, показані у фільмі;
- чи реальне таке швидке враження шкіри бабусі;
- чи реальне таке істотне враження шкіри та за яких умов це могло би статися»[40].

На уроці фізики М. Горбан пропонує учням дослідити деякі сцени з фільму «Матриця», де використовуються різні світлові ефекти, такі як зміна кольорів, відображення та розтягнення об'єктів, які створюють ілюзію реальності у вигляді віртуального світу.

Після перегляду сцен учні обговорюють з учителем та між собою, які фізичні принципи та закони оптики використовуються для створення цих ефектів. Вони, наприклад, можуть розглянути та проаналізувати, як відображення світла створює ілюзію реальності у віртуальному світі, як кольори та форми можуть бути змінені за допомогою світлових ефектів. Важливо, щоб діти дійшли висновку про те, наскільки реалістично використані світлові ефекти у фільмі та як вони співвідносяться з фізичними законами оптики.

Отже, таке завдання допоможе учням краще зрозуміти концепції світлових явищ та їх використання в кінематографі, а також сприятиме розвитку аналітичного та критичного мислення.

Ми маємо усвідомити, що вміння критично мислити не можна набути за ніч, для цього не досить засвоїти правила, адже спершу треба позбутися власних старих поганих звичок

40 Григорович О. Медіаграмотність на заняттях з хімії. Навчальне видання / За редакцією Волошенюк О., Іванова В. Київ : АУП, ЦВП, 2020. 53 с., іл.

некритичного міркування, потім почати цілеспрямовану роботу з розвитку в себе навичок критичного мислення шляхом постійного й усвідомленого їх відшліфування та регулярного застосовування.

Джерело: https://courses.prometheus.org.ua/

Таким чином, розвиваючи пізнавальні процеси особистості цілісно, можна від загального рівня мислення дійти до критичного.

Розділ 8
МЕТОДИКА медіаосвіти

Загальновизнано, що для забезпечення якості освіти дуже важливо кожному педагогу бути методично грамотним, добре володіти не тільки методикою викладання певних навчальних дисциплін, а й також бути добре обізнаним з основними принципами медіаосвіти, основними методами, методичними підходами до забезпечення медіаосвітнього процесу в закладах загальної середньої освіти. Розглянемо їх докладніше. Викладаючи медіаосвіту та її інтеграцію в навчання різних предметів, слід ураховувати варіативність, імпровізацію, діалогічність форми викладання та навчання і вимоги до складових освітнього процесу.

Методика медіаосвіти

— наука, що досліджує процес навчання основам медіакультури в плані змісту цього утворення й діяльності педагога та учня й визначає зміст, форми організації, технологію застосування методів, прийомів і засобів навчання основам медіакультури в різних закладах освіти в плані змісту цього утворення та діяльності педагога й учня.

Організовуючи процес навчання з формування основ медіаграмотності та медіакультури школярів, необхідно враховувати дидактичні, медіапедагогічні, психологічні та загальні принципи медіаосвіти.

По-перше, необхідно використовувати **загальні принципи здійснення медіаосвіти**:

1. ***Принцип посиленої рухової активності***: під час медіаосвітніх занять має бути передбачений активний діяльнісний підхід для розуміння особливостей медійного відображення, використання різних тілесних поз для отримання різних ракурсів, репортажів тощо.
2. ***Принцип ресурсного передавання знань***: активізувати знання, які дитина вже отримала з неформальної стихійної медіаосвіти, завдяки організації спільної дії учнів визначити в них неповноту (дефіцит) знань, побачити помилки, яких вони припускаються, що дозволяє педагогові визначити напрям розвитку, а отже, відповідно активізувати потребу в знанні (створити виклик, який мотивує дітей), спираючись на відому дітям

інформацію, додати ще невідому їм інформацію, але потрібну для виконання практичних дій[41], спрямувати на отримання дітьми спільного досвіду командної роботи, що дає можливість об'єднати різні здібності дітей, враховуючи існуючі стосунки.

3. ***Принцип комунікативної пропедевтики***: під час медіаосвітніх занять учні долучаються до конструктивної міжособистісної комунікації відповідно до вікових особливостей і ситуації в конкретному дитячому колективі. Живе, неформалізоване спілкування здатне виявляти приховані конфліктні стосунки між окремими дітьми або підгрупами, зумовлені їхніми різними медіауподобаннями.
4. ***Принцип гнучкого й розмаїтого змістового наповнення занять***: гнучке пристосування до потреб дітей, їхніх захоплень, моди, актуальної медіаситуації, створення можливості дітям вільно обговорити свої медіапрактики між собою і з дорослим (демонстрація конструктивних способів комунікації) — це саме той компетентнісний підхід, який постулує Нова українська школа.
5. ***Принцип циклічності програм і врахування сензитивних періодів***: добір матеріалу для занять визначається віковими особливостями дітей, що дозволяє врахувати їхню чутливість до певної тематики[42]. Оскільки вікова періодизація не повною мірою враховує індивідуальні відмінності дітей, потрібна циклічність: повторення занять, спрямованих на формування новоутворень у наступному класі (віковому періоді) для закріплення та підсилення ефекту. Закріплення досягнень попереднього циклу має відбуватись на іншому змістовому матеріалі (але на базі порівняння кількох доступних учням медіа).

Дотримуючись загальних принципів медіаосвіти слід пам'ятати, що:

1. **Медіаосвіта — дослідницький процес**: практичні завдання мають переважати над інформаційно-теоретичною частиною.
2. Набуті знання, навички, уміння повинні мати практичний вихід та реалізовуватися у взаємодії з медіа, навчанні, утіленні власних ідей, побутовій, поведінковій, комунікативній сферах тощо.
3. Медіаосвіта спрямована насамперед на групову форму навчання й оптимізацію комунікативних здібностей учнів[43].

Медіапедагогічні принципи зумовлюють організацію умов медіаосвітнього процесу, визначають провідний метод формування медіакультури учнів і відбір дидактичного матеріалу. Серед них розрізняють:

1. ***Принцип загальної організації медіаосвітнього процесу***, суть якого полягає у створенні відповідних умов здійснення практики із засвоєння спеціальних прийомів критичного мислення, творчого сприймання медіатекстів.
2. ***Принцип відбору дидактичного матеріалу ґрунтується на принципі «від простого до складного»***. Спочатку добираються й опрацьовуються медіатексти для розвитку операцій та алгоритмів критичного мислення школярів, умінь обґрунтовувати свою думку, шукати й застосовувати аргументи, переконливо доводити іншим свою думку до вміння нестандартно інтерпретувати, творчо переосмислювати сприйняті спочатку нескладні медіатексти, а потім уже й медіамистецьку продукцію[44].

41 Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / О.Т. Баришполець, О.Л. Вознесенська, О.Є. Голубєва, Г.В. Мироненко, Л.А. Найдьнова, Н.О. Обухова, Н.І. Череповська; за наук. ред. Л.А. Найдьонової, Н.І. Череповської ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. К: Міленіум, 2014. 348 с. С. 224.

42 Там же. С. 224.

43 Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / О.Т. Баришполець, О.Л. Вознесенська, О.Є. Голубєва, Г.В. Мироненко, Л.А. Найдьнова, Н.О. Обухова, Н.І. Череповська; за наук. ред. Л.А. Найдьонової, Н.І. Череповської ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. К: Міленіум, 2014. 348 с. С. 256–258.

44 Там же. С. 319.

Як дидактичний матеріал для школярів можна використовувати друковані тексти з газет, журналів або новинних сайтів, зразки поліграфії, електронні й аудіовізуальні медіатексти тощо. Важливо, щоб форма та зміст медіатекстів відповідали меті уроку або виховного заходу, а самі медіатексти були цікавими для учнів конкретного класу.

Не слід забувати й про опертя на добре нам знайомі ***дидактичні принципи:***

- ***соціокультурний розвиток особистості в процесі навчання*** (активний діалог, перехід від навчання до самоосвіти, зв'язок навчання з навколишньою дійсністю, урахування індивідуальних особливостей учнів, позитивне емоційне тло);
- ***систематичність і доступність;***
- ***наочність;***
- ***проблемність;***
- ***науковість;***
- ***зв'язок теорії з практикою***.

Психологічними принципами медіаосвітнього процесу є:

1. ***Принцип мотивації*** як спрямованість щодо свідомого ставлення до медіакультури й до власної медіакультури зокрема.
2. ***Принцип критичного мислення*** як конструктивний аналіз та аргументоване оцінювання медіатекстової інформації.
3. ***Принцип творчого медіасприймання*** як творче опрацювання, переосмислення змісту та форми медіатекстів.
4. ***Принцип прагматичного ставлення до медіаінформації*** як практичного застосування сприйнятого в навчанні, роботі, дозвіллі, відпочинку, реалізації власних ідей, у побуті, поведінці, у житті загалом.
5. ***Принцип комунікації*** як покращення спілкування з іншими за допомогою інформації сприйнятих медіатекстів, за допомогою створення власних медіапродуктів[45].

Розуміння й урахування вікових особливостей школярів допоможе вчителям зробити заняття з елементами медіаосвіти ефективнішими, виводячи учнів на новий (але вже доступний для їхнього віку) ступінь пізнання медіакультури (табл. 10).

Таблиця 10

Урахування особливостей підліткового й раннього юнацького віку на заняттях з елементами медіаосвіти

Розумова діяльність	***Властивість особистості: рефлексія***	
інтенсивний розвиток абстрактно-логічного мислення; розвиток критичного мислення; здатність виділяти істотне; уміння користуватися раціональними прийомами запам'ятовування.	Усвідомлення власного **Я** через самосвідомість, самокритичність (новоутворення), самовизначення, самоаналіз, самозвітування тощо.	Усвідомлення себе у світі дорослих через почуття дорослості, самовираження, прагнення висловити свою індивідуальність замість протиставлення себе дорослим, становлення самостійності.

45 Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / О.Т. Баришполець, О.Л. Вознесенська, О.Є. Голубєва, Г.В. Мироненко, Л.А. Найдьнова, Н.О. Обухова, Н.І. Череповська; за наук. ред. Л.А. Найдьонової, Н.І. Череповської ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. К : Міленіум, 2014. 348 с. С. 321.

Побудова медіаосвітніх занять з урахуванням цих особливостей	
1) звернення до позаурочних видів роботи (гурток, факультатив, клуб та ін.); 2) творчість як необхідний компонент медіаосвітніх занять; 3) використання ігрових форм діяльності для розвитку дивергентного мислення та особистості в цілому; 4) використання аналітичних форм діяльності.	Взаємовідносини у формі діалогу.
Дотримання умов на медіаосвітніх заняттях відповідно до принципів особистісно-орієнтованої освіти	
1) створення сприятливого мікроклімату; 2) розвиток та облік загальних компетенцій учнів і готовності школяра до медіаосвітньої діяльності; 3) інтеграція середовищ (інформаційного, соціалізуючого, релаксаційного, розвивального).	Принципи життєтворчості, природовідповідності, культуровідповідності, індивідуально-особистісного підходу, співпраці.

Крім того, треба враховувати й те, що кожен по-своєму сприймає один і той же медіатекст, спираючись на класифікацію медіасприйняття за рівнями (табл. 11).

Таблиця 11

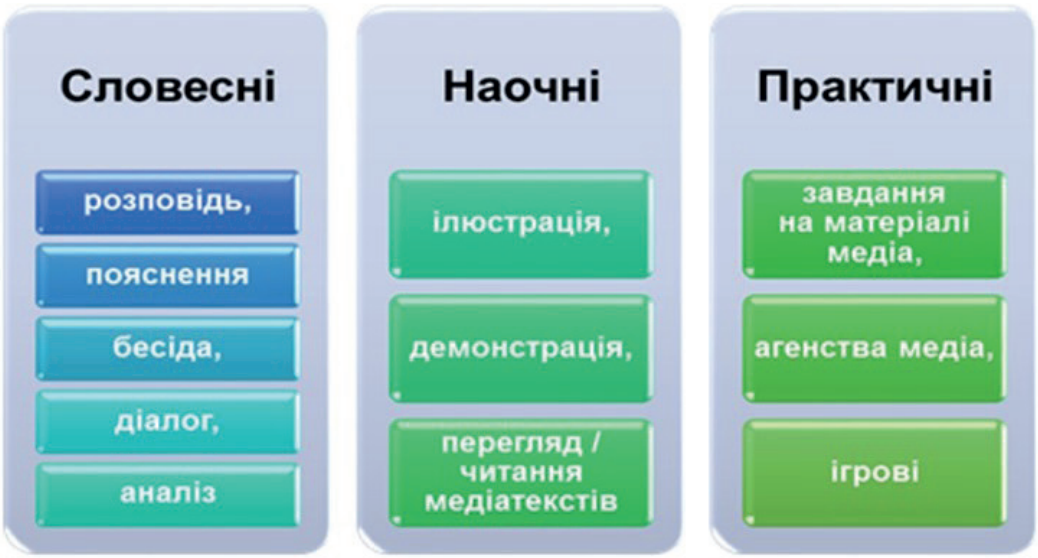
Класифікація рівнів медіасприйняття

№ з/п	Рівні медіасприйняття	Показники рівнів медіасприйняття
1	***Рівень «первинної ідентифікації»*** (варіанти: «низький», «фабульний», «елементарний», «наївно реалістичний», «примітивний», «фрагментарний»).	Емоційний, психологічний зв'язок з медіасередовищем, фабулою (ланцюгом подій) медіатексту (наприклад, оповідання), тобто здатність сприймати ланцюг подій у медіатексті (наприклад, окремі епізоди й сцени фабули), наївне ототожнення дійсності із вмістом медіатексту, асиміляція середовища (емоційне освоєння реальності, представленої в медіатексті та т. п.)
2	**Рівень «вторинної ідентифікації»** (варіанти: «середній», «сюжетно-синтаксичний», «ототожнення з героєм» медіатексту й ін.).	Ототожнення з персонажем медіатексту, тобто здатність співпереживати, поставити себе на місце героя (провідного), розуміти його психологію, мотиви вчинків, сприйняття окремих компонентів медіаобразу (деталь і т. п.).
3	***Рівень «комплексної ідентифікації»*** (варіанти: «високий», «авторсько-концептуальний», «системний», «адекватний», «ототожнення з автором» медіатексту й ін.)	Ототожнення з автором медіатексту при збереженні «первинної» і «вторинної» ідентифікації (з подальшою інтерпретацією побаченого), тобто здатність співвіднесення з авторською позицією, що дозволяє передбачити перебіг подій медіатексту «на основі емоційно-смислового співвіднесення елементів сюжету», сприйняття «авторської думки в динаміці звукозорового образу», синтезу «думок і почуттів глядача/читача в образних узагальненнях».

Хочемо звернути увагу на те, що в силу вікових особливостей у школярів, як правило, переважають рівні «первинної» і «вторинної» ідентифікації.

Типові методи медіаосвіти можемо згрупувати за джерелами отриманих знань та за рівнем пізнавальної діяльності.

Методи медіаосвіти



Розглянемо ці методи більш розлого.

Методи медіаосвіти за джерелами отриманих знань:

- ***словесні*** (розповідь, лекція, бесіда, діалог, обговорення, аналіз, дискусія і т. ін.);
- ***наочні*** (перегляд аудіовізуального матеріалу, ілюстрація та демонстрація / читання медіатекстів),
- ***практичні*** (завдання на матеріалі медіа, ігрові (моделювання художньо-творчої діяльності створювачів медіатексту, імпровізація тощо)).

Методи медіаосвіти за рівнем пізнавальної діяльності:

- ***пояснювально-ілюстративні*** (повідомлення педагогом певної інформації про медіа, сприйняття і засвоєння цієї інформації аудиторією);
- ***репродуктивні*** (розробка й застосування педагогом різних вправ і завдань на матеріалі медіа для того, щоб учні оволоділи прийомами їх розв'язання),
- ***проблемні*** (проблемний аналіз конкретних ситуацій або медіатексту з метою розвитку критичного мислення, що передбачає глибоке вивчення одного випадку чи події на основі системного підходу до аналізу подій, збору даних, аналізу інформації та підготовки повідомлення про результати);
- ***частково-пошукові*** *або* ***евристичні, дослідницькі*** (організація пошуково-творчої діяльності навчання, зокрема «тематичного пошуку», який передбачає розв'язання проблем і прийняття рішень, придбання нових знань і навичок, проходячи через такі стадії пошуку: постановка питання; визначення пов'язаних з ним думок і уявлень: пояснення фактів і принципів, пов'язаних з даним питанням; пошук, організація та аналіз даних; інтерпретація даних і розв'язання проблеми).

За рекомендаціями ЮНЕСКО щодо викладання медіа та інформаційної грамотності, доречно використовувати ще й такі педагогічні методи:

Кооперативне навчання — це такий підхід до навчання, коли учні працюють разом для досягнення спільних цілей. Кооперативне навчання може варіюватися від простої роботи в парі до більш складних форм роботи.

Аналіз медіатексту — підхід, при якому учні проводять аналіз медіатексту, ідентифікуючи коди і символи різних медійних жанрів.

Перетворення — цей підхід полягає в перетворенні певного формату медіатексту в інший.

Імітація — підхід, коли використовуються ситуації, за яких учні виконують роль членів знімальної групи документального / художнього фільму, яка працює над телевізійною передачею для дітей / молоді, теле-, радіожурналістів або журналістів інтернет-видань тощо (робота з рекламою, пропонування ідей та проєктів) або видавничою редакцією (книжки, журнали, газети).

Створення інформаційного та медіапродукту — передбачає виробництво медійного та інформаційного контенту, що відкриває для учнів / учениць можливість зануритися в навчання під час виконання практичних завдань.

Методичні прийоми медіаосвітнього процесу базуються на циклах (блоках, модулях) творчих та ігрових завдань, які використовуються в навчальній та позанавчальній діяльності. Використання тих чи інших прийомів у медіаосвітньому процесі обумовлено віковими й індивідуальними особливостями аудиторії, її потребами та інтересами в медіасвіті, мотивами спілкування з медіа, рівнем сприйняття медіаінформації і т.ін. Вибір певних методичних прийомів також тісно пов'язаний із цілями й конкретними завданнями, що висуває перед собою педагог, здійснюючи медіаосвітній процес (розвиток пізнавального інтересу, комунікативних умінь, творчих здібностей і т.ін.). Важливим визначальним моментом вибору визначення педагогічних прийомів у медіаосвіті є і те, який медіаматеріал використовується педагогом на медіаосвітніх заняттях (друковані, аудіовізуальні медіа, комп'ютерні технології тощо). Враховуючи інтеграцію різного медіаматеріалу, найчастіше в процесі медіаосвітніх занять використовується комплекс прийомів, що враховують специфіку різних медіа.

Загальновизнано, що творчі завдання в процесі навчальної діяльності виконують низку функцій:

- **навчальна** функція спрямована на засвоєння знань про теорії й закони, прийоми сприйняття й аналізу медіатекстів;
- **адаптаційна** — на здатність застосовувати ці знання в інших ситуаціях;
- **розвивальна** — на розвиток мотиваційних (компенсаторних, терапевтичних, рекреативних і т.ін.), вольових та інших властивостей і якостей особистості, досвіду творчого контакту з медіа;
- **керівна** — на створення найкращих умов для всього процесу медіаосвіти.

У сучасному освітньому процесі необхідно використовувати «нестандартні педагогічні завдання й відійти від методик точної, однозначної відповіді на запитання вчителя. Потрібні методики, які передбачають розвернуте міркування учня / учениці на тему питання, де важлива не сама відповідь, а пошук відповіді, занурення у світ спільних (групових, діалогових) міркувань і пошуків відносної істини в умовах недостатності первинної інформації, так званого знання.

До однієї з таких методик, які активно використовуються в медіаосвітньому процесі, відносяться так звані «товсті питання», які передбачають не однозначну відповідь на поставлене педагогом питання, а творчий підхід і самостійне осмислення медіатекстів.

Наведемо приклади «товстих питань»:

- «Дайте три пояснення, чому ...?»,
- «Поясніть, чому .... ?»,
- «У чому відмінність ...?»,

- «Припустімо, що буде, якщо ...?» тощо.

Питання такого роду називають проблемними. Вони сприяють активізації дослідницької діяльності учнів. Під час медіаосвітнього процесу створення проблемних ситуацій і організація самостійної пошукової діяльності авдиторії спрямовано на розв'язання такого важливого педагогічного завдання, як формування пізнавальної самостійності учнів, розвитку їхнього логічного, раціонального, критичного йтворчого мислення та пізнавальних здібностей.

У ході підготовки до уроків обов'язково необхідно враховувати *загальні вимоги до використання масмедіа в освітньому процесі.*

Схарактеризуємо ці вимоги більш докладно.

1. ***Перетин медіаосвітніх і методичних цілей***.

Повинна бути чітко визначена мета введення фрагментів медіазасобів в урок, як і будь-якого іншого засобу навчання. Ці медіаматеріали мають органічно вписуватися в урок і поєднуватися з програмним матеріалом. Потрібно обов'язково пов'язати зміст медіаматеріалів, що використовуються на уроці, із подальшою роботою в класі. Зміст цих матеріалів має працювати на методичну мету.

2. ***Орієнтація на сприйняття медіатексту***.

До будь-якого матеріалу, який використовується на уроці, педагог повинен підготувати питання, націлені як на сприйняття пропонованої інформації, так і на з'ясування того, наскільки є зрозумілою і як засвоєна дітьми ця інформація. Можливий також такий варіант, коли пропонується учням самим сформулювати проблему, питання і самим спробувати відшукати рішення.

3. ***Організація роботи з медіатекстом***.

Необхідно розглянути умови знайомства з медіаматеріалами (друкованими, аудіо, відео) як з джерелом знань і як з джерелом, що організує прояв почуттів, вражень, спостережень. Водночас слід пам'ятати, що активізується вищий вид діяльності дітей — розумова діяльність, тому педагогу варто фактологічні питання, які припускають конкретну відповідь на знання певних фактів або специфіки питання, змінювати на питання з тематичним або філософським змістом. Хоча можна запропонувати й питання, що розглядають окрему сторону досліджуваної теми. Для відповіді в цій ситуації потрібно осмислення, розуміння, інтерпретація, аналіз медіатексту.

Але «найживішою» і найцікавішою для дітей стає робота, коли порушуються питання, що пробуджують цікавість, змушують задуматися, коли можна зв'язати досліджувану проблему з реальною дійсністю. Дуже часто на ці питання не можна дати однозначну відповідь або знайти

відповіді в книзі чи в іншому джерелі інформації. Це можуть бути найрізноманітніші абстрактні, концептуальні, дослідницькі проблеми. Відповідь на подібні питання змушує міркувати на більш високому рівні. Це й критичне мислення, синтез, дослідження тощо.

Подібну роботу можна об'єднати й назвати комунікативними технологіями. Але вони не будуть ефективні без продуктивного результату, який створюється на завершальному етапі, як уявлення інтелектуальної діяльності в наочній формі. А представлення дослідницьких і творчих робіт у яскравій художній публіцистичній формі у вигляді медіапроєктів — коміксів, слайд-фільмів, відеофільмів чи відеороликів (до проєктів, для блогів), анімації, комп'ютерних презентацій, вебсайтів, тематичних груп у соцмережах — допомагає дітям самовиразитися. Застосування медіатехнологій не є самоціллю, це лише інструмент, за допомогою якого можна цікаво показати результати роботи. Але в той же час саме використання сучасних медіатехнологій часом посилює зацікавленість дітей. Ось чому дослідна, проєктна або творча робота стала зараз настільки популярними.

Комунікаційні технології, які активізують інтелектуальну діяльність, не можна розглядати без етичних, моральних, ціннісних складових. Необхідний комплексний розгляд медіатекстів, що в результаті розвиває інформаційну культуру дітей у широкому сенсі, створює умови для осмисленої взаємодії молодого покоління зі світом масмедіа і робить його зрозумілим.

Водночас і педагог удосконалює свою майстерність — навчається пошуку нових підходів до аналізу, поясненню й коментуванню матеріалу, проведенню бесіди тощо. Таким чином, використання медіатекстів розглядається з позицій виявлення їхніх інформаційно-освітніх можливостей.

4. ***Освітні функції медіатекстів***, як і інших засобів навчання, можуть бути різними — наочно-ілюстративними, пізнавальними, контрольними тощо, тому медіатексти можуть бути використані на різних етапах освітнього процесу. Дуже корисно застосовувати медіатексти на етапі узагальнення навчального матеріалу для вдумливої, серйозної аналітичної роботи, яка найчастіше виконується ними самостійно. У такому випадку фіксуються основні моменти навчальної теми.

Наприклад, освітні можливості звукозапису: уміння слухати й виокремлювати з пропонованого на уроці звукозапису необхідну мовну (або текстову) інформацію; уміння співвідносити мовну інформацію зі знаково-символьною системою, яка використовується на уроках мови; художній звукозапис — джерело інформаційних умінь здобувачів освіти під час переказування, розвиток інформаційної культури учнів / учениць через звукозапис малих форм словесного фольклору на етапі навчання грамоті; уміння визначати за запропонованою музичною інформацією зміст досліджуваних тем і текстів на заняттях художньої літератури; словесне ілюстрування музичних записів або добір ілюстративного матеріалу, який асоціюється з музикою; навчання озвучуванню екранних творів, добір музичного супроводу, що відповідає сюжету художніх творів, переглянутих «німих» відео тощо.

Особливе місце в системі творчих робіт учнів / учениць посідають матеріали масмедіа. Досвід показує, що вони можуть стати організуючим центром самостійної та колективної роботи.

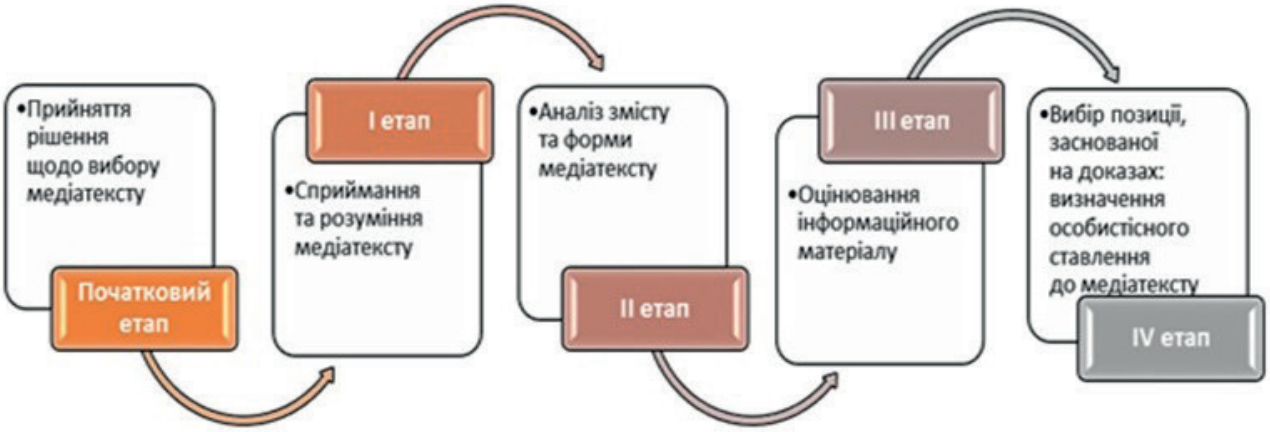
5. ***Системність роботи***.

Робота з кожним видом масмедійної інформації повинна проводитися систематично, до того ж повинні враховуватися вікові особливості дітей, рівень їхньої підготовки й коло інтересів.

Одним із найважливіших завдань медіаосвіти є розвиток в учнів здатності до повноцінного сприйняття та вміння самостійно, критично аналізувати медіатексти.

Пропонуємо орієнтовний алгоритм дослідження медіатекстів.

Алгоритм дослідження медіатекстів



Варто зазначити, що зміст медіатекстів часто не піддається однозначному сприйняттю. Образність, метафоричність, смислова багатошаровість медійного змісту, множинність мов (кодів), які використовуються під час його створення, ускладнюють його раціональне прочитання й розуміння. Медійний твір ніколи не буває повністю неясним, завжди існує принципова можливість багатоваріантності його інтерпретації.

Хочемо звернути увагу на те, що *обговорення медіатекстів* починається з відносно більш простих для сприйняття творів масової (популярної) культури за такими етапами:

- *Вибір епізодів / фрагментів*, що найбільш яскраво виявляють художні закономірності побудови всього медіатексту;
- *Аналіз цих епізодів / фрагментів* (спроба розібратися в логіці авторського мислення — у комплексному, взаємозалежному розвитку конфлікту, характерів, ідей, звукозорового ряду і т. ін.);
- *Виявлення* авторської концепції та її *оцінка* аудиторією.

Завершується обговорення проблемно-перевірочними запитаннями, що визначають ступінь засвоєння аудиторією отриманих умінь аналізу медіатексту (наприклад, *«З якими відомими вам медіатекстами можна порівняти цей твір? Чому? Що між ними спільного?»*).

На сьогодні існують різні підходи до впровадження медіаосвіти. Це інтегрований, факультативний і спеціальний підходи, що реалізуються через такі форми медіаосвіти, як інтегрована, формалізована, позакласна й позашкільна. Усі вони мають перспективи розвитку.

Більшість науковців та медіапедагогів доводять, що одним із найперспективніших методичних підходів до впровадження медіаосвіти є **інтегрований** (процес зближення та поєднання різних навчальних предметів). Цей підхід знайшов відображення в нових Державному стандарті початкової освіти та Державному стандарті базової середньої освіти.

Нагадаємо, що ***інтеграція*** (від лат. *integer* — повний, цілісний) — об'єднання в ціле будь-яких окремих частин.

Таким чином, інтегроване навчання ґрунтується на комплексному підході. Межі між предметами стираються, а навчальний процес стає частиною загальної картини світу. Учителі заохочують учнів шукати зв'язок між дисциплінами, спиратися на вже набуті знання й навички з різних галузей, що, у свою чергу, «навчає їх критично мислити, краще розуміти, засвоювати та застосовувати загальні поняття, толерантно ставитися до різних цінностей і поглядів, бути здатними приймати рішення, оцінювати інформацію та виконувати нові завдання»[46].

46 Інтегроване навчання: зміна сенсу освіти та виклик для вчителів. URL: http://surl.li/jeawap.

Існує два види міжпредметної інтеграції: повна та часткова.

Види міжпредметної інтеграції

Звертаємо увагу на те, що треба розрізняти інтегрований підхід та міжпредметні зв'язки. Як показує практика, учителі часто не відрізняють уроків інтегрованого змісту від уроків з використанням міжпредметних зв'язків. Наголошуємо, що це різні методичні поняття. Насамперед, міжпредметні зв'язки передбачають включення в урок запитань і завдань з матеріалу інших предметів. Ці завдання мають допоміжне значення і є окремими короткочасними елементами уроку, які сприяють глибокому сприйманню й осмисленню понять, що вивчаються.

Інтегрована форма медіаосвіти (у межах уроків з різних дисциплін, що вивчаються дітьми) забезпечується обов'язковим поєднанням двох складових:

1) ***використання медіа*** (засобів, текстів — у широкому розумінні як зразків медіапродукції, зокрема екранної, аудіовізуальної),
2) ***медіаосвітня мета, завдання та рефлексія, їхні досягнення*** (висновки, підсумки, результати, повернені дітям у діалозі щодо їхньої взаємодії з медіа).

Методична діяльність може проводитися за чотирма напрямами:

- ***семіотичним***, що розглядає діяльність зі знаковими середовищами, способами видозміни форм інформації;
- ***пошуковим*** — знайомство з пошуковими системами, формами систематизації інформації тощо;

- ***критичним*** — рефлексивні методи оцінювання, порівняння і зіставлення інформації та медіатекстів;
- ***прикладним / технологічним*** — освоєння технічних засобів і способів створення медіатекстів, що допомагає зсередини зрозуміти інформацію масмедіа і цілеспрямованість матеріалів.

Медіаосвітня діяльність повинна здійснюватися поступово поетапно:

1 етап *— розвиток сприйняття медіатекстів, «читання» їхньої мови, активізація уяви, зорової пам'яті, розвиток різних видів мислення* (у т. ч. — критичного, логічного, творчого, образного, інтуїтивного), умінь для розуміння ідей (моральних, філософських проблем тощо), образів і т. ін.;

2 етап *— розвиток креативних практичних умінь на матеріалі медіа* (практична складова);

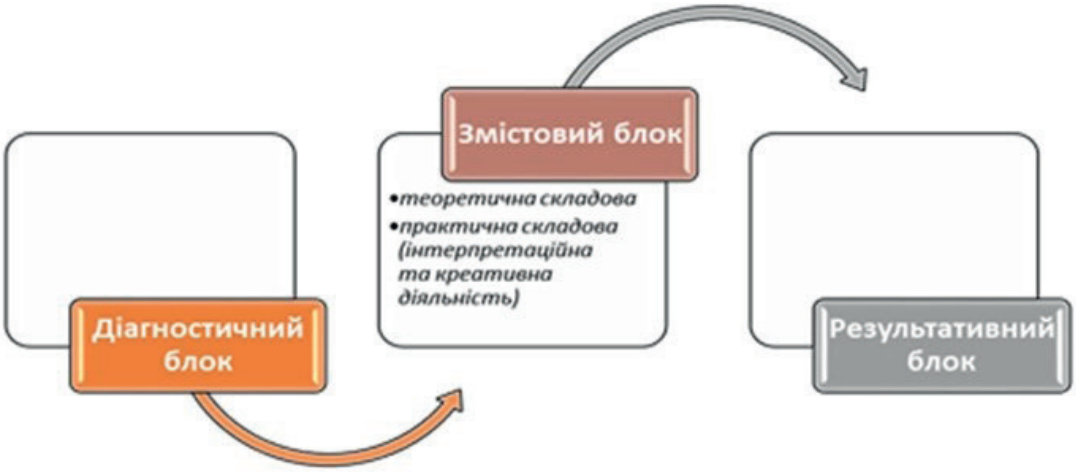
3 етап *— отримання пропедевтичних знань про історію, структуру, мову і теорії медіа* (освітня складова).

Методичні підходи до медіаосвіти сприяють розв'язанню таких її ***основних завдань***:

- розвитку умінь аналізу та синтезу просторово-часової реальності, уміння «читати» медіатексти різних видів і жанрів;
- розвитку медіасприйняття — сприйняття медіареальності, почуттів і думок авторів творів медіакультури;
- розвитку аналітичних умінь, пов'язаних із прогнозуванням впливу медіатекстів на різні типи аудиторії;
- розвитку інтерпретаційних умінь у процесі перекладу медіаповідомлень на «мову індивіда, який сприймає»;
- умінню декодувати інформацію, що міститься в медіатворах, включаючи маніпулятивні прийоми і технології;
- успішному застосуванню одержаних знань у житті.

Що ж забезпечить якість інтеграції медіаосвіти в навчальні дисципліни? Доцільна система організації процесу навчання та раціональне використанням комплексу медіаосвітніх вправ і завдань, що виходять із завдань і принципів формування основ медіаграмотності й медіакультури школярів.

Модель інтеграції медіаосвіти в уроки складається з *трьох блоків*:



Діагностичний блок пов'язаний з анкетуванням, тестуванням, включеним спостереженням, аналізом творчих робіт, аналізом розвитку рівнів розуміння і сприйняття аудіовізуальних медіатекстів учнями.

Змістовий блок моделі містить дві складові:

- ***теоретичну*** — орієнтовану на оволодіння необхідними теоретичними знаннями з медіаосвіти в межах різних занять;
- ***практичну*** (*інтерпретаційна діяльність* — перегляд епізодів, мультфільмів, науково-популярних, художніх і документальних фільмів із подальшим аналізом образів, створених на екрані, порівняння їх із реальними образами, аналізом, декодуванням, інтерпретацією медіатекстів; *креативну діяльність* — створення власних медіапродуктів, наприклад, випуск журналу, газети, коміксів, створення мультфільмів, фото, реклами, афіш, постерів, колажів силами учнів, учителів, батьків).

Результативний блок моделі містить результати, пов'язані з підсумковим аналізом констатації рівнів розвитку медіакомпетентності учнів, підсумків тестування, аналізом продуктів їхньої творчої діяльності.

Крім того, інтеграцію розрізняють за змістом (залучення матеріалів інших предметів) та за способами пізнавальної діяльності (спостереження, мислення, мовлення). Ці обидва способи застосовують в **інтегрованому уроці**, у якому для досягнення його цілі використовуються відомості (знання) з різних навчальних предметів.

Під час проведення інтегрованих уроків вчителю доводиться самостійно визначити, яка мета цього інтегрованого уроку, як він сприятиме цілісності навчання, формуванню знань на якісно новому рівні.

Для підготовки інтегрованого уроку необхідно ***обґрунтувати***:

- *доцільність* інтегрування і якого саме;
- *добір* навчального матеріалу для інтегрування;
- вибір *структури* (поєднання складових частин) і *технологію* проведення.

Мета уроків, побудованих на інтегрованому змісті, — створити передумови для різнобічного розгляду певного об'єкту, поняття, явища, формування системного мислення, збудження уяви, позитивно емоційного ставлення до пізнання.

Уроки з елементами медіаосвіти, мають бути адаптовані до віку дитини та спрямовані на розуміння й порівняння різних медіа як єдиної розгалуженої і взаємопов'язаної інформаційної системи (книга, преса (газета, журнал), кіно, телебачення, відеоігри, інтернет, мобільний зв'язок тощо), а відтак і гармонізацію різних пасивних і активних практик (читання, слухання, аналіз, декодування, інтерпретація, створення фото, відео, анімації, використання ІКТ, новітнє медіамистецтво і т. п.).

Особливості проведення уроків, на яких відбувається формування основ медіаграмотності школярів, полягають у тому, що дидактичні завдання будь-якої медіавправи, яка інтегрується у шкільну дисципліну / курс, мають формуватися таким чином, аби сприяти ефективній взаємодії суб'єктів освітнього процесу на індивідуальному й груповому рівнях.

На індивідуальному рівні — це розвиток медіакультури дитини, а на груповому — забезпечення конструктивних форм спілкування в групі й міжгруповій взаємодії з приводу медіапрактик.

Розділ 9
Робота з МЕДІАТЕКСТАМИ

Медіаграмотна людина володіє розвиненою здатністю до сприйняття, аналізу, оцінки та створення медіатекстів, до розуміння соціокультурного та політичного контексту функціонування медіа в сучасному світі, кодових і репрезентаційних систем, які використовуються медіа, тому медіаосвіта як першочергове завдання визначає для себе навчання грамотного «читання» медіатекстів (інтерв'ю, відеосюжетів з випуску новин, телепередач, токшоу, репортажів, газетних, журнальних та інтернет-статей, їхніх заголовків, реклами, світлин, документальних і художніх фільмів, матеріалів віртуальних архівів, екскурсій, літературних або мистецьких творів, контент-сайтів, блогів тощо), аналізувати, декодувати, інтерпретувати їх, щоб уникати деструктивного впливу медіа. Це дуже важливо, адже значний відсоток медіаспоживачів, які потрапляють під маніпулятивний вплив масмедіа, — це діти та молодь. Як бачимо, дуже важливо кожному навчитися сприймати медіатексти.

У зв'язку з бурхливим розвитком медіа, коли на зміну традиційному друкованому тексту, прийшли нові види, пов'язані з кінематографом, радіо, телебаченням, відео, інтернетом, мобільними телефонами тощо, у XX ст. виникло поняття «медіатекст» (від лат. media textus — «засоби, посередники + тканина; сув'язь) — повідомлення, текст будь-якого медійного виду й жанру. Навіть гроші (банкноти) функціонують як медіа, бо вони містять зображення, які були ретельно дібрані задля того, щоб донести певні повідомлення громадянам власної та інших країн.

Слід завжди пам'ятати, що медіатекст виконує роль інструменту формування суспільної думки конкретного соціуму й за його межами.

До особливостей медіатексту можемо віднести:

- *Багатомірність* — інтеграція різних компонентів (аудіо, відео, текст) у єдиному смисловому просторі медіатексту, така характеристика зумовлена різноманітністю завдань, які виконує медіатекст великими об'ємами інформації та способами її передачі.
- *Мовне наповнення* — функціонально-стильове утворення в певній мірі моделює національну мову. Мова медіа зумовлена масовою аудиторією, тому існує специфіка медійної мови (уникнення незрозумілих широкому загалу слів, унікальна авторська концепція та зіткнення різних ідей в одному інформаційному полі).
- *Динамічність* — контакт з аудиторією є процесуальним і динамічним, відбувається взаємодія автора з аудиторією медіаспоживачів.
- *Соціально-регулятивна природа* представлена позицією, що на сьогодні медіатекст виступає засобом інтеграції реальності, тому формує в індивіда картину світу й відповідно впливає на різні соціальні процеси.

М. Скиба[47] пропонує до перелічених вище додати ще декілька характеристик медіатексту:

- *цільова аудиторія медіатексту* (кожен текст має власну цільову групу, від чого залежать способи його реалізації та змістова наповненість);
- *емоційне забарвлення* (оскільки текст має не лише інформаційний зміст, а й емоційну складову, яка може бути виражена різними способами та висвітлює позицію автора, що має значний вплив на позицію особистості споживача);
- *засоби впливу* (кожен продукт медіа містить різні засоби впливу на аудиторію споживачів);
- *наслідки впливу* (взаємодія з різними медіатекстами передбачає реакцію на них та відповідну поведінку особистості медіаспоживача).

Дуже важливо усвідомлювати, що ми маємо на увазі, говорячи про медіатекст[48]:

> **Медіатекст**
>
> — це інтегративний, багаторівневий текст, який об'єднує в єдине комунікативне ціле різні семіотичні коди (вербальні, невербальні, медійні), а також демонструє відкритість на змістовному, композиційно-структурному та знаковому рівнях.

Медіатекст, як і текст художній, здатний видавати різним читачам різну інформацію — кожному в міру його розуміння саме ту, якої він потребує й до сприйняття якої підготовлений, тому медіатекст несе не тільки інформаційне навантаження, але і є результатом спілкування та творчого осмислення його суті суб'єктами, залученими в процес створення та сприйняття медіаінформації.

У процесі формування медіаграмотності особистості аналіз медіатекстів посідає одне з провідних місць. Такий вид взаємодії з медіа дозволить розвинути *мотиваційний* (усвідомлення ролі масмедіа в розвитку особистості та її соціалізації); *когнітивний* (знання про види, структуру, типи медіа текстів та їхні особливості); *операційний* (уміння аналізувати медіатексти та навички впровадження їх у соціально-педагогічну роботу) *компоненти медіаграмотності* школярів.

На уроках, які передбачають аналіз медіатекстів, доречно застосовувати різні способи навчальної діяльності. Звертаємо вашу увагу на те, що:

- ***дескриптивний*** *спосіб* передбачає переказ змісту медіатексту, перерахування подій медіатексту;
- ***особистісний*** — опис стосунків, емоцій, переживань, почуттів, спогадів, асоціацій, що викликає медіатекст;
- ***аналітичний*** — аналіз структури медіатексту, мовних особливостей, точок зору, авторських концепцій тощо;

47 Скиба М. Аналіз медіатекстів в процесі формування медіаграмотності соціальних педагогів. URL: http://surl.li/bjkxe.

48 Чайковська О. Ю. Особливості сучасного медіатексту. Сучасні дослідження з іноземної філології. 2014. Вип. 12. С. 225–230. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Sdzif_2014_12_38

- ***класифікаційний*** спрямований на визначення місця медіатексту в історичному та соціокультурному контексті;
- ***пояснювальний*** орієнтований на формування суджень про медіатекст у цілому або про його частини;
- ***оцінний*** дозволяє зробити висновок про переваги медіатексту на основі особистісних, моральних чи формальних критеріїв.

Технологія проведення уроків з елементами медіаосвіти передбачає здійснення різних ***видів аналізу*** медіатекстів, а саме:

- ***аналіз персонажів медіатекстів*** *(Character Analysis)* — аналіз характерів, мотивів поведінки, ідейних орієнтацій, учинків/дій персонажів медіатекстів;
- ***герменевтичний аналіз*** *культурного контексту процесів функціонування медіа в соціумі й медіатекстів (Hermeneutic Analysis of Cultural Context)* — дослідження процесу інтерпретації медіатексту, культурних, історичних чинників, що впливають на точку зору агентства / автора медіатексту й на точку зору аудиторії. Інтерпретація медіатексту — процес, з одного боку, суто індивідуальний, залежний від сприйняття, художнього й естетичного смаку, світоглядних і ціннісних установок адресата, а з іншого боку, процес інтерпретації — колективний, так як під час обговорення, діалогу, дискусії з приводу досліджуваного медіатексту виникає якийсь загальний настрій, прагнення поділитися своїми думками, почуттями, переживаннями;
- ***автобіографічний (особистісний) аналіз*** *(Autobiographical Analysis)* — зіставлення свого життєвого досвіду (подій особистого життя, проявів свого характеру в різних ситуаціях) з життєвим досвідом персонажів медіатекстів;
- ***іконографічний аналіз*** *(Iconographic Analysis)* — асоціативний аналіз зображення в медіатексті (наприклад, вода, вогонь як символи чистоти й руйнування), пов'язаний з семіотичним аналізом.

Під час оцінювання інформації важливо усвідомлювати, що медіа створюють медіаповідомлення або ж меседжі. Щоб уникнути деструктивного впливу медіа, дуже важливо навчитися критично сприймати медіамеседжі, які поєднують у собі зображення і текст.

Ключове повідомлення / меседж

— це найважливіша ідея, що має взяти цільова аудиторія, для якої цей меседж створюється, з новини, публікації, блогу, інтерв'ю, репортажу, токшоу, фільму, літературного або музичного твору, реклами тощо.

Стейсі Гудмен, аналізуючи концепції медіаграмотності з позиції аудиторії ЗМІ та користувачів соціальних мереж, визначив 5 ключових принципів медіамеседжів[49]: *усі медіамеседжі сконструйовані, медіамеседжі формують наше сприйняття реальності, різняться аудиторії,*

49 Гудмен Стейсі Соціальна медіаграмотність: п'ять ключових принципів. URL: https://ms.detector.media/mediaosvita/post/12500/2015–02–03-sotsialna-mediagramotnist-pyat-klyuchovikh-printsipiv/

різниться й розуміння одного й того ж меседжу, медіамеседжі містять комерційні втручання, усі медіамеседжі містять точки зору. Розглянемо їх.

Ключовий принцип № 1. *Усі медіамеседжі сконструйовані* — це найбільш важлива ідея. Медіа не просто відображає навколишню реальність. Замість цього медіа презентує ретельно створені тлумачення, які є результатом численних рішень та факторів. Завдання медіаграмотності — деконструювати ці тлумачення (розглянути їх окремо, щоб показати, як вони зроблені).

Ключовий принцип № 2. *Медіамеседжі формують наше сприйняття реальності*, адже медіа відповідальні за більшість спостережень та досвід, з яких складається наше розуміння світу. Велика частина нашого світобачення ґрунтується на медіамеседжах, створених з певною позицією, інтерпретаціями й висновками, що вже вбудовані в них. Таким чином, саме медіа великою мірою надають нам відчуття реальності.

Ключова принцип № 3. *Різняться аудиторії, різниться й розуміння одного й того ж меседжу.* Це пояснюється тим, що хоча медіа надає нам матеріал, на основі якого ми формуємо нашу картину реальності, кожен з нас знаходить смисли відповідно до індивідуальних факторів, таких як особисті потреби та страхи, позитив чи проблеми дня, расові та статеві відмінності, сімейний і культурний бекґраунд, моральні принципи тощо.

Ключовий принцип № 4. *Медіамеседжі містять комерційні втручання.* Цей принцип витікає з того, що медіаграмотність має на меті надати знання про те, як на медіа впливають комерційні структури, як вони можуть втручатися в контент і його поширення, адже більшість медіа — це бізнес, який повинен отримувати прибуток. Питання власності та контролю головні: порівняно невеликий відсоток людей контролює те, що ми дивимося, читаємо та чуємо в медіа.

Ключовий принцип № 5. *Усі медіамеседжі містять точки зору,* бо всі медіапродукти в певному сенсі є рекламою, оскільки вони промотують цінності й стилі життя. Мейнстрімові медіа виражають — явно чи приховано — ідеологічні меседжі про такі питання: суть хорошого життя, стимулювання споживацького інтересу, роль жінки, схвалення дій влади, безумовний патріотизм.

Формування медіаінформаційної грамотності відбувається в процесі аналізу медіатексту, де головний інструмент, як ми зазначали раніше, — навички критичного мислення.

Аналіз медіатексту

— це метод дослідження тексту, що містить інформацію та викладений у будь-якому форматі й жанрі медіа (телепередачі, фільмі, матеріалі в пресі, інтернетному сайті і т.ін.) шляхом розгляду окремих його сторін, складових частин, художньої своєрідності з метою розвитку в аудиторії самостійних суджень, критичного мислення, естетичного смаку.

Аналіз — складний розумовий процес, який потребує від адресата медіа (у нашому випадку — школяра) усвідомленої рефлексії, розпізнавання як окремих знакових частин тексту, переданого за допомогою ЗМК, так і його цілісного, контекстного відображення, а від педагога — систематичної і цілеспрямованої роботи.

Аналіз медіатексту, метою якого є формування навичок цілеспрямованого багатостороннього сприйняття інформації та різнобічної оцінки творів аудіовізуальних мистецтв, охоплює роботу з такими компонентами: визначення виду ЗМІ, категорії повідомлення, пошук можливих помилок і неточностей медіаповідомлення, характеристику медіамови, особливості звукового рішення, засобів виразності, визначення потенційного адресата медіатексту (тип аудиторії, соціальний статус), визначення мети медіаповідомлення, відповідність цілей і засобів цього медіатексту тощо.

Аналізуючи меседжі, що надходять від медіа, ми повинні дати собі відповіді на питання, які дозволять нам з'ясувати низку важливих складових повідомлення: хто є автором і цільовою аудиторією меседжу, його мету, його економічний бік, як він вплине на аудиторію, її реакцію, усвідомити змістове наповнення, техніки, інтерпретації, контекст і надійність (табл. 12).

Таблиця 12

Ключові питання до аналізу медійних меседжів

Авдиторія й авторств	**АВТОРСТВО**	▸ Хто створив ці меседжі?
	МЕТА	▸ Чому вони створені? Яка цільова аудиторія (та звідки ви це знаєте)?
	ЕКОНОМІКА	▸ Хто за це заплатив?
	ВПЛИВ	▸ Хто може дістати користь від цих/цього меседжів(у)? ▸ Кому вони/він може завдати шкоди? ▸ Що ці/це повідомлення означають(є) для мене?
	РЕАКЦІЯ	▸ Які можуть бути мої дії у відповідь на ці меседжі?
Меседжі та значення	**ЗМІСТ**	▸ Про що це (і що вас змушує так думати)? ▸ Які ідеї, цінності, інформація та/або погляди очевидні/імпліцитні? ▸ Про що не говориться в цих/цьому повідомленнях(і), що було б важливо знати?
	ТЕХНІКИ	▸ Які техніки використовуються? ▸ Чому використовуються саме ці техніки? ▸ Яким чином медіа передають меседжі?
	ІНТЕРПРЕТАЦІЇ	▸ Як можуть різні люди зрозуміти ці меседжі по-різному? ▸ Яка моя інтерпретація цього, та що я дізнаюся про себе зі своєї реакції або інтерпретації?
Репрезентація реальності	**КОНТЕКСТ**	▸ Коли це зроблено? ▸ Де або як ним поділилися з публікою?
	НАДІЙНІСТЬ	▸ Чи це факт, думка чи щось інше? ▸ Якою мірою меседж гідний довіри (та що змушує вас так думати)? ▸ Які джерела інформації, думок, припущень?

Єдиних підходів до аналізу медіатекстів не розроблено. Один з планів аналізу передбачає характеристику таких компонентів[50]: вид масмедіа; категорію; медіамову; аудиторію; мету медіаповідомлення; відповідність цілям і засобам.

Можна здійснювати аналіз медіатекстів за розробленим К. Безелгетом і Е. Хартом планом, який передбачає аналіз шести ключових понять:

1. *«Медійні агенції / media agencies»*, тобто аналіз функціонування, цілей, джерел інформації медійних агенцій, які створюють і розповсюджують медіатексти, шляхом пошуку відповідей на питання:

- *Кого можна назвати автором медіатексту?*

50 Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: посібник для вчителя / За ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза. К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. 201 с.

- *Яка головна мета цього медіатексту?*
- *Якої реакції аудиторії чекають його творці?*
- *Чи можна назвати позицію авторів цього медіатексту ангажованою, упередженою?*
- *Які саме події медійне агентство / автори прагнуть відбити в цьому творі передусім, а які прагнуть вилучити?*
- *Як автори намагаються впливати на позицію?*
- *З якими персонажами автори медіатексту хочуть вас ототожнити?*
- *Яку ідеологію ці персонажі виражають?*
- *Чи хоче медійне агентство / автори, щоб ви змінили свою поведінку в результаті контакту з цим медіатекстом?*
- *Що агентство / автори хочуть змусити вас відчувати в конкретних епізодах медіатексту? Чи успішно це їм вдається?*
- *Чому творці медіатексту хочуть, щоб ви це відчували?*

2. «*Медійні категорії / media categories*», що зорієнтовані на аналіз типів медіатекстів за видами, жанрами тощо:

- *Якого жанру цей медіатекст?*
- *Як би ви сформулювали жанрові стереотипи цього медіатексту?*

3. «*Медійні технології / media technologies*», яка ґрунтується на аналізі технологічного процесу створення медіатекстів:

- *Які технології використані?*
- *Чи пов'язані медійні технології з цільовою аудиторією, вибраною агентством?*

4. «*Медійні мови / media languages*» — це з'ясування аудіовізуальних засобів вираження, кодів і знаків, стилів тощо медіатекстів:

- *Як у цьому медіатексті використовуються різні форми медійної мови, щоб передати суть?*
- *Чи є в цьому медіатексті візуальні символи, знаки? Якщо є, то які?*
- *Чи залежать аудіовізуальні, стилістичні особливості, що використовуються в цьому медіатексті, від конкретного сюжету? Якщо так, то як саме?*
- *Чи є стереотипи звукового рішення в цьому медіатексті? Якщо так, то в чому конкретно вони проявляються?*
- *Чому автори цього медіатексту саме так побудували той чи інший епізод?*
- *Чому певні предмети (зокрема одяг ведучих тощо) зображені саме так? Що говорять нам ці предмети про персонажів, їхній спосіб життя, їхнє ставлення одне до одного?*
- *Про що говорить мова персонажів?*
- *Чи можете ви згадати епізоди цього медіатексту, де події розказані / побачені очима того або того персонажа?*
- *Яка роль світла, кольору, звуку, музики в медіатексті?*
- *Чи можете ви виділити цінності, яких дотримуються автори конкретного медіатексту?*

5. «*Медіааудиторії / media audience*» — це врахування типології аудиторій, відмінностей у сприйнятті медіатекстів:

- *Які, на вашу думку, припущення творців цього медіатексту про аудиторію? Чи прораховують вони на «свою» аудиторію?*
- *Як ви визначили би цільову аудиторію цього медіатексту?*
- *Чи містить медіатекст маніпуляцію аудиторією?*
- *Чи сприяє медіатекст будь-якій ворожнечі, ненависті?*
- *На вік якої аудиторії розрахований цей медіатекст?*
- *Для яких груп населення він важливіший?*
- *Яка типологія аудиторії медіа?*
- *З яких причин аудиторія може віддати перевагу цьому медіатексту?*
- *Змінилися ваші симпатії до персонажів під час розвитку сюжету цього медіатексту?*
- *Які відчуття викликав у вас цей медіатекст?*
- *Які здібності, уміння потрібні людині, щоб кваліфіковано аналізувати медіатекст?*

6. «*Медіарепрезентації / media representations*» — це фактично створення / конструювання «своєї» реальності, під свою ідеологію, мету, завдання, інтерес, вони передбачають аналіз конкретного подання авторами або джерелами інформації, або агенціями змісту в медіатекстах:

- *Які соціальні групи або проблеми подано в цьому медіатексті?*
- *Яке значення для розуміння сюжету має назва цього медіатексту?*
- *Як автори цього медіатексту намагаються довести, що повідомляють правду?*
- *Як автори намагаються досягти ефекту «достовірності»?*
- *Чи містить цей медіатекст приховані підтексти, неправдиву інформацію?*
- *Які політичні, соціальні та культурні настрої відбиваються в поглядах і вчинках персонажів?*
- *Які причини дій, поведінки персонажів цього медіатексту?*
- *Кому симпатизують автори цього медіатексту? Як вони дають аудиторії це зрозуміти? Чому ви зробили такий висновок?*
- *Які ключові епізоди цього медіатексту? Чому ви вважаєте їх ключовими?*
- *Як ви думаєте, що відібрано, щоб вийшов саме такий кадр?*

Ще пропонується така структура аналізу медіатекстів, яка при найближчому розгляді відповідає базовому технологічному алгоритму критичного мислення (виклик, усвідомлення, рефлексія).

Якщо ми будемо говорити про ***установку на сприйняття***, то вона виступає як важливий структурний компонент («виклик» — перший етап аналізу медіатвору) процесу аналізу твору медіакультури, здійснюється з метою активізації авдиторії та сприянню її включенню в медіаосвітній процес, а її продуктивність залежить від багатьох факторів: художнього досвіду аудиторії, життєвих і світоглядних установок, медійних переваг, моральних цінностей і т. ін., які мають ураховуватися в ході підготовки до проведення медіаосвітніх занять у шкільній авдиторії для того, щоб у результаті здійснення аналізу творів медіакультури було можливе досягнення мети цього етапу — навчити школярів розмірковувати над змістом медіатексту.

Установка на сприйняття в ході аналізу медіатворів різних видів і жанрів може бути представлена в найрізноманітніших формах: це може бути бесіда, фільмографічна довідка, стислий коментар творчого шляху авторів медіатексту, знайомство з рецензіями медіакритики на той чи інший медіатекст і т. ін. Вибір кожного конкретного прийому залежить від цілей і завдань медіаосвітнього заняття, ступеня розвитку медіакомпетентності аудиторії, її віку, медійних уподобань і інтересів, мотивів спілкування з медіа і т. ін.

Безперечно, кожна людина, спілкуючись з медіа, отримує масу вражень, емоцій, залишаючись небайдужою до цікавого фільму, гострої полемічної статті в газеті і т. ін. У зв'язку з цим після етапу попереднього обговорення та обміну першими враженнями здійснюється власне аналіз медіатексту (рефлексія). Один і той же медіатекст (наприклад, фільм, телевізійна програма або рекламна стаття в газеті / інтернет-виданні) може викликати різні оцінки і судження, озвучування яких, як правило, викликає дискусії.

Завершується обговорення проблемно-перевірочними запитаннями, що визначають ступінь засвоєння аудиторією отриманих умінь аналізу медіатексту (наприклад, *«З якими відомими вам медіатекстами можна порівняти цей твір? Чому? Що між ними спільного?»*).

Необхідно розглянути умови знайомства з медіаматеріалами (друкованими, онлайн-матеріалами, аудіо, відео) як із джерелом знань і як із джерелом, що організує прояв почуттів, вражень, спостережень. При цьому активізується вищий вид діяльності — розумова діяльність. Зважаючи на це, педагогу важливо пропонувати прийоми роботи, спрямовані на розв'язання проблеми. Фактологічні питання, які припускають конкретну відповідь на знання певних фактів або специфіки питання, слід змінювати на тематичні або філософські. Але можна запропонувати питання, що розглядають і окремий бік досліджуваної теми. Відповіді на них допомагають відповісти й на філософські проблеми. Для відповіді в цій ситуації потрібні осмислення, розуміння, інтерпретація, аналіз медіатексту. Живою та цікавою для школярів стає робота, коли порушуються питання, що збуджують цікавість, змушують замислитися, коли можна пов'язати досліджувану проблему з реальною дійсністю. Дуже часто на ці питання не можна дати однозначну відповідь або знайти відповіді в підручнику. Це можуть бути найрізноманітніші абстрактні, концептуальні, дослідницькі проблеми. Відповідь на подібні питання змушує дитину міркувати на більш високому рівні. Це і критичне мислення, і синтез, і дослідження тощо.

Загалом аналіз медіатекстів має відбуватися за чітко окресленими критеріями, які можна виокремити на підставі характеристики медіатексту (табл. 13).

Таблиця 13

Критерії аналізу медіатексту

№ з/п	Критерій	Зміст критерію
1.	мета	кінцевий результат медіатексту
2.	цільова аудиторія	на кого спрямований медіатекст
3.	авторська позиція / ідея	основна думка, погляди автора, висвітлені в медіатексті
4.	жанр	жанр представленого медіатексту
5.	динамічність / періодичність	як часто реалізується
6.	складові компоненти	складові містять медіатекст (аудіо, відео, текст)
7.	методи впливу	використані методи / прийоми впливу на свідомість особистості
8.	сюжет	розкрити основну лінію розвитку сюжету
9.	джерело	за допомогою яких масмедіа розповсюджується
10.	очікувані результати / реакція	яку реакцію чи дію передбачає в результаті реалізації

№ з/п	Критерій	Зміст критерію
11.	персонаж	характеристика основних персонажів
12.	емоційний фон	емоційна реакція на перегляд медіатексту
13.	соціальна позиція	стереотипи / цінності / соціальні орієнтації та позиції, що демонструє медіатекст

Отже, стадія рефлексії завершує один цикл роботи з інформацією й одночасно є початком нового циклу, що відбувається на більш високому рівні в процесі подальших медіаосвітніх занять, — етапу ***інтерпретації медіатексту***, що є процесом перекладу вираженого в мові медіа повідомлення на мову індивіда, який його сприймає.

Інтерпретація в процесі медіаосвіти спрямована на розвиток в авдиторії умінь аналізувати медіатвори, спираючись на чималі знання; інтерпретацію авторської точки зору з позиції згоди або незгоди з нею; оцінку соціальної значущості твору; уміння співвідносити емоційне сприйняття з понятійним судженням, переносячи це судження на інші види й жанри медіатворів; трактувати назву медіатексту як образне узагальнення.

Ураховуючи важливість інтерпретації, слід пам'ятати, що будь-який текст, зокрема медійний, постає перед нами не як реалізація повідомлення якою-небудь однією мовою, а як складне утворення, що зберігає різноманітні коди, здатне трансформувати одержувані повідомлення й породжувати нові. У зв'язку з цим змінюється уявлення про взаємовідносини між споживачем і текстом. Замість формули «споживач дешифрує текст» з'являється нова — «споживач спілкується з текстом», що підводить до наступного важливого процесу, спрямованого на інтерпретацію творів медіакультури — ***декодування***, що є соціопсихологічним процесом, у якому аудиторія не тільки ототожнює себе з тими чи іншими елементами тексту, але й сперечається з ним, грає з ним (теорія гри Стивенсона), критикує його.

Декодування починається з постановки питань про сам медіатекст, його творців, їхні цілі тощо. Британський дослідник і медіапедагог Л. Мастерман визначив чотири основні галузі вивчення медіаінформації шляхом декодування[51]:

1. На кому лежить відповідальність за її створення, хто володіє засобами масової інформації та контролює їх?
2. Як досягається необхідний ефект?
3. Які ціннісні орієнтації світу, що створюється таким чином?
4. Як його сприймає аудиторія?

Ураховуючи мету уроків, вікові особливості учнів, учитель добирає відповідні прийоми навчальної діяльності з медіатекстом.

Здійснення аналізу медіатекстів розглядається в медіаосвіті в тісному зв'язку зі сприйняттям і самостійною оцінкою медіаінформації, що вимагає від авдиторії певних знань і умінь у сфері інформаційного світу. Зокрема, Б. Беєром[52] було запропоновано коло умінь, які необхідні для роботи з інформацією: здобувачі освіти «повинні вміти визначити:

1) відмінність між заданими й загальновідомими фактами та фактами, що вимагають перевірки;
2) надійність джерела;
3) точність визначення;

51 Мастерман Л. Обучение языку средств массовой информации. Специалист. 1993. С. 22–23.
52 Beyer B.K. Improving Thinking Skills. In: Phi Delta Kappan, 1984. Vol. 65. N 8. P. 56.

4) допустимі й недопустимі твердження;
5) відмінність між головною та другорядною інформацією, твердженням;
6) упередженість судження;
7) встановлені та невстановлені судження;
8) неясні та двозначні аргументи;
9) логічну несумісність у ланцюзі міркування;
10) силу аргументу.

Отже, **оцінку творів медіакультури** можна здійснювати в три **етапи**:

І етап — *інтерпретація твору медіакультури*, під час якої відбувається процес перекладу повідомлення, вираженого в мові медіа на мову індивіда, який його сприймає.

ІІ етап — *декодування медіатексту*, яке починається з постановки питань про сам медіатекст, його творців, його мету тощо.

ІІІ етап — *процес аналізу медіатексту*, який будується шляхом співтворчості — глядач «добудовує» твір, а саме:

- детальний аналіз кожної частини твору медіакультури й розгляд художньої закономірності твору як єдиного цілого;
- виявлення логіки розвитку авторської думки (центральної ідеї);
- розбір авторської концепції.

Прийомів навчальної діяльності з текстом дуже багато. Деякі з них подано нижче в інфографіці.

Прийоми навчальної діяльності з медіатекстом

На уроках доречно пропонувати учням **завдання на матеріалі науково-пізнавальних текстів:**

1. Самостійно прочитати текст мовчки (пошепки), олівцем підкреслити незнайому раніше інформацію.
2. Установити відповідність між інформацією тексту.
3. Знайти в тексті відповіді на запропоновані запитання.
4. Серед запитань, складених за змістом тексту, знайти питання, на які немає відповіді в тексті.
5. Розташувати питання, складені за змістом тексту, відповідно до послідовності викладення інформації в тексті.
6. Додати в питання, що складені за змістом тексту, необхідні слова.
7. Скласти питання за текстом і запропонувати однокласникам відповісти на них.
8. Відповісти на тестові питання за змістом тексту.
9. Позначити правильний варіант відповіді на питання з кількох запропонованих варіантів.

Учням завжди цікаво дізнаватися про життя відомих людей, які відіграли важливу роль у розвитку масмедіа. Так, можна запропонувати восьмикласникам ознайомитися з інформацією про погляди на життя людини, з якої почався Facebook. Їм пропонується ознайомитися з деякими фрагментами з виступу Марка Цукерберга перед випускниками Гарварду 25 травня 2017 року «Напуття у велике життя». Деякі питання за медіатекстом варто подавати у форматі питань міжнародного дослідження PISA, що сприятиме розвитку критичного мислення та вміння читати з розумінням, наприклад[53]:

1. Нижче наведена розмова двох випускників Гарварду, які слухали промову М. Цукерберга.

***Перший учасник розмови**. Я вважаю, що для досягнення успіху необхідна мета.*

***Другий учасник розмови**. Але цього замало. Важливим є робота в команді.*

Які слова М. Цукерберга ви могли б навести для підтвердження думки <u>першого учасника розмови</u>:

А Виклик для нашого покоління — зуміти створити світ, де в кожного буде відчуття мети.

Б Мета — це розуміння того, що ми — це щось більше, ніж ми самі.

В Мета — це те, що створює справжнє щастя.

<u>другого учасника розмови:</u>

А Щоб досягти того, до чого ми не можемо прийти поодинці, ми повинні зібратися разом усім світом.

Б Прогрес вимагає об'єднання.

В Але недостатньо, щоб мета була тільки у вас. Ви повинні створити це почуття для інших.

2. «Глобальні зміни починаються з малого — з нас самих». Чи відображає це речення наприкінці промови М. Цукерберга основну ідею його виступу. Обґрунтуйте відповідь.

53 Український правопис — це доступно! : навчально-методичний посібник серії «Шкільна бібліотека» для 5–9 класів закладів загальної середньої освіти / Дегтярьова Г. А., Кукленко О. С., Лузан Л. О., Шелехова Н. В. ; за заг. ред. Г. Дегтярьової. Харків : Соняшник, 2020. 240 с., іл.

Учням можна запропонувати дослідити, як історичні події і періоди, історичні особи можуть бути представлені в різних жанрах медіатекстів (документальних і мистецьких), встановити факти та судження про історичну, медійну особистість у тексті.

- ознайомитися з біографією (наприклад, вікіпедія, «Велика українська енциклопедія» тощо);
- дослідити архівні документи (на допомогу прийдуть віртуальні архіви);
- опрацювати матеріал у підручниках історії (різних років видання), літератури (*Чому по-різному подається інформація про одну й ту ж людину, наприклад, Івана Мазепу?*);
- порівняти інформацію у вікіпедії, «Великій українській енциклопедії», підручнику історії / літератури, у фільмі (*Встановити, де в тексті факти, а де судження.*);
- проаналізувати портрети, пам'ятники (*Чому по-різному подається образ, декодування візуальних зображень?*). Якщо ми зараз говоримо про Івана Мазепу, то можна скористатися матеріалами допису «"Тепер ми знаємо, як виглядав Мазепа". Невідомі сторінки життя й боротьби великого гетьмана»[54].

Портрет гетьмана Івана Мазепи в латах з Андріївською стрічкою. *Невідомий художник. 1700 рік. Дніпровський художній музей*

Гравюрний портрет гетьмана *(створений за життя). Мартін Бернінгротг*

Гіпотетичний портрет гетьмана, *створений за допомогою криміналістів, від проєкту «Україна. Повернення своєї історії»*

Портрет Івана Мазепи *авторства художниці Наталі Павлусенко*

- Науково-популярні фільми часів Радянського Союзу та незалежної України («Гетьман Іван Мазепа», режисер — О. Скрипник (1992), «Анатема», режисер — Л. Анічкін (1993), «Гра долі. Іван Мазепа» (студія «ВІАТЕЛ», 2007, повна версія: https://www.youtube.com/watch?v=OzOE80D84AI), «Українські шляхи: від Сум до Батурина» (2008, автор: Т. Голуб, реж. А. Скрипняк, http://www.mazepa.name/ukrayinski-shlyahy-vid-sum-do-baturyna-video/) чи телепередачі («Код ідентичності: Мазепа», телеканал «ДІМ» (2024): частина І — https://www.youtube.com/watch?v=-mvWDsA0rzk, частина ІІ — https://www.youtube.com/watch?v=JBZ-y3M-55M) (*Чому по-різному подається інформація про одну й ту ж людину? Декодування словесних зображень*);

54 Тесленко Ліна Інтерв'ю з Ольгою Ковалевською "Тепер ми знаємо, як виглядав Мазепа". Невідомі сторінки життя й боротьби великого гетьмана. URL: https://novynarnia.com/2019/03/20/380-richnyj-mazepa/

«Гетьман Іван Мазепа», *1992*

«Українські шляхи: від Сум до Батурина», *2008*

«*Код ідентичності: Мазепа*», *2024*

- Художні фільми (наприклад, «Мазепа» (Т/Д А. Ханжонков (Москва), 1909), («Мазепа» (Акціонерне товариство А. Ханжонков (Москва), 1914), кінофільм «Молитва за гетьмана Мазепу», автор сценарію, режисер-постановник, оператор — Ю. Іллєнко (2001) чи запропонувати відшукати художні фільми, де знайшов відображення образ Івана Мазепи) (*Як подано образ? Чому саме так? Чи вплинув час написання художнього твору на подання образу? Чому? Чи наявний авторський вимисел, факти?*);

«**Мазепа**», *1909, http://www.mazepa.name/ mazepa-film-1909-roku/*

«**Мазепа**», *1914, http://www.mazepa.name/ mazepa-film-1914-roku/*

«Молитва за гетьмана Мазепу», *2001, http://www.mazepa.name/foto-zi-zyomok-filmu-molytva-za-hetmana-mazepu/*

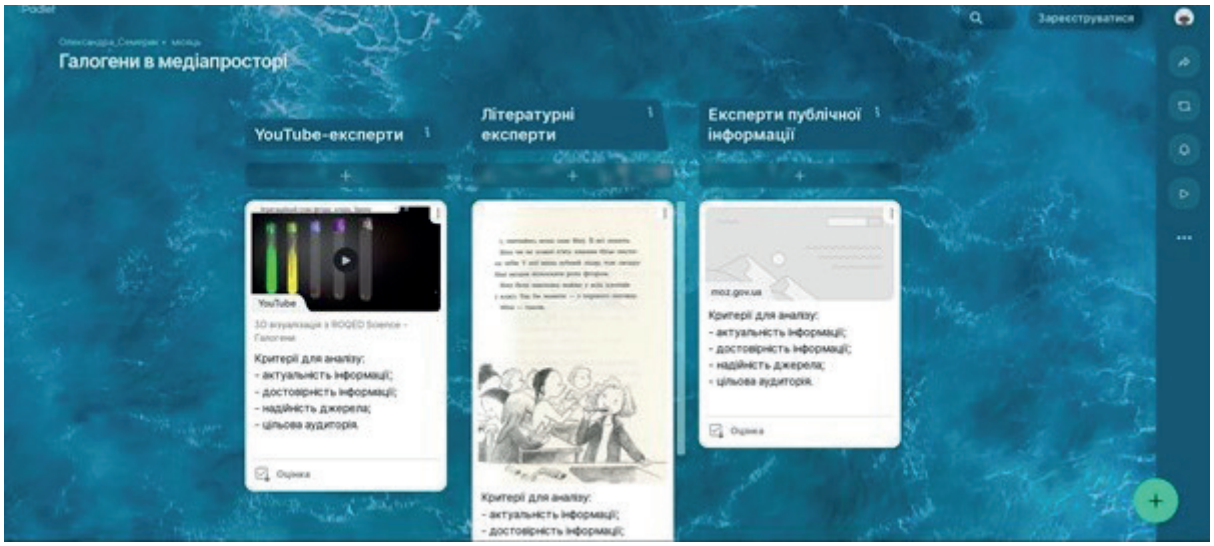
- Художні твори (наприклад, поему О. Пушкіна «Полтава», роман Б. Лепкого «Мазепа», поему В. Сосюри «Мазепа» тощо) (*Як подано образ? Чому саме так? Чи вплинув час написання художнього твору на подання образу? Чому? Чи наявний авторський вимисел, факти?*).

На сьогодні вміння аналізувати інформацію, оцінювати її достовірність, порівнювати факти є чи не найважливішим способом захисту себе в інформаційному полі. Ураховуючи це, на уроці хімії під час вивчення теми «Поняття про галогени та інертні елементи» можна запропонувати учням виконати вправу «Галогени в медіапросторі» (автор О. Семерик, учителька хімії комунального закладу «Есхарівський ліцей» Новопокровської селищної ради Чугуївського району Харківської області), мета якої розвивати вміння школярів здійснювати пошук, обробку та критичне оцінювання інформації природничого змісту, здобутої з різних джерел.

Учням пропонується, працюючи в групах, опрацювати пов'язану з темою уроку інформацію «3D візуалізація з ROQED Science — Галогени» з відеохостингу Youtube (https://youtu.be/tszEOaQVXMI?si=qyJ0FD78JEjABv-I), художньої літератури (Лаґеркранц Р., Еріксон Е. «Моє серце б'ється і сміється») та сайту Міністерства охорони здоров'я про те, що робити в разі хімічної атаки або аварії на хімпідприємстві (https://moz.gov.ua/article/news/scho-robiti-u-razi-himichnoi-ataki-abo-avarii-na-himpidpriemstvi). Кожна група отримує доступ лише до одного з джерел, але критерії для аналізу для всіх текстів є однаковими:

- актуальність інформації;
- достовірність інформації;
- надійність джерела;
- цільова аудиторія.

Через 7 хвилин від початку роботи один з представників кожної групи коментує отримані результати, розміщені на онлайн-дошці Padlet.



Результати роботи груп, розміщені на онлайн-дошці Padlet

Учні уважно слухають повідомлення однокласників і в разі потреби доповнюють їх. Потім відбувається обговорення проаналізованого матеріалу: акцентується увага на виявлених неточностях у деяких джерелах і наслідках, до яких може привести використання такої інформації в реальному житті.

Як бачимо, навіть така, на перший погляд, вузькоспеціальна тема «Галогени» може траплятися в різних інформаційних джерелах. Але вміння правильно інтерпретувати інформацію, оцінювати надійність джерел, у яких вона розміщена, допоможе приймати зважені рішення та сприятиме розвитку медіакультури особистості.

Важливо навчити наше учнівство бачити маніпуляції в медіатекстах, зокрема в заголовках.

А. Посохова, учитель української мови та літератури КЗ «Лиманський ліцей» Слобожанської селищної ради Чугуївського району Харківської області, під час вивчення в 10 класі драми-феєрії «Лісова пісня» Лесі Українки пропонує учням виконати вправу «Критичне око».

Мета вправи: навчити здобувачів освіти розпізнавати маніпулятивні прийоми в заголовках до драми-феєрії «Лісова пісня»; поглибити знання про сюжет та героїв твору; формувати вміння аргументувати свою думку щодо правдивості та об'єктивності інформації; розвивати навички пошуку, перевірки та критичного аналізу інформації з різних джерел, зв'язне

мовлення; сприяти вихованню в учнів активної громадянської позиції щодо протидії маніпуляціям у ЗМІ.

Учням / ученицям пропонується знайти факти з тексту драми-феєрії «Лісова пісня», які підтверджують або спростовують твердження, сформульовані в заголовках, і занести їх у таблицю (табл. 14), придумати власні заголовки, які будуть точно відображати зміст тексту.

Фрагменти газетних статей

ПОЛІСЬКИЙ ВІСНИК

ПРИВОРОЖИЛА? ЛІСОВА НІМФА ЗАКОХУЄ В СЕБЕ ПРОСТОГО ХЛОПЦЯ

Судіть самі:

Мавка:

[ст. 32*]

ІЛЮСТРАЦІЯ СОФІЇ КАРАФФИ-КОРБУТ

ПОЛІСЬКИЙ ВІСНИК

ПРИРЕЧЕНЕ КОХАННЯ: ДЯДЬКО ЛЕВ ПРОТИ МАВКИ?

Свідок, який захотів лишитися анонімним, процитував слова дядька:

Лев:

[ст. 37*]

ІЛЮСТРАЦІЯ СОФІЇ КАРАФФИ-КОРБУТ

ПОЛІСЬКИЙ ВІСНИК

МАВКА ЗРАДИЛА! ЩО ТЕПЕР ВІДЧУВАЄ ЛУКАШ?

Факт зради підтверджено батьком Мавки!

Лісовик:

Доню, доню, як тяжко ти караєшся за зраду!

[ст. 57*]

ІЛЮСТРАЦІЯ СОФІЇ КАРАФФИ-КОРБУТ

ПОЛІСЬКИЙ ВІСНИК

СТАЛКЕР? МАВКА ПЕРЕСЛІДУЄ ЛУКАША

Ось, що сказали Мати та Килина:

Мати:

[ст. 41*]

Килина:

[ст. 70*]

ІЛЮСТРАЦІЯ СОФІЇ КАРАФФИ-КОРБУТ

ПОЛІСЬКИЙ ВІСНИК

СЕНСАЦІЯ! МАВКА РОЗКРИВАЄ СВОЮ ТЕМНУ СТОРОНУ

Розмова між закоханими з'явилася в мережі "Інтернет":

Мавка:

Лукаш:

Мавка:

[ст. 52-53*]

ІЛЮСТРАЦІЯ СОФІЇ КАРАФФИ-КОРБУТ

ПОЛІСЬКИЙ ВІСНИК

ЛУКАШ ПОМИЛИВСЯ: МАТИ НЕ СХВАЛЮЄ ШЛЮБ СИНА З КИЛИНОЮ

До редакції надіслали запис розмови між Килиною та матір'ю Лукаша...

Мати каже Килині:

[ст. 69*]

ІЛЮСТРАЦІЯ СОФІЇ КАРАФФИ-КОРБУТ

ПОЛІСЬКИЙ ВІСНИК

КРИМІНАЛЬНІ НОВИНИ. ЖОРСТОКЕ ВБИВСТВО МАВКИ

Зі слів свідка:

Килина

Лукаш

Килина

[ст. 76-77*]

ІЛЮСТРАЦІЯ СОФІЇ КАРАФФИ-КОРБУТ

ПОЛІСЬКИЙ ВІСНИК

ПОЛІСЬКИЙ РОМЕО: ЛУКАШ НЕ ЗМІГ ЗМИРИТИСЯ ЗІ СМЕРТЮ МАВКИ

Тіло хлопця знайшли біля берези:

[ст. 82*]

ІЛЮСТРАЦІЯ СОФІЇ КАРАФФИ-КОРБУТ

Таблиця 14

Підтвердження / спростування тверджень, сформульованих у заголовках

№ з/п	Назва заголовка	Цитата	Підтвердження/ спростування твердження	Альтернативна назва заголовка
1.	***Приворожила? Лісова німфа закохує в себе простого хлопця***	**М а в к а:** *Візьму собі твою співочу душу,* *а серденько словами зачарую...* ***[Ст. 32]***	***Приклад відповіді:*** **Спростування.** У тексті немає підтвердження того, що Мавка використала магічний приворот, щоб закохати в себе Лукаша. Їх почуття були взаємними. Це підтверджують слова: **Л у к а ш:** То ми вже поєднались **М а в к а:** Ти не чуєш, як солов'ї весільним співом дзвонять **Л у к а ш:** Я чую... Се вони вже не щебечуть, не тьохкають, як завжди, а співають: «Цілуй! цілуй! цілуй!» (Цілує її довгим, ніжним, тремтячим поцілунком). Я зацілую тебе на смерть! **М а в к а:** Цить! Хай говорить серце... Невиразно воно говорить, як весняна нічка. **Л у к а ш:** Чого там прислухатися — Не треба! **М а в к а:** Не треба, кажеш — То не треба, милий! Не треба, любий! Я не буду, щастя, не буду прислухатися, хороший! Я буду пестити, моє кохання! Ти звик до пестощів **Л у к а ш:** Я не любився ні з ким ще зроду. Я того й не знав, що любощі такі солодкі! Мавка пристрасно пестить його, він скрикує з мукою втіхи. ***[Ст. 30–32]***	***Приклад відповіді:*** Між світами: Кохання Мавки й Лукаша
2.	***Приречене кохання: Дядько Лев проти Мавки?***	**Л е в:** *Дивись ти — «дядечку»!* *Знайшлась небога!...* ***[Ст. 37]***		

№ з/п	Назва заголовка	Цитата	Підтвердження/ спростування твердження	Альтернативна назва заголовка
3.	***Мавка зрадила! Що тепер відчуває Лукаш?***	**Л і с о в и к:** *Доню, доню,* *як тяжко ти караєшся за зраду!.* ***[Ст. 57]***		
4.	***Сталкер? Мавка переслідує Лукаша***	**М а т и:** *Чого ти все за ним —* *Не випадає* *за парубком так дівці уганяти...* ***[Ст. 41]*** **К и л и н а:** *До кого ти прийшла — Його нема. Я знаю, ти до нього! Признавайся — він твій коханок...* ***[Ст. 70]***		
5.	***Сенсація! Мавка розкриває свою темну сторону***	***М а в к а:*** *У лісі є такі провалля,* *заховані під хрустом та галуззям, –* *не бачить їх ні звір, ані людина,* *аж поки не впаде...* ***[Ст. 52–53]***		
6.	***Лукаш помилився: мати не схвалює шлюб сина з Килиною***	***М а т и каже Килині:*** *Дурний Лукаш, що проміняв на тебе;* *бо то було таке покірне, добре,* *хоч прикладай до рани..* ***[Ст. 69]***		
7.	***Кримінальні новини. Жорстоке вбивство Мавки***	***К и л и н а*** *Зрубай її, як хочеш,* *хіба я бороню — Ось на й сокиру.* *(Витягає йому з сіней сокиру).* ***[Ст. 76–77]***		
8.	***Поліський Ромео: Лукаш не зміг змиритися зі смертю Мавки***	*Лукаш сидить сам, прихилившись до берези, з сопілкою в руках, очі йому заплющені, на устах застиг щасливий усміх. Він сидить без руху. Сніг шапкою наліг йому на голову, запорошив усю постать і падає, падає без кінця...* ***[Ст. 82]***		

Під час виконання вправи учні обговорюють знайдену інформацію та діляться своїми думками щодо контексту висловів і тим, як маніпуляції впливають на сприйняття інформації.

Ця вправа на визначення маніпуляцій дає можливість учням аналізувати інформацію, оцінювати мотиви та наміри людей, а також виявляти приховані впливи. Це допоможе їм не піддаватися емоційному тиску, не вірити всьому, що їм кажуть, і робити свідомий вибір.

Важливо, щоб робота з аналізу медіатекстів велася на уроках систематично.

Нижче в табл. 15 подано класифікацію рівнів оцінки (аналізу) медіатекстів здобувачами освіти.

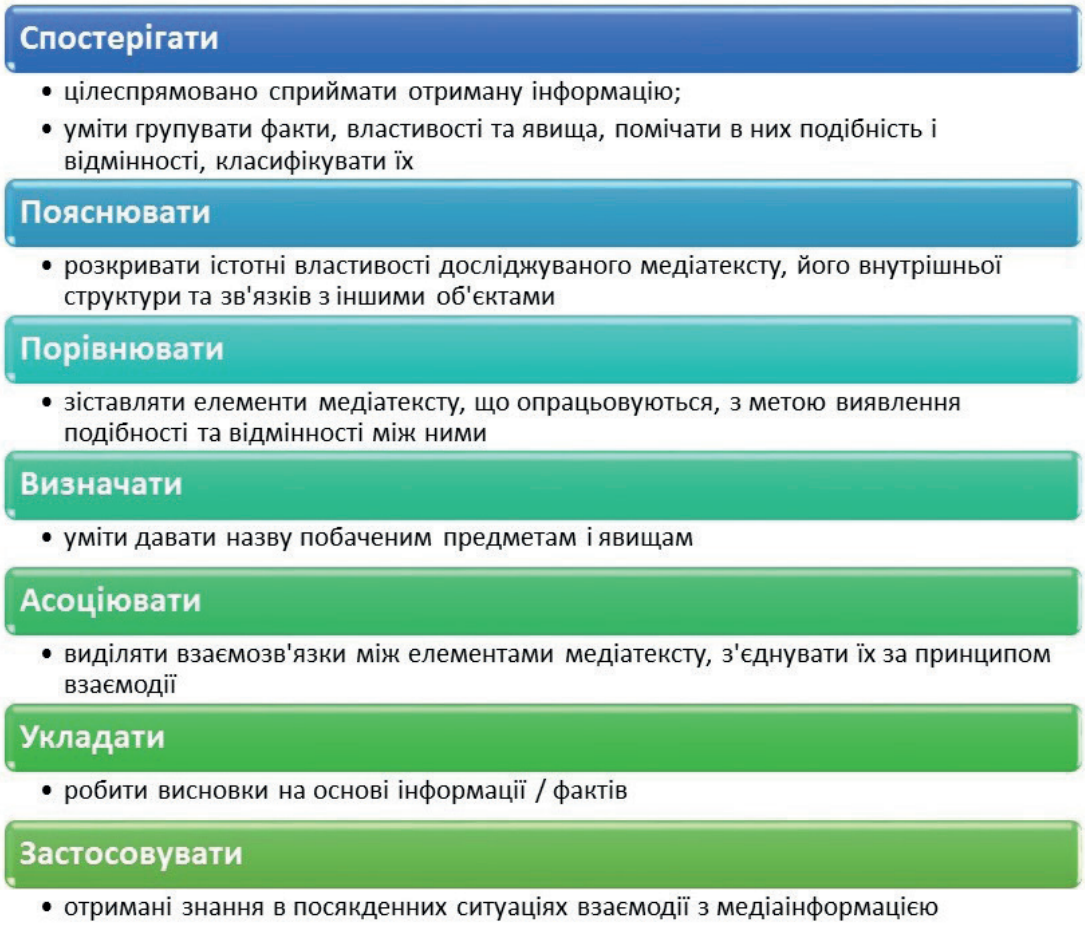
Таблиця 15

Класифікація рівнів оцінки (аналізу) медіатекстів

№ з/п	Рівні оцінки медіа-текстів	Показники рівнів оцінки медіатекстів
1.	***Низький рівень***	«Безграмотність», тобто незнання мови медіа. Нестійкість, плутаність суджень, схильність до зовнішнього впливу, відсутність інтерпретації позиції героїв і авторів медіатексту, уміння переказати фабулу твору.
2.	***Середній рівень***	Уміння дати характеристику вчинків і психологічних станів персонажів медіатексту на основі фрагментарних знань, здатність пояснити логіку послідовності подій у сюжеті, уміння розповісти про окремі компоненти медіаобразу, відсутність інтерпретації авторської позиції (або примітивне її тлумачення).
3.	***Високий рівень***	Аналіз медіатексту, заснований на широких знаннях, переконливому трактуванні (інтерпретації) авторської позиції (з якою виражається згода або незгода), оцінці соціальної значущості твору (актуальності та ін.), уміння співвіднести емоційне сприйняття з понятійним судженням, перенести це судження на інші жанри й види медіа, витлумачити назву медіатексту як образне узагальнення та ін. При цьому «інтерпретацію» можна визначити як процес перекладу повідомлення, вираженого в мові медіа, на мову індивіда, що її сприймає.

Уміння працювати з інформацією досягається в процесі системної діяльності.

Пропонуємо ознайомитися з ***комплексом умінь, необхідних для здійснення повноцінного критичного аналізу медіатексту***:



Слід наголосити, що при цьому важливим завданням залишається збереження в авдиторії цілісності сприйняття та оцінки медіатекстів.

Таким чином, одним з найважливіших завдань медіаосвіти є розвиток в учнівства здатності до повноцінного сприйняття та умінь самостійно, критично аналізувати медіатексти.

Розділ 10
СХЕМИ АНАЛІЗУ МЕДІАТЕКСТІВ та алгоритми їх обговорення

Пропонуємо ознайомитися з послідовністю аналізу різних видів медіатекстів.

Загальна послідовність аналізу візуальних медіа (картин, карикатур, фотографій, афіш, постерів, обкладинок, друкованої реклами)

1. **Виберіть зображення.** Виберіть зображення, яке підходить для глибокого аналізу. Ця стратегія аналізу працює найкраще, коли образ відображає (навмисно чи ні) певну думку, точку зору або перспективу. Візуальне мистецтво, пропагандистські образи, фотографії та політичні карикатури є гарними прикладами візуальних медіа, які відображають перспективу.

2. **Долучіть учнів до аналізу.** Поділіться зображенням з учнями, роздавши копії, проєктуючи або демонструючи їх у класі. Долучати школярів треба повільно, застосовуючи такі шість кроків, зупиняючись між кожним з них, щоб дати дітям час для обдумування та записів:

Крок перший: попросіть учнів придивитися до зображення протягом тривалого часу. Попросіть їх звернути увагу на форми, кольори, текстури, положення людей та / або предметів тощо.

Крок другий: попросіть учнів записати те, що вони бачать, не роблячи інтерпретації зображеного.

Крок третій: запитайте учнів: «Які запитання ви маєте до цього зображення, на які треба відповісти, перш ніж ви зможете почати його інтерпретувати?». Поставте стільки питань, скільки маєте.

Крок четвертий: попросіть учнів обговорити свої питання з двома іншими школярами в класі, щоб спробувати відшукати відповіді.

Крок п'ятий: ураховуючи історичний контекст і тематику твору, запитайте учнів, що намагається сказати автор зображення (що означає цей фрагмент), і хто, на їхню думку, є цільовою аудиторією?

Крок шостий: обговоріть свою інтерпретацію з класом і будьте готові підтримати вашу точку зору, звернувшись до конкретних елементів зображення й того, що ви знаєте про історію того часу.

3. **Обговоріть процес.** Виділіть кілька хвилин, щоб обговорити з учнями враження від процесу аналізу візуальних медіа. Для багатьох він може бути занадто повільним, але, практикуючи й обговорюючи цей процес, діти почнуть реагувати більш продумано й критично на образи, з якими вони стикаються щодня.

(Джерело: http://medialiteracy.org.ua/metodyka-yak-analizuvaty-vizualni-obrazy/)

Почнемо з аналізу світлин.

Фотографія, як і будь-який медіатекст, може належати до різних видів текстів: бути художньою або документальною. Залежно від цього змінюються критерії її аналізу та оцінки.

Так, **художню фотографію можна аналізувати за законами художнього тексту**: можна говорити про простір, композицію, образи, жанри (портрет, пейзаж, натюрморт, жанровий знімок, «фрагмент»), ритм, колір, стиль і т. ін., оскільки тут виявляється близькість фотографії до образотворчого мистецтва й до екранних мистецтв.

Схема аналізу фотографії

- Просто й точно опишіть, що ви бачите на фотографії. На цій стадії не прагніть будувати припущення про те, що ви бачите.
- Дайте відповіді на запитання:
  1. Які предмети й речі зображені на фото?
  2. На чому автор хотів акцентувати увагу?
  3. Хто зображений на фотографії? Хто ці люди? Чим вони займаються?
  4. Позували вони чи ні? Які це об'єкти? Опишіть осіб, зображених на фотографії, а також їхні дії і/чи об'єкти, показані на знімку.
  5. Чому в цей момент і в цьому місці був фотограф?
  6. Як згруповані люди і/чи об'єкти? Опишіть, що ви бачите на задньому плані, на передньому плані, у центрі, з лівої і правої сторони фотографії.
  7. Що, на вашу думку, відбувається на цій фотографії?
  8. Приблизно вкажіть, коли, на вашу думку, був зроблений знімок (рік? період? подія?).
  9. Чи міститься у фотографії текстова інформація: плакати, реклама, підписи?
  10. Це природна фотографія, чи для неї спеціально позували перед фотокамерою?
  11. Чому саме в цьому місці й саме в цей час з'явилася людина з фотоапаратом? Яку максимальну інформацію ми можемо отримати з цієї фотографії?
  12. На які питання фотографія не дає відповіді? Яка інформація відсутня?

(Укладено за матеріалами: 1. О. Мокрогуз Інтерпретація візуальних архівних матеріалів. Острів знань. URL: http://shkola.ostriv.in.ua/publication/code15B2A29AED02A/list-a3bb513f26.

2. Потапова В., Охредько О. Що потрібно робити, щоб не стати жертвою маніпуляції. DOCUDAYS UA, Центр громадянської просвіти Альменда, 2015.

Наприклад, *на уроці англійської мови* під час вивчення теми «Family» можна попрацювати з родинними фото. Не варто пропонувати учням приносити світлини своїх рідних, адже не в кожного є батько чи мати, бабуся чи дідусь, варто скористатися фото зовсім чужих людей, узятих з інтернету.

Завдяки вправі «Family photo (Родинне фото)» (розробник Г. Дегтярьова) учні / учениці зможуть закріпити лексику за темою «Family / Сім'я», а також прийменники місця «Prepositions of Place». Крім того, мають можливість розширити уявлення про джерело інформації, про фото як одне з джерел інформації; удосконалять свої вміння з аналізу інформації, поданій на фото, познайомитися з поняттям загальний, задній, передній план, мізансцена; розвинути навички критичного мислення.

Учитель/ка починає з актуалізації теми під час евристичної бесіди:

- Чи є у вас удома родинні фото?
- Чи любите ви їх розглядати?
- Про що нам можуть розповісти світлини?
- Уважно розгляньте фотографії.

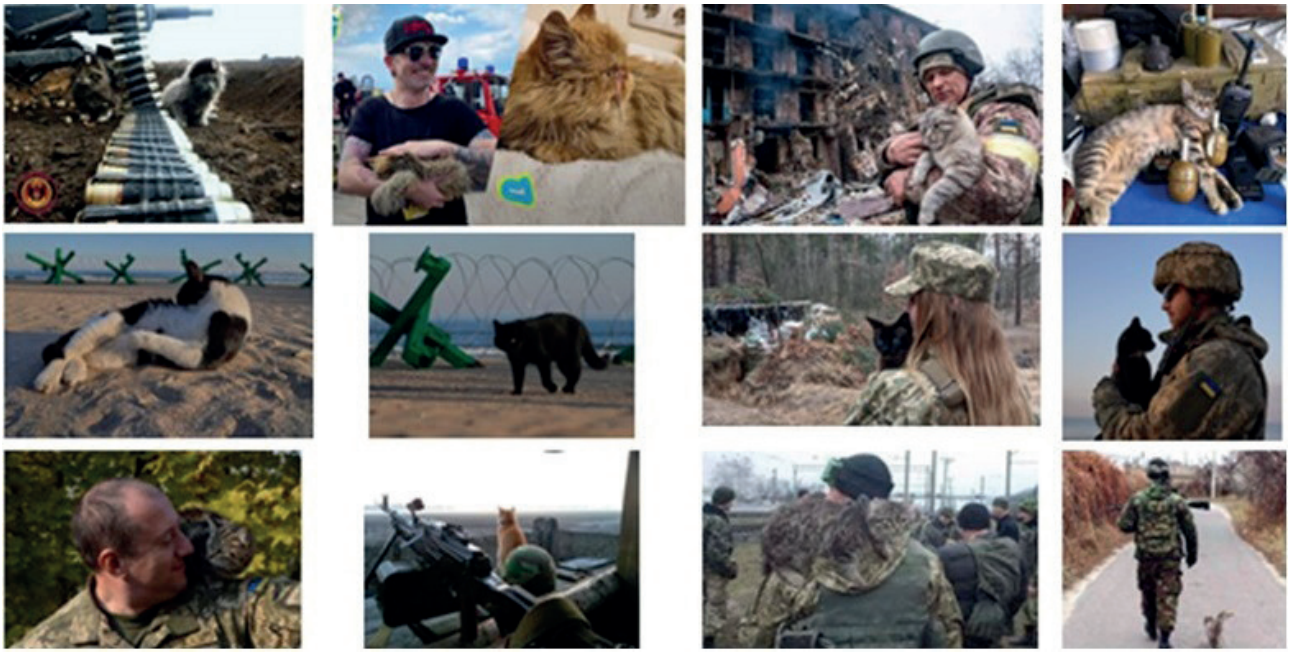
Дайте відповіді на питання:

- Хто зображений на цих світлинах? Хто ці люди?
- Скільки членів у кожній родині?
- Назвіть членів родини на кожній фотографії.
- Як згруповані люди? Опишіть, що ви бачите на задньому плані, на передньому плані, у центрі, з лівої і правої сторони фотографії.
- Зверніть увагу на розташування людей на світлинах. Скажіть, хто де знаходиться, використовуючи прийменники місця «Prepositions of the Place» (in, on, under, in front on, behind, beside, to the left of, to the right of).
- Приблизно вкажіть, коли, на вашу думку, був зроблений знімок (рік / епоху? пора року? час доби?).
- Чому ви так вважаєте? Що саме на цих фото вам це підказало?
- Це природна фотографія, чи для неї спеціально позували перед фотокамерою?
- Як ви гадаєте, це щасливі родини?

Після обговорення обов'язково варто підвести дітей до висновку, що фото є джерелом інформації, а візуальне зображення на ній може розповісти цікаву історію.

Отже, учень / учениця, виконуючи таку вправу, аналізує фото як джерело інформації, виокремлює важливі деталі, робить висновки; визначає композицію та план зображення; формулює особистісне ставлення до візуальних медіа.

На уроках української мови можна запропонувати проаналізувати світлини із зображеннями бойових котиків ЗСУ і виділити істотні ознаки, якими бойовий котик на кожному фото різниться від решти[55]. Так ми вчимо учнів бути уважними до деталей.



А далі роботу зі світлинами можна продовжити таким чином: дати завдання школярам відшукати світлини найвідоміших котів України та придумати заголовок до світлини з котом, якого найбільше вподобали на одному із розглянутих вище фото, давши відповідь на питання:

- *Чому цей кіт став знаменитий?*
- *Чим кіт вирізняється від інших?*
- *Як пережите вплинуло на тварину?*

Не варто ігнорувати роботу із зображеннями, що розміщуються в соціальних мережах. У вправі **«Декодуємо зображення»**[56]**,** у межах якої пропонуємо учням / ученицям проаналізувати світлину, яку побачив учитель/ка в себе в стрічці фейсбуку та сказав дітям, що багато хто лайкнув або запостив її, не замислюючись над тим, що хотіли нам сказати цим зображенням. Таким чином ми спонукаємо учнів до мінідискусії за питанням: «Чи можна постити інформацію в соцмережах, не проаналізувавши її?», після чого пропонується уважно роздивитися світлину й дати відповіді на запитання:

- Що одразу спало на думку, коли ви побачили цього кота?
- *Які почуття викликає ця світлина у вас?*
- *Що не так з цією світлиною?*
- *Хто створив цю світлину? З якою метою?*
- *Якщо кіт молодець, то чому ж у такому разі його поставили біля поліцейської лінійки?*

55 Дегтярьова Г.А. Урок мовленнєвого розвитку. 5 клас Усний твір-опис тварини в художньому стилі. Бойові котики ЗСУ. Частина 1. *Тулбокс уроків медіаграмотності (уроки, вправи, заняття, в які інтегровані елементи медіаграмотності)*. АУП, 2022. 15 с. URL: https://cutt.ly/pJ69Jt0

56 Дегтярьова Г.А. Урок мовленнєвого розвитку. 5 клас Усний твір-опис тварини в художньому стилі. Бойові котики ЗСУ. Частина 2. *Тулбокс уроків медіаграмотності (уроки, вправи, заняття, в які інтегровані елементи медіаграмотності)*. АУП, 2022. 15 с. URL: https://cutt.ly/fJ691qA

- *Як ви гадаєте, хто його заарештував? У якій країні? Які деталі зі світлини вам це підказали?*
- *Якщо на росії, то хіба там могли написати «Насрав оркам в танк» і відправити «руський воєнний корабель» у добре всім відомому напрямку?*
- *Якщо ж в Україні, то в чому провина кота?*
- *Чи справді кота було заарештовано чи це фейк? Відповідь вам підкаже зображення злодія. Зверніть увагу на те, яка інформація має бути розміщена на табличці, яку затриманий тримає в руках?*
- *Як ви гадаєте, у яких ЗМІ могла бути надрукована ця світлина з таким підписом «Медаль котові!»? Поясніть, чому ви так думаєте.*
- *Які візуальні маніпулятивні прийоми використано авторами світлини котика?* (Головний герой — котик, а коти такі «няшні», завжди викликають розчулення, співчуття. Образ кота-арештанта. Крупний план. Чесні очі. Усе це розраховано на емоційне сприйняття. Відсутня повна інформація про кота (кличка, де й коли з ним це сталося, чому арештували…). Текст на табличці, яку кіт тримає в лапах. Ненормативна лексика.). Хочемо зауважити, що варто поспілкуватися з учнями / ученицями з приводу доречності використання ненормативної лексики в нашому мовленні. Не варто виправдовувати її використання війною, поганим настроєм тощо.
- Придумайте заголовок до новини за поданою світлиною.

Завершуючи роботу, учні / учениці презентують свої заголовки до світлини. Визначають найбільш вдалий заголовок. Обговорюють словесні засоби впливу на людську свідомість та способи маніпуляцій.

Далі пропонується описати кота-арештанта, героя події. Акцентується увага на важливості аналізу зображень, навіть «мімімішних», за допомогою яких маніпулюють нашою свідомістю.

Схема аналізу обкладинки журналу

1. Визначте, який вид медіатексту ви бачите.
2. Що зображено й чому саме це?
3. Які прийоми (технічні, змістові) застосовано? Чому саме їх? Яке зображення? Як опрацьовано? Що прибрано? Що посилено?
4. Чи знаєте ви щось про людей чи події, які бачите, з інших джерел інформації? Що саме?
5. Оцініть медіатекст на основі аргументів. (це медіатекст, який можна оцінити як корисний / некорисний/шкідливий, тому що 1) …, 2) …, 3) …).
6. Сформулюйте особисте ставлення до цього медіатексту. (Ця інформація саме для мене є корисною-некорисною, цікавою-нецікавою, шкідливою; особисто мені вона дає/не дає …).

(Укладено О. Понежою за матеріалами посібника: Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: Посібник для вчителя. / За ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза. К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. 201 с.)

Наводимо приклад практичного завдання, розробленого Г. Дегтярьовою, О. Кукленко, яке передбачає аналіз трьох обкладинок глянцевих журналів учнями/ученицями у групах[57]. Здобувачі освіти мають за ними описати (10 слів) образ «героя / героїні» першої сторінки / обкладинки видання. Можна запропонувати для опису використати першій групі лише прикметники, другій — лише іменники, третій — лише дієслова.

Групи презентують свої описи, після чого вчитель/ка запитує:

- Чому саме ці слова ви використали для опису цих зображень?
- Які прийоми (технічні, змістові) застосовано й чому саме їх?
- Чи знаєте ви щось про людей, які бачите, з інших джерел інформації? Із яких саме? Що саме? Чи надійні ці джерела інформації? Чому?
- Який стиль життя презентує кожна із зображених тут знаменитостей?
- Чим він вас приваблює?
- Чи бажали би ви жити таким життям?
- Чи бажали би ви цього, якби не бачили подібні образи кожного дня на обкладинках глянцевих журналів?
- Чому, на вашу думку, глянцеві журнали не пишуть про звичайних, приємних і красивих людей, але яких знають лише їхні рідні?

Схема аналізу плакатів

1. Визначити подію, якій присвячений плакат.
2. Визначити, за чиїм замовленням він був виготовлений і для якої аудиторії.
3. Проаналізувати персонажі та символи плаката.
4. Звернути увагу, які фігури, об'єкти винесені на передній план і що віднесено на задній план.
5. Проаналізувати, які фігури й об'єкти зображені великими і маленькими; чому.
6. Сформулювати повідомлення, яке плакат був покликаний донести до своєї аудиторії.

(Укладено О. Понежою за матеріалами посібника Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: Посібник для вчителя. / За ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза. К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. 201 с.)

57 Основи медіаграмотності: Навчально-методичний посібник для вчителя 8 (9) клас. Плани-конспекти уроків / За ред. В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк, О.П. Мокрогуза. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. 190 с.

Щодо роботи з плакатами.

Пропонуємо розроблену О. Мокрогузом вправу «Меседжі та значення»[58], яка передбачає *на уроці історії України* аналіз плакату як медіатексту за такими питаннями:

- Про які ідеї, цінності йдеться на цих плакатах?
- До чого апелюють автори? (авторитет національного культурного героя Тараса Шевченка, сімейні цінності, образ чоловіка як захисника).
- Як колірна гама допомагає передати зміст плаката?
- Що об'єднує ці плакати?
- Знайдіть зображення ворогів (у рамках концепції плакату)?
- Який вигляд мають вороги на плакатах?
- Для чого вони так зображені?

Можна запропонувати учням / ученицям на основі плакатів, що аналізувалися, створити меми.

На уроці фізики під час вивчення теми «Атомна енергетика України. Екологічні проблеми атомної енергетики» на етапі мотивації навчальної діяльності Т. Богданова[59] вважає доречним використати вправу, у процесі виконання якої учням/ученицям пропонується протягом 5 хвилин уважно розглянути приклади створених у 50-х — 90-х рр. XX ст. плакатів щодо застосування ядерної енергії та дати відповіді на питання:

1. Що зображено на цих плакатах? Як ви гадаєте, чому саме це?
2. Яке значення мають ці зображення?
3. Проаналізуйте кольорову гаму плакатів. Висловіть припущення, чому автори використали саме такі кольори.
4. Якої реакції очікують автори, замовники цих зображень?

58 Основи медіаграмотності: Навчально-методичний посібник для вчителя 8 (9) клас. Плани-конспекти уроків / За ред. В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк, О.П. Мокрогуза. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. 190 с.

59 Богданова Т.Б. Розробка уроку за темою «Атомна енергетика України. Екологічні проблеми атомної енергетики». URL: file:///C:/Users/User/Downloads/%D0%A3%D1%80%D0%BE%D0%BA_%D0%91%D0%BE%D0%B3%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%A2.%D0%92..pdffile:///C:/Users/User/Downloads/%D0%A3%D1%80%D0%BE%D0%BA_%D0%91%D0%BE%D0%B3%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%A2.%D0%92..pdf.

5. Що спільне і що відмінне в цих меседжах?
6. З якою метою були створені ці плакати?

Джерело: https://twitter.com/jarilo2/status/1031152954819133441

Джерело: http://deduhova.ru/statesman/igor-vasilevich-kurchatov/

Джерело: http://22-91.ru/statya/atom-mirnyjj-obninskaja-atomnaja-ehlektrostancija---pervaja-v-mire/19.11.2014

Джерело: https://propagandahistory.ru/2270/Sovetskie-plakaty--posvyashchyennye-borbe-za-mir/

Джерело: https://caricatura.ru/art/izbasarov/url/parad/izbasarov/359/

Джерело: www.irbis-nbuv.gov.ua

Неабиякий інтерес з точки зору декодування медіаменеджів мають *карикатури*.

Схема аналізу карикатури

1. Опишіть образи, персонажів.
2. Якій події і якому часові присвячена карикутура?
3. Чи впізнаєте ви персонажів?
4. Визначте, які символи використовував художник? Чому він до них звернувся? Яке ставлення до персонажів – позитивне чи негативне – висловлює карикатура?
5. Які ідеї та політична позиція автора? Як би ви їх визначили?
6. Що ви знаєте з інших джерелах про події, яким присвячена карикатура? Як ваше знання взаємопов'язане з тим, що ви дізналися завдяки карикатурі?
7. У якій країні, на вашу думку, могла бути надрукована ця карикатура?

(Укладено О. Понежою за матеріалами посібника Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: Посібник для вчителя. / За ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза. К.: Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. 201 с.)

Учням / ученицям *на уроках історії України* можна запропонувати за схемою, поданою вище, проаналізувати медіатекст, а саме: карикатуру «Лебідь, рак та щука» авторства Діда Охр.

[Охрим Судомора] (http://immh.kiev.ua/hochetsya-odgornuti-zavisu-maybutnogo-y-zazirnuti-shho-tayitsya-za-neyu-abo-yak-ukrayinska-gromada-kiyeva-zustrichala-noviy-1918-rik/?lang=en), що була надрукована у виданні «Ґедз» (Київ. 1918. № 5. С. 1.) і присвячена вирішенню подальшої долі новопосталої на геополітичній карті Європи Української Народної Республіки на мировій конференції в Бресті 17 (30) грудня 1917 р.

Як читати пресу?

На які питання слід шукати відповіді?

1. Яка мета та цілі цієї інформації? Чому вони так думають?
2. Які слова використані?
3. Яке джерело цієї інформації? Як ця інформація отримана? З яких джерел?
4. Які аргументи використані? Чи застосовувалися якісь маніпулятивні прийоми в ході створення цієї інформації?
5. Чи не містить вона яких-небудь упереджень або стереотипів?
6. Які наслідки може спричинити ця інформація? Хто є цільовою групою для цієї інформації?
7. Чи містить вона інші точки зору? Яка думка тих, хто причетний до цієї інформації?

(Укладено за матеріалами брошури: Потапова В., Охредько О. Що потрібно робити, щоб не стати жертвою маніпуляції. DOCUDAYS UA, Центр громадянської просвіти Альменда, 2015)

На етапі мотивації навчальної діяльності учнів/учениць *на уроці української літератури* у 8 класі за темою «Патріотичний пафос вірша Володимира Сосюри «Любіть Україну!» доречно запропонувати розроблену Г. Дегтярьовою, Н. Шелеховою в межах проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність»[60] вправу з декодування фрагментів редакційної статті газети «Правда» під страхітливою назвою «Проти ідеологічних збочень у літературі», що надрукована 2 липня 1951 року. Тут варто пояснити, яку роль відіграє преса в тоталітарних державах, адже в 50-ті роки минулого століття такі установчі статті в Радянському Союзі прирівнювалися мало не до постанови ЦК, недарма вона була передрукована багатьма літературними журналами. Після опрацювання фрагментів статті учням пропонується під час аналітичної бесіди здійснити декодування статті, даючи відповіді на питання:

- Що найбільше вас вразило в цій статті?
- Хто знає, кому належала газета «Правда», чиї інтереси вона представляла?
- Як ви вважаєте, на кого розрахований цей матеріал?
- На вашу думку, з якою метою написано цю статтю?
- За допомогою яких лексичних прийомів автори статті виявляли своє ставлення до вірша В. Сосюри «Любіть Україну»?
- Чи згодні ви зі звинуваченнями поета в націоналізмі?
- Як ви розумієте поняття «буржуазний націоналізм»? Порівняйте свої думки з тлумаченням цього поняття в словниках.

60 Інтеграція інфомедійної грамотності у навчальний процес. Навчально-методичні матеріали проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». К. : IREX в Україні, 2019–2020.

- Яка була мотивація засудження В. Сосюри?
- Поезія В. Сосюри «Любіть Україну!» написана в 1944 році. Чому аж у 1951 році в головній газеті Радянського Союзу з'явилася стаття «Проти ідеологічних збочень у літературі»? Що саме в той час відбувалося в країні?
- Чи суперечила поезія «Любіть Україну» позиції Кремля, який ще з 1917 року боявся всього «окремішнього»: любити можна було Радянський Союз загалом, але не Україну?
- Як ви оцінюєте той факт, що після виходу цієї статті ЦК КП(б)У видало постанову, за якою поезію «Любіть Україну» треба було видалити з усіх видань віршів В. Сосюри чи збірників в Україні: органи цензури мали або склеїти сторінки, або ж вирізати їх?
- Чи простежується факт впливу ЗМІ, зокрема друкованих, на формування громадської думки?
- Як ви вважаєте, чи сьогодні масмедіа є інструментом для маніпуляції суспільною свідомістю? Наведіть приклади.
- Чи впивають масмедіа на ваше особисте життя?
- Як уникнути маніпуляцій з боку медіа?

Виконання такої вправи дозволить учням навчитися працювати з різними джерелами інформації, декодувати зміст медіатекстів; з'ясувати вплив друкованих ЗМІ на формування громадської думки, усвідомити роль ЗМІ як інструменту політичного тиску та маніпуляції на суспільство.

На уроці фізики під час вивчення теми «Атомна енергетика України. Екологічні проблеми атомної енергетики», говорячи про недостатньо продумані рішення щодо побудови АЕС, учитель/ка пропонує звернути увагу на те, що такі рішення дорого коштують як країні, людству, так і окремій людині, наводить декілька прикладів «пам'яток» посіхом прийнятих рішень і пропонує учням / ученицям розглянути фотографії недобудованих атомних електростанцій України та прочитати статті про ці недобудови[61].

1. «Недобудоване містечко атомників під Харковом».

Джерело: https://www.shukach.com/ru/node/45287

2. «Кримська АЕС – найдорожча в світі атомна електростанція».

Джерело: https://lifeglobe.net/blogs/details?id=128

61 Богданова Т.Б. Розробка уроку за темою «Атомна енергетика України. Екологічні проблеми атомної енергетики». URL: file:///C:/Users/User/Downloads/%D0%A3%D1%80%D0% BE%D0%BA_%D0%91%D0%BE%D0%B3%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%A2.%D0%92..pdffile:///C:/Users/User/Downloads/%D0%A3%D1%80%D0%BE%D0%BA_%D0%91%D0%BE%D0%B3%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%A2.%D0%92.pdf.

3. «Місто-привид Теплодар: порожні дороги і покинута АЕС».

Джерело: https://usionline.com/2017/07/07/gorod-prizrak-teplodar-pustye-dorogi-i-zabroshennaya-aes-foto-video/

1. Скориставшись Google-maps, скажіть, що спільного в географічному положенні недобудованих АЕС?
2. У який час було припинене будівництво цих споруд?
3. Чому припинили будувати ці станції?

Безперечно, *телебачення (ТБ)* посідає значне місце в житті сучасної людини. Ми очікуємо від ТБ нової інформації, зустрічі з героями програми, токшоу чи серіалів, які продовжуються і, безумовно, відпочинку. Але бездумний перегляд телевізійного контенту може привести до негативних наслідків, тому пропонуємо скористатися порадами, як дивитися телевізор і на які питання слід шукати відповіді? Учням можна пропонувати завдання, пов'язані з *аналізом новин та різноманітних програм*.

Як дивитися телевізор?
На які питання слід шукати відповіді?

1. Слухати та спостерігати.
2. Критично сприймати інформацію (прочитану, побачену, почуту).
3. Намагатися зрозуміти суть проблеми та причини, а не лише наслідки.
4. Свідомо відрізнити факти від припущень та точок зору.
5. Аналізувати достовірність та відповідність аргументів, а також інформацію, на яких вони ґрунтуються.
6. Виявляти маніпуляцію та пропаганду.
7. Усвідомлювати, що завжди є більше, ніж одна точка зору на одну й ту ж інформацію/подію.
8. Шукати відповіді на запитання:
   - ЩО? (Опишіть, що ви бачите.)
   - ДЛЯ КОГО? (На кого орієнтований матеріал, на які групи населення?)
   - ЯК? (Які прийоми використовують автори матеріалу?)
   - НАВІЩО? (Головні питання: Навіщо був підготовлений цей матеріал? Яку думку нав'язує? Кого або що виправдовує? Що має бути результатом цього повідомлення?)

(Укладено за матеріалами брошури: Потапова В., Охредько О. Що потрібно робити, щоб не стати жертвою маніпуляції. DOCUDAYS UA, Центр громадянської просвіти Альменда, 2015)

О. Волошенюк[62] пропонує вправу з аналізу телепрограм, яка передбачає заповнення таблиці шляхом збору необхідної інформації про одну з телепрограм «Від пацанки до панянки», «Зважені та щасливі», «Майстер-шеф» та здійснення її аналізу, даючи відповіді на питання:

- Хто герої шоу?
- Що відбувається?
- Яку основну проблему мають розв'язати герої?
- Чи всі герої можуть розв'язати цю проблему?

Під час відповідей учнів учитель коментує, що всі телепрограми, які ви розглянули, знято в жанрі «реалітішоу», багатосерійної телевізійної програми, учасники якої — реальні люди, які перебувають у штучних чи природних умовах і які виражають реальні емоції, не визначені раніше в сценарії. За своєю суттю будь-яке реалітішоу — це телесеріал, де діють реальні люди.

Крім того, значний відсоток ефірного часу займають інформаційно-аналітичні програми. Слід зазначити, що «новинні програми, як наголошує О. Волошенюк, — це «обличчя» будь-якої телекомпанії, опорні точки мовного дня»[63]. Слухаючи інформацію, ми маємо критично її сприймати, перевіряти її на фактологічність, послуговуючись джерелами, яким можна довіряти, адже, на жаль, дуже часто за допомогою новин нами можуть маніпулювати.

Не можна поза увагою залишити *новини*, особливо враховуючи те, що в умовах військової агресії росії значно зросла їхня кількість, адже українці потребували постійного оновлення інформації про перебіг військових дій, прагнули знайти інформацію, яка змогла би їм допомогти приймати рішення, або шукали відповіді на запитання, які їх хвилювали, намагалися та намагаються осмислити події, що відбуваються навколо. Отримана інформація, насичена перебільшеннями й маніпуляціями, викликала в людей шквал різноманітних емоцій, що часто-густо приводило до прийняття неправильних рішень, що могли зашкодити життю та здоров'ю. Зважаючи на це, дуже важливо навчитися правильно споживати новини.

Для визначення, маніпулятивна новина чи ні, радимо скористатися основними критеріями[64]:

Критерії визначення маніпулятивності інтернет-новини

1. Звичайна новина – це факти, ніяких емоційних відтінків.
2. Обов'язково має бути покликання на джерело. Це може бути відоме видання або офіційний сайт органів влади, а не маловідомий експерт чи блогер.
3. Добре зроблений сайт, рекламні банери в межах здорового глузду, підписи авторів, контакти редакції на сайті.
4. Якщо аргументи в аналітиці незрозумілі й заплутані – це не ви чогось не розумієте, це хибна або слабка аргументація.
5. Коли бачите перебільшення, емоційний вираз, запитуйте – «навіщо?». Це для того, щоб вам було цікавіше читати, чи все-таки вам нав'язують певну позицію.

Знаючи критерії маніпулятивності новини, треба здійснити її аналіз, звернувши увагу на певні аспекти. У цьому в пригоді стане алгоритм аналізу новин.

62 Основи медіаграмотності: Навчально-методичний посібник для вчителя 8 (9) клас. Плани-конспекти уроків / За ред. В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк, О.П. Мокрогуза. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. 190 с.

63 Там же.

64 Сатпаєв Микола Фейкові новини: хто, як і навіщо. 02.12.2022. URL: https://uain.press/articles/981227-981227.

На що треба звернути увагу, аналізуючи новину

1. Заголовок (провокативний).
2. Новина, що викликає здивування, інтригу, страх, занепокоєння, чи коротка, «суха», беземоційна.
3. Новина відсутня на інших ресурсах чи серед офіційних повідомлень.
4. Відсутність джерела інформації.
5. Невідповідність світлини, що супроводжує новину, її змісту.
6. Новина є викладом допису в блозі чи посту в соцмережах.
7. Провокативні матеріали у розділі «Читайте також» у тексті новини як одна з маніпулятивних технологій.
8. Використання перебільшень, узагальнень, закликів, емоційної лексики та мови ворожнечі.
9. Вирвані з контексту слова офіційних осіб.
10. Побудова новини на думці псевдоекспертів.
11. Новина про політиків без контексту, інфоприводу чи критики.
12. Наявність у новині слабкої аргументації, сарказму, непотрібної іронії.

(За Сатпаєв М. «Фейкові новини: хто, як і навіщо»)

Ці поради стосуються й аналізу інформаційно-психологічних операцій (ІПСО) проти України, над створенням яких працює значна кількість російських спеціалістів, використовуючи всі можливі засоби маніпуляції нашою свідомістю.

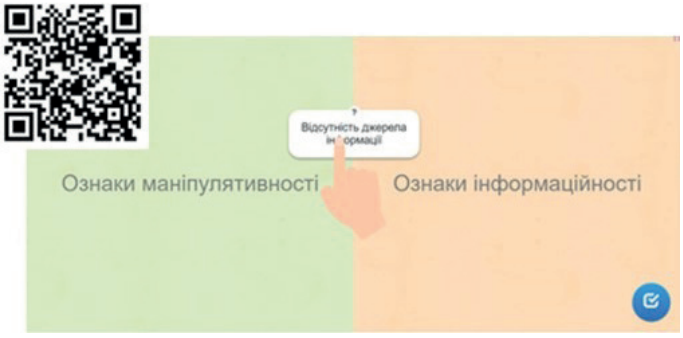
Для того, аби не потрапити на гачок ІПСО, неякісних новин потрібно дбати про інформаційну гігієну й споживати інформацію / новини про війну й не тільки з надійних перевірених ресурсів, з переліком яких можна ознайомитися за покликанням: https://tyzhden.ua/rosiia-siie-paniku-v-sotsmerezhakh-os-perelik-nadijnykh-informatsijnykh-majdanchykiv/.

Пропонуємо вправи, розроблені О. Желібою[65], спрямовані на вироблення умінь аналізувати новинний контент:

Вправа 1. **Інформація чи маніпуляція?**

Мета: закріпити вміння розрізняти інформаційні та маніпулятивні повідомлення.

Необхідні засоби: ґаджети для проходження гри. Перейдіть до гри за qr-кодом або покликанням (https://learningapps.org/watch?v=p3ktdj30j23) та пройдіть її.



65 Медіаосвіта в огні. Методичні рекомендації для вчителів курсу «Громадянська освіта»/«Історія». Навчально-методичний посібник / Потапова В. І., Дегтярьова Г. А., Мокрогуз О. П., Желіба О. В, Ковач І. М./ за редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф., Євтушенко Р. І. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2023. 61 с. URL: https://www.aup.com.ua/navchalno-metodichniy-posibnik-media/

Вправа 2. **Факти чи судження?**

Мета: закріпити вміння розрізняти факти та судження. Необхідні засоби: ґаджети для читання тексту, ручка та папір.

1. Зайдіть одну з останніх новин.
2. Проаналізуйте це повідомлення, виділивши / виписавши факти та судження.
3. Презентуйте класу результати роботи.

Вправи з *аналізу новин* можна пропонувати на різних уроках: мови, історії, біології, фізики, хімії тощо.

Так, Т. Богданова[66] *на уроці фізики* під час вивчення теми «Атомна енергетика України. Екологічні проблеми атомної енергетики» пропонує учням/ученицям переглянути фрагмент новин телеканалу «112 Україна» від 26.04.2015 р. тривалістю 34 с. (https://www.youtube.com/watch?v=uldHl5Q4oPY) та озвучити й обговорити, які переваги і недоліки АЕС вони можуть назвати.

Скриншот екрана. Атомні електростанції в Україні

За результатами обговорення заповнюється таблиця (табл. 16):

Таблиця 16

Переваги і недоліки АЕС

ПЕРЕВАГИ	НЕДОЛІКИ	ЩО ЗАЦІКАВИЛО В ІНФОРМАЦІЇ
▸ Економія органічного палива. ▸ Мала маса пального. ▸ Можливість повторного енергетичного циклу. ▸ Отримання великої потужності з одного реактора. ▸ Невисока собівартість енергії. ▸ Відсутність потреби в атмосферному повітрі. ▸ Можна використовувати для опріснення солоної води, дешевого водню. ▸ Не використовують багато земельних ресурсів. ▸ Екологічна чистота (при правильній експлуатації).	▸ Небезпека для територій, що оточують АЕС. ▸ Особливості ремонту. ▸ Складність ліквідації ядерного енергетичного об'єкту. ▸ Висока кваліфікація та відповідальність кадрів. ▸ Доступність для тероризму та шантажу з катастрофічними наслідками. ▸ Необхідність захоронення радіоактивних відходів.	▸ Можлива мутація тварин, рослин і людини при малих дозах опромінення. ▸ Зменшення парникового ефекту. ▸ Життя тварин і рослин на територіях навколо АЕС. ▸ Як радіоактивні відходи вплинуть на все живе на планеті в майбутньому. ▸ Використання портативних атомних реакторів для різних видів транспорту, зокрема супутників Землі.

66 Богданова Т.Б. Розробка уроку за темою «Атомна енергетика України. Екологічні проблеми атомної енергетики». URL: file:///C:/Users/User/Downloads/%D0%A3%D1%80%D0%BE%D0%BA_%D0%91%D0%BE%D0%B3%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%A2.%D0%92..pdf.

Після заповнення таблиці можна провести мінідискусію: «Якщо так багато переваг, можливо, кожній області України потрібна «своя» АЕС?»

Використовуючи на уроці розвитку мовлення для аналізу новину «Зеленський пообіцяв мільйон доларів кожному: що потрібно зробити» (https://znaj.ua/politics/305352-zelenskiy-poobicyav-milyon-dolariv-kozhnomu-shcho-potribno-zrobiti), доречно запропонувати учням дати відповідь на такі запитання[67]:

- Про що ця новина?
- Чи відповідає вона вашим очікуванням?
- Наведіть приклади речень та лексики зі статті, що є підтвердженням або спростуванням того, що вона написана в публіцистичному стилі.
- Яку авдиторію вона може зацікавити? Чому?
- Чи належите ви до цієї авдиторії?
- Чи поширили би ви цю новину? Чому?

Якщо ми запропонуємо для аналізу цю новину *на уроці біології*, то можна замість третього питання поставити інше:

- Що таке вірус? Чому необхідно для того, щоб побороти вірус?
- Чи довіряєте ви інформації про коронавірус, яка подається українськими медіа? Якщо ні, то чому?
- Порівняйте, як подається інформація про коронавірус у новинах українських і закордонних медіа. Чи збігається вона?

Схема аналізу відео

1. Хто автор цього відео?
2. Ідеться про справжній немонтований запис? Чи були внесені до нього технічні зміни (була додана музика, ефекти, відеомонтаж)?
3. Це документальний чи художній фільм?
4. Коли, де та за яких умов здійснено цей запис?
5. На яку аудиторію зорієнтований цей запис? Він призначений для широкого загалу чи для обмеженої групи людей? Чому ви так вважаєте?
6. З якою метою автор створив або публікує відео? У чому полягає задум автора? У чому полягає головна ідея чи послання відео?
7. Кому це відео йде на користь та кому шкодить?
8. Які почуття викликало у вас це відео? Як на вас вплинуло?
9. Чи допоміг вам цей фільм краще зрозуміти події чи навпаки викликав протиріччя в сприйнятті та оцінці події чи явища?

(Укладено О. Понежою на основі статті М. Маргана Робота з відео на уроках історії URL: http://www.ustnayaistoriya.info/wp-content/uploads/2015/09/prezentace04.pdf)

67 Освітні практики із запобігання інфодемії, або Як не ізолюватися від правди. Навчальний посібник / Волошенюк О. (розділ 2, 3, 5), Дегтярьова Г. (розділ 2), Каліберда М. (розділ 1), Мокрогуз О. (розділ 3), Потапова В. (розділ 4), Шаламов Р. (розділ 1) / За редакцією Волошенюк О., Євтушенко Р., Іванова В., Кулакова А. Київ: АУП, Інтерньюз-Україна, ЦВП, 2020. 68 с.

Головне — навчити уникати деструктивного впливу медіа.

Хочемо звернути увагу на те, що не обов'язково треба використовувати всі запропоновані вище питання. Обираємо ті, які відповідатимуть меті — здійснити аналіз медіатексту.

Наведемо приклад роботи з художніми фільмами *на уроках фізики*. Учням/ученицям можна запропонувати за допомогою знань з фізики розпізнати неточності або помилки, допущені режисерами у фільмі, та перевірити достовірність інформації, використовуючи предметні знання.

О. Якубовський пропонує учням / ученицям на уроці фізики в 9 класі за темою «Розв'язування задач на тему «Закон всесвітнього тяжіння»» (http://www.nastaunik.info/node/15508) переглянути фрагмент з фільму «Гравітація» (2013, реж. Альфонсо Куарон, https://www.youtube.com/watch?v=0FwFM6mg5L0&feature=emb_title), у якому повідомляється, що астронавти знаходяться на орбіті, по якій уламки станції рухаються до них (наздоганяють астронавтів) зі швидкістю 80000 км/год, що становить 22,222 км/с з періодом 90 хв, та пояснити, чи можлива така ситуація.

Кадр із фільму «Гравітація»

Учні мають дійти висновку, що такої ситуації бути не може, оскільки швидкість уламків більше третьої космічної швидкості й вони відлітають за межі сонячної системи та не повертаються до неї, тому через 90 хвилин астронавти не можуть зустрітися з уламками знову. Період у 90 хвилин відповідає руху супутників круговою орбітою навколо Землі.

Після цього пропонується розрахувати радіус траєкторії руху уламків з періодом 90 хв та швидкість їхнього руху.

$$ma = G\frac{m \cdot M}{R^2}$$

$$m\frac{4\pi^2}{T^2}R = G\frac{m \cdot M}{R^2}$$

З урахуванням того, що $GM = gR_з^2$, отримаємо радіус траєкторії орбіти $R = \sqrt[3]{\frac{g \cdot R_з^2 \cdot T^2}{4 \cdot \pi^2}} = \sqrt[3]{\frac{9{,}81 \cdot 6400000^2 \cdot (90 \cdot 60)^2}{4 \cdot 3{,}14^2}} = 6673$ (км). Швидкість руху по орбіті: $\upsilon = \sqrt{\frac{g \cdot R_з^2}{R}} = \sqrt{\frac{9{,}81 \cdot 6400000^2}{6673000}} = 7{,}76$ ($\frac{км}{с}$), що зовсім не відповідає озвученій у фільмі швидкості у 22,222 км/с.

На *уроках літератури* доречно звертатися до екранізацій художніх творів та порівнювати зміст, образи героїв. Радимо скористатися вправою «Текст VS Екран»[68], розміщеною в тулкіту «МедіаНавігатор».

68 Міжнародна лабораторія медіаграмотності Медіа Навігатор : тулкіт. URL: https://medianavigator.org/exercise/22.

Під час вивчення творчості Т. Шевченка пропонуючи учням/ученицям *на уроці української літератури* переглянути відеоряди «Шевченко на Майдані» (розробники: Г. Дегтярьова, Н. Шелехова, проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність»[69]), учитель / учителька прагне, щоб учні / учениці, аналізуючи ці відеоряди, могли краще усвідомити, як візуальні та слухові образи через проєкцію на сучасність впливають на розуміння філософської лірики поета, тому запропонували такі питання:

- З якими подіями пов'язані ці відео?
- Що спільного в цих відеорядах?
- Який основний посил відео?
- За допомогою яких засобів кіномови (ракурс, план, освітлення, музика) автори відеороликів змогли донести свою думку?
- Чому лунали поезії або рядки з творів Т. Шевченка на майдані?
- Відомі виконавиці українських пісень Галя та Леся Тельнюк вважають, що «…кожна нація повертається до свого класика і переосмислює його, роблячи сучасним, проєктуючи його спадщину на сучасну артплощину, відкриваючи нові образи та змісти». Яким чином відбулася сучасна трансформація образу Кобзаря?

Тут ми можемо скористатися наступною підказкою.

Схема аналізу пісні

1. Як, на вашу думку, виникла ця пісня:
   a) За бажанням автора (які його думки й враження надихнули на створення?);
   b) За соціальним замовленням (які суспільні потреби викликали до життя пісню?);
   c) За політичним замовленням (держави, партії, політичного руху, інше) (з якою метою?).
2. Підтвердіть свою думку аргументами (текстом пісні, ритмом музики і т. ін.).

(За матеріалами статті В.Д. Бисьмака История в песнях. URL: https://grot-school.ru/download.php?file=images/doc/Setevoevzaimodejstvie/Metodicheskie-materialy/10.docx)

Продовженням попередньої роботи з аналізу відео може бути інший вид роботи — *аналіз пісні* на слова Т. Шевченка «Мені однаково, чи буду...» у виконанні сучасних музикантів — Кузьми Скрябіна та дуету сестер Тельнюк.

Після прослуховування пісні у виконанні Кузьми Скрябіна та сестер Тельнюк учні/учениці, працюючи у двох групах, мають дати відповіді на питання: «Як сучасні виконавці проєктують поезію Т. Шевченка «Мені однаково, чи буду...» на сучасну артплощину, відкриваючи нові образи та змісти?» та «Що саме робить цю поезію

69 Інтеграція інфомедійної грамотності у навчальний процес. Навчально-методичні матеріали проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». К.: IREX в Україні, 2019–2020.

сучасною?». Третя група має дати відповідь на запитання: «Що об'єднує виконання Кузьми Скрябіна та дуету сестер Тельнюк пісні «Мені однаково, чи буду...» на слова Т. Шевченка, а чим вони різняться?», побудувавши кола Венна.

Під час споживання *рекламної продукції* (реклами, рекламних акцій) учні мають навчитися «відсіювати шумову» інформацію завдяки застосуванню критичного ставлення до медіатекстів.

Схема аналізу реклами

1. Які пропонуються товари або послуги?
2. Чи купили би ви цей товар чи послугу? Чому?
3. До якого історичного періоду належить ця реклама? Чому ви так думаєте?
4. Який потенційний споживач (його соціальний стан)? Поясніть, чому ви так вважаєте.
5. Які ідеї формує реклама й на яких стереотипах вона заснована?
6. Яку інформацію про суспільство можемо ми почерпнути з реклами?
7. Який історичний контекст для цієї реклами?
8. Які елементи реклами (художній, інформативний) допомагають нам дійти такого висновку? Як цей висновок співвідноситься з іншими джерелами?
9. Здалася вам ця реклама цікавою? Чому? Що вас у ній приваблює або відштовхує?

(Основи медіаграмотності: Навчально-методичний посібник для вчителя 8 (9) клас. Плани-конспекти уроків / За ред. В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк, О.П. Мокрогуза.Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. 190 с.)

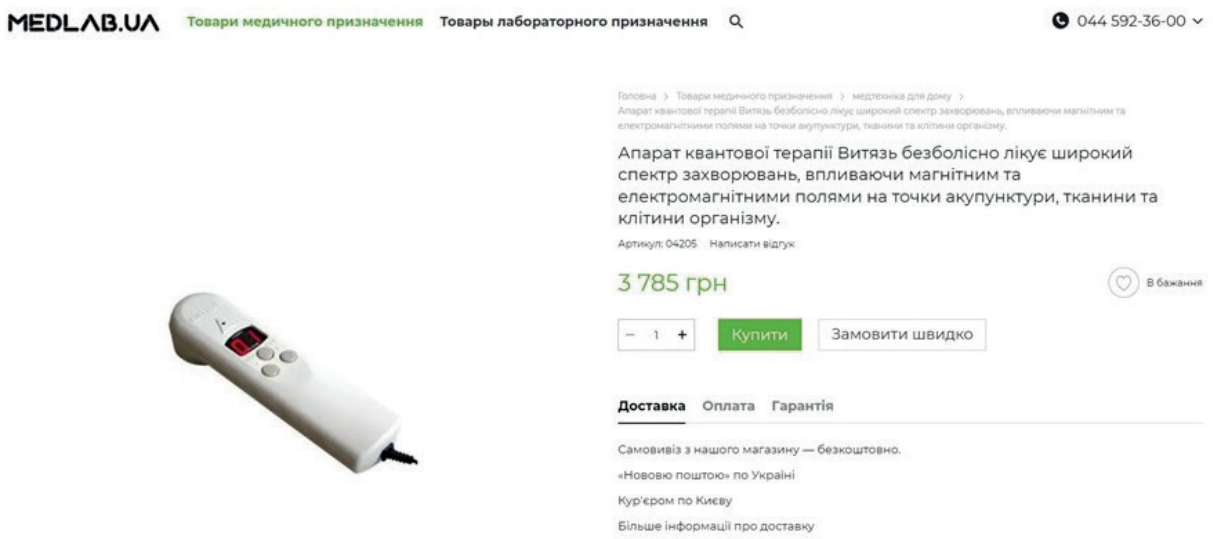
Якщо ми говоримо про рекламні акції, то тут доречно запропонувати учням здійснити класифікацію інформації за двома напрямами: відкриті причини акції (ціна, смак, виробник тощо) та приховані причини акції (запах, термін придатності, якість тощо).

О. Шкребець, учителька початкових класів Харківської гімназії № 46 Харківської міської ради, працюючи з учнями / ученицями *на уроках курсу «Я досліджую світ»*, пропонує їм виокремити привабливі ознаки реклами зубної пасти та з'ясувати, що саме має бути в пріоритеті для покупців, щоб не зашкодити їхньому здоров'ю.

Або *на уроці фізики* можна запропонувати виконати вправу «Фізика проти реклами», розроблену Е. Якубовською, учасницею міжнародного проєкту «МедіаНавігатор» (https://medianavigator.org/exercise/34), виконуючи яку, учні / учениці мають можливість удосконалити власні вміння з аналізу рекламних текстів; розвинути навички розпізнавання маніпулятивних прийомів, що використовуються в рекламі[70].

Учитель/ка пропонує учням / ученицям переглянути рекламний відеоролик на YouTube. com про апарат «Вітязь» (https://www.youtube.com/ watch?v=6HUiLKWzgXs) і прочитати текст реклами (https://medlab.ua/apparat-kvantovoi-terapii-vityaz-bezboleznenno-lechit-shirokii-spektr-zabolevanii-vozdeistvuya-magnitnim-i-elektromagnitnimi-polyami-na-tochki-akupunkturi-tkani-i-kletki-organizma/): «Апарат квантової терапії «Витязь» («АКТ-01») призначений для безболісного лікування широкого спектру захворювань методом впливу на тканини, клітини, точки акупунктури організму магнітним та електромагнітними полями квантового випромінювання видимого червоного 650 нм та інфрачервоного 850 нм діапазону хвиль. Фізичні фактори апарату, що впливають: постійне лазерне випромінювання (650 нм) червоного спектру потужністю 5 мВт; імпульсне (12500 Гц) інфрачервоне (850 нм) лазерне випромінювання потужністю 5 мВт; магнітне поле від 5 до 50 мТл. … ».

Сторінка реклами апарата квантової терапії «Витязь» («АКТ-01») в інтернеті



Після цього просить дати відповіді на такі питання:

1. *Хто пропонує цю рекламу, кому і з якою метою?*
2. *Чи викликає у вас довіру «експерт»?*
3. *Чим можна підтвердити коректність назви пристрою — «апарат квантової терапії»? Що вона значить?* (Маємо отримати таку відповідь: «Крім напису на коробці — нічим. З теорії: «Світло — це потік фотонів, тобто квантів електромагнітного випромінювання. Виходячи з цього визначення, апаратом квантової терапії може бути будь-яке джерело світла: настільна лампа, сонце, свічка ...».)
4. *Знайдіть у тексті помилки в галузі фізики. Що, на вашу думку, означають терміни «квантова медицина», «поліфакторний вплив», «бактерицидне синє випромінювання», «екологічно безпечні випромінювання», «постійне магнітне поле» і «інфрачервоний спектр»? У чому новизна цих відкриттів?* (Орієнтовна відповідь: Синє світло не є бактерицидним, бактерицидним є ультрафіолетове випромінювання. Лазерний імпульс і є світлом

70 Міжнародна лабораторія медіаграмотності Медіа Навігатор : тулкіт. URL: http://medianavigator.org/.

певної довжини хвилі, що випромінюється періодично, а не щось окреме. Інфрачервоний спектр — це не вид випромінювання, а його діапазон. Червоний і синій кольори є складовими білого світла, тобто наявні в будь-якому природному випромінюванні (наприклад, сонячному). Синє світло не проникає через шкіру, а тим більше в район мигдалин. Поліфакторний вплив передбачає поєднання кількох факторів впливу. Екологічно безпечними є дії, що не завдають шкоди навколишньому середовищу. Магнітне поле й інфрачервоне випромінювання можуть завдавати шкоди живим організмам при певних дозах.)

5. *Який механізм впливу електромагнітного поля на організм людини? Чи може це завдати їй шкоди? Як ви ставитеся до реклами самолікування?* (Електромагнітні поля (за винятком видимого світла) людина не бачить і не відчуває — і саме тому не завжди побоюється впливу цих полів. Електромагнітні випромінювання здійснюють значний вплив на організм людини. У крові, що є електролітом, під впливом електромагнітних випромінювань виникають іонні струми, що викликають нагрівання тканин. За умови певної інтенсивності випромінювання, що називають тепловим порогом, організм може не впоратися з теплом, що утворюється. Нагрівання є особливо небезпечним для органів зі слаборозвиненою судинною системою з неінтенсивним кровообігом (очі, мозок, шлунок та ін.). Крім теплового впливу електромагнітні випромінювання мають несприятливий вплив на нервову систему, викликають порушення функцій серцево-судинної системи, обміну речовин. Ступінь біологічного впливу електромагнітних полів на організм людини залежить від частоти коливань, напруженості та інтенсивності поля, тривалості його впливу.)

Після цього учитель/ка проводить загальну дискусію, щоб отримати відповідь на питання: «Що потрібно знати, аби не потрапити під вплив такої реклами?».

Таким чином, учні / учениці вчаться спростовувати рекламні висловлювання, використовуючи прості знання з шкільного курсу фізики.

Цікавою та корисною для формування критичного сприйняття інформації є робота з *географічними картами*.

Схема аналізу зображень на географічних картах

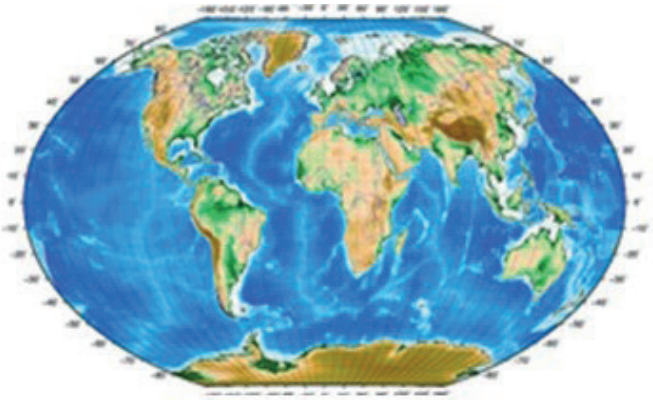
1. Хто створив цю карту?
2. У чиїх інтересах інформація представлена саме таким чином?
3. Для кого вона створена?
4. Що зображено в центрі?
5. Що винесено на периферію?
6. Як дібрані кольори?
7. Чого бракує? Чому?
8. Які ідеї, точки зору, цінності доносяться до споживача карти?
9. Які засоби для цього використовували творці карт? (Розташування, вибір картографічної проекції, забарвлення...)
10. Як різні люди можуть інтерпретувати це зображення?
11. Як я інтерпретую це зображення?
12. Які стереотипи ця карта може зміцнити, які зруйнувати?

(За матеріалами Міжнародна лабораторія медіаграмотності Медіа Навігатор : тулкіт. URL:. https://medianavigator.org/exercise/28)

Пропонуємо вправу, розроблену ще однією учасницею міжнародного проєкту «МедіаНавігатор» (https://medianavigator.org/exercise/28) Т. Мацкевич, а саме: «Географічні карти: не вір очам своїм»[71], виконуючи яку учні/учениці мають можливість дізнатися про викривлення, які неминуче присутні на географічних картах, проаналізувати, як це впливає на формування картини світу у людей, які мешкають у різних країнах, — і які наслідки можуть мати ці стереотипи.

Спочатку учитель/ка показує карту світу та пояснює, що більшість людей з дитинства звикла до виду карт у кабінетах географії, у атласах, в інтернеті. Там світ виглядає приблизно однаково.

Географічні карти світу



Учитель/ка просить визначити на око, у скільки разів, наприклад, США більше Європи або Бразилії або Африки і Північної Америки. Припущення учнів / учениць записуються на дошці.

Далі, об'єднані в групи по 4–5 осіб учні / учениці за допомогою смартфонів відшуковують площі цих країн (і/або континентів) у відкритих інтернет-джерелах і порівнюють їх. Результати записуються на дошці поруч із висловленими раніше гіпотезами (Бразилія — 8,5 млн. км^2, США — 9,834 млн. км^2; Європа — 10,53 млн. км^2, африканський континент — 29,2 млн. км^2).

Учитель/ка ставить питання:

- Чому нас обманюють географічні карти?
- Чому площі країн не пропорційні їхнім зображенням на карті?

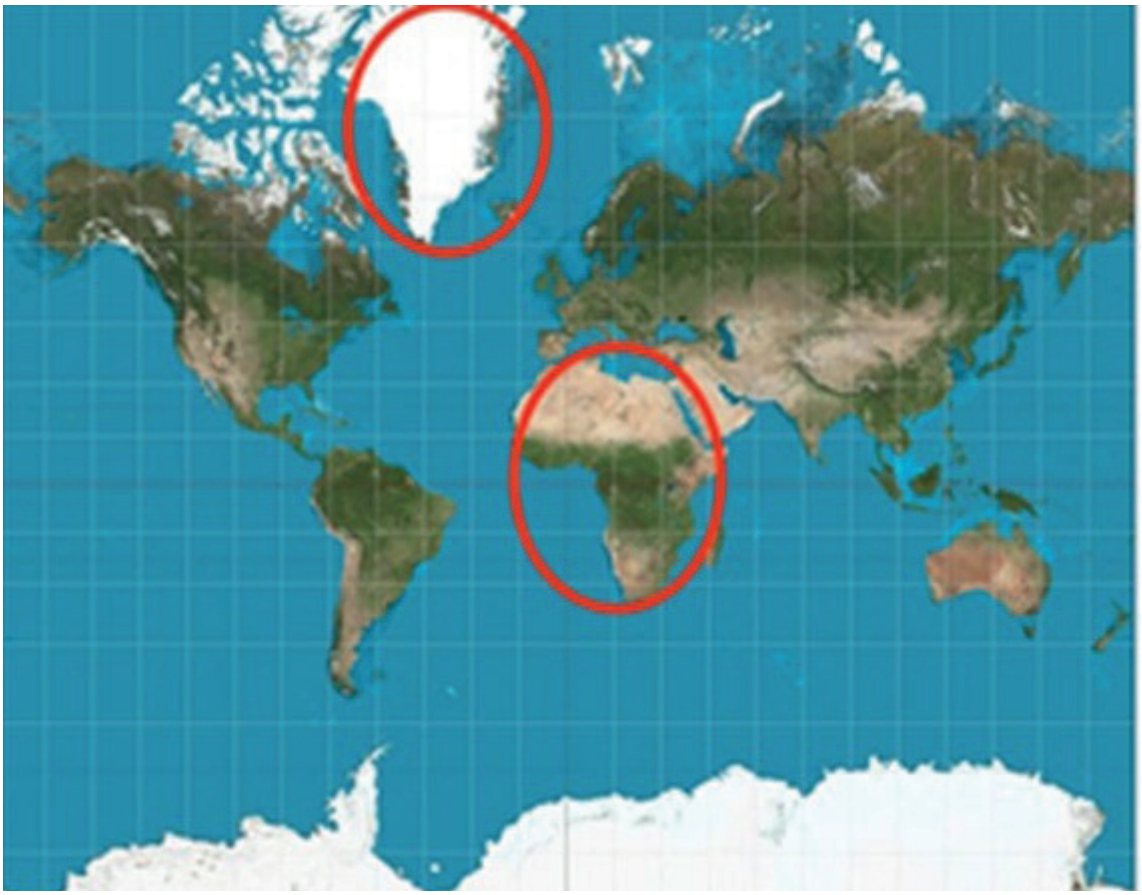
Учні / учениці готують відповіді в групах і презентують їх.

Учитель/ка підбиває підсумки та пояснює, що всім відомо, що Земля має форму кулі, і її поверхню на пласкому аркуші паперу можна намалювати тільки зі спотвореннями. Існує декілька підходів у картографії, якими можна проєктувати сферу на плаский екран: усі вони мають свої переваги і недоліки. Карти Google осить близькі до рівнокутної циліндричної проєкції Меркатора. Уявіть собі циліндр, надітий на земну кулю, якого планета торкається на екваторі. При цьому на ньому по частинках малюються об'єкти Землі. Ця проєкція наближена до реальності — тим не менш, на ній є спотворення площ об'єктів: чим далі розташований об'єкт від екватора, тим більшим він здається. Це найбільш помітно на прикладі зображення Гренландії через її північне розташування на географічній карті[72].

71 Міжнародна лабораторія медіаграмотності Медіа Навігатор : тулкіт. URL: http://medianavigator.org/.

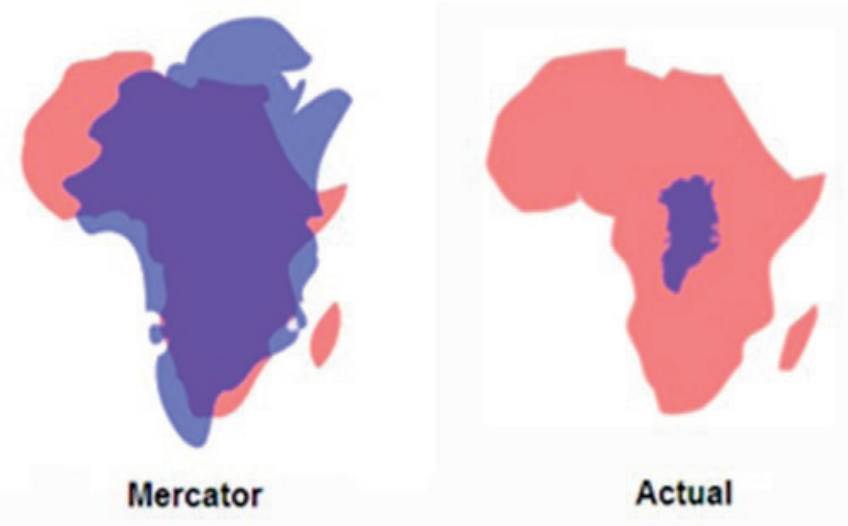
72 Комыза Роман Почему Гренландия такая большая на карте? Секрет в проекции Меркатора. URL: https://komyza.com/pochemu-grenlandiya-takaya-bolshaya/

Зображення Гренландії на географічній карті



Насправді Гренландія втричі менша ніж Австралія, у 8 разів менша ніж Південна Америка й у 14 разів менша ніж Африка[73]. Це ми бачимо, візуально порівнюючи Гренландію в проєкції Меркатора на географічній карті та в реальному житті.

Гренландія в проєкції Меркатора на географічній карті та в реальному житті



Після цього вчитель/ка пропонує учням/ученицям розглянути іншу карту світу в проєкції Галла-Петерса, в основу якої покладено принцип рівновеликості (масштаб площ залишається постійним), тобто вона реально відображає площі, хоча також у ній наявні спотворення.

73 Там же.

Карта світу в проєкції Галла-Петерса

Далі вчитель/ка акцентує увагу учнів / учениць на поняттях «стереотип» і «медіа». На підтвердження стереотипів, закладених географічними картами, можна навести такий приклад: усі середньоєвропейські країни (Польща, Україна, Литва, Словаччина і т. ін.) мають на своїй території точку (а то й кілька), яку називають «географічний центр Європи» і возять туди екскурсії. Усі ці «центри Європи» визначаються на основі різного тлумачення географічних карт.

Після цього учитель/ка пояснює, що географічна карта передає інформацію за допомогою зображення, тобто несе певний медіамеседж.

Учитель/ка ставить питання аудиторії:

- *Чи може такий об'єкт, як географічна карта, створювати певні стереотипи?*
- *Із чим вони пов'язані? (Із розміром країн, їхнім географічним положенням).*

Він / вона просить навести приклади таких стереотипів.

На підтвердження висновків учитель демонструє, як би виглядав на карті «маленький» В'єтнам, якщо його пересунути на широти Східної Європи[74].

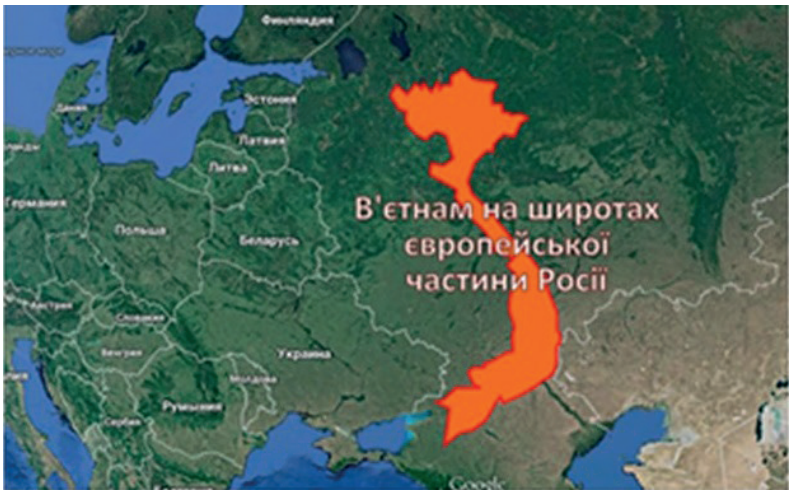
Учитель/ка пояснює, що такі спотворення на мапі створюються не спеціально, оскільки намалювати карту світу без спотворень можна тільки на сферичній поверхні (глобусі). Зазначає, що ЮНЕСКО та ООН користуються картою Галла-Петерса, яка менше спотворює дійсність. Деякі країни, наприклад, Великобританія, намагаються використовувати карту Галла-Петерса в навчальному процесі.

Після цього учні / учениці в групах аналізують географічні карти світу, створені в різних країнах з різними цілями (наприклад, карти Австралії, Китаю, ПАР, карту свободи преси, створену організацією «Репортери без кордонів») за питаннями, поданими вище.

Хочемо звернути увагу на те, що в ході аналізу карти організації «Репортери без кордонів» важливо акцентувати увагу учнів/учениць на колірну гаму, дібрану для зображення різних

74 Развлечения с географическими картами. Каков реальный размер Украины и почему Россия меньше, чем кажется. URL: http://www.cheap-trip.eu/ru/2015/01/14/razvlechenyya-s-heohrafycheskymy-kartamy-kakov-realnyij-razmer-ukraynyi-y-hde-skryivaetsya-avstralyya/

В'єтнам, якщо його пересунути на широти Східної Європи



країн. Темні кольори використані творцями карти, щоб відобразити негативне сприйняття тих країн, де порушується свобода слова (тобто на нашу свідомість впливають за допомогою стереотипного сприйняття кольорів).

Далі відбувається представлення й обговорення результатів роботи в групах. Учитель/ка узагальнює висновки, яких дійшли учасники, і пропонує відповісти на такі питання:

- *Хто і з якою метою може використовувати стереотипне уявлення про світ?*
- *Чи може це впливати на економіку, політику?*

Для підтвердження відповідей учасників учитель/ка наводить кілька прикладів про наслідки, пов'язані зі стереотипами сприйняття географічних карт.

Люди дуже легко піддавалися ілюзіям, які використовували політики, апелюючи до тих чи інших картографічних проекцій. На Заході обивателя лякали величезним Радянським Союзом, європейцям подобалося, що Європа за розмірами майже дорівнює США, а пропагандисти легко пояснювали провали політики в сільському господарстві географічним положенням країни.

Якщо є доступ до інтернету, інтерактивна дошка або екран, можна запропонувати пройти **інтерактивну гру-пазл** Mercator Puzlle (https://hive.sewanee.edu/pridepj0/286/mercatorMap.html), за допомогою якої легко показати, як карта вводить людей в оману: гра «Вгадай, яка країна» дозволяє рухати країни й бачити, як змінюються їхні розміри (якщо час заняття обмежений, гра може бути запропонована як домашнє завдання).

Отже, така вправа дозволяє пояснити, що різні види географічних карт можуть формувати викривлене сприйняття світу; показати, як ці стереотипи впливають на уявлення про політику, економіку й людей; навчити учнів / учениць критично сприймати візуальну інформацію та перевіряти її ще раз у різних джерелах.

Інтерес з точки зору дослідження як вербальних, так і невербальних компонентів медіатексту представляє *комікс*.

Під ***коміксом*** французький дослідник коміксів П. Френ-Дерюель розуміє сучасну форму образного оповідання, який є твором, невід'ємною частиною якого є послідовність картинок, що супроводжуються текстом або без нього і які доповнені різними ідеографічними знаками[75]. Комікс, оформлений в особливу рамку, акцентує увагу на дії та передає переважно діалог персонажів. При цьому слід пам'ятати, що малюнок і укладений у нього вербальний текст утворюють органічну смислову єдність.

75 Fresnault-Deruelle P. Aspects de la bande dessinée en France. Comics and visual culture. La bande dessinée et la culture visuelle. München; New York; London; Paris, 1986. P. 62–77.

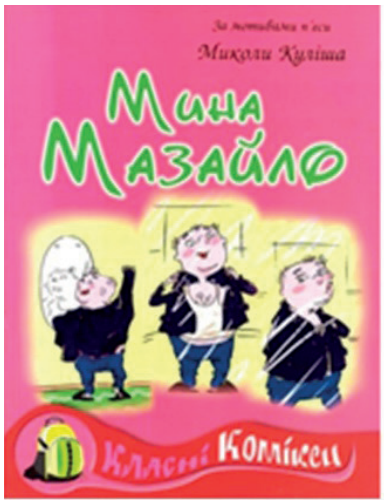
Як ви знаєте, то в коміксах спосіб передачі вербальної інформації специфічний: репліки дійових осіб знаходяться у філактері, або, так званій, «мовній хмарці» чи «мовній бульці». Погляд читача вихоплює спочатку малюнок, а потім читає слова, уміщені у філактері. Після сприйняття тексту читач знову повертається до малюнка, намагаючись співставити жести, вираз обличчя, зображення на дальньому, загальному чи середньому планах з отриманою з «мовної хмарки» інформацією, «вмонтовує» цей фрагмент коміксу в сюжетний ланцюжок усього твору. Фактично маємо формулу сприйняття коміксу: візуальний образ — вербальний образ — візуальний образ — узагальнення. Текст у філактері, як правило, дуже лаконічний, переважно це діалогічні репліки, хоча можливий і монолог. У коміксі можливі також авторські ремарки.

Отже, за допомогою коміксів можуть бути представлені різноманітні твори художньої літератури (пригоди й романтика, фантастика й твори на історичну тематику тощо).

Оскільки комікси поєднують риси таких видів мистецтва, як література та образотворче мистецтво, то їх можна аналізувати як на уроках мови, літератури з токи зору тексту, так і уроках мистецтва з точки зору створених візуальних образів.

У видавництві «Грані-Т» з'явилась серія «Класні комікси», завдяки якій твори класиків української літератури набули нового і несподіваного вигляду.

Комікс за мотивами комедії Миколи Куліша «Мина Мазайло»



https://www.livelib.ru/pubseries/748438-klasni-komiksi

Комікс за мотивами за мотивами п'єси Івана Карпенка-Карого «Хазяїн»

Крім того, почали з'являтися освітні комікси, наприклад, «Мальована історія незалежності України» (2013), авторами якої є брати Капранови, або в серії «Наука в коміксах» книжки Ларрі Ґоніка: «Всесвітня історія» в чотирьох томах (2017–2019) та «Алгебра» (2019).

Сторінки з книги «Історія незалежності України в коміксах» Братів Капранових

Історії в коміксах можуть стати приводом для відвертої розмови про людські чесноти в родині, державі, початком бесід або виховних годин з морального та патріотичного виховання. Багатющий матеріал для використання в освітньому процесі містить журнал «Джміль».

Так, підвалини медіаграмотності можна закладати, працюючи, з коміксом «Не йди за юрбою — лишайся собою» (https://jmil.com.ua/2021–1/movie#dload), та акцентуючи увагу на ролі реклами в житті людини та пропонуючи дітям дати відповіді на питання:

- *Чи завжди варто сприймати всерйоз поради в рекламі? Чому?*
- *Які речі кожен має вирішувати для себе сам, а коли варто чинити як усі? Чому?*
- *Що означає критично ставитися до інформації? Навіщо потрібне таке ставлення?*

Патріотичний комікс, створений на основі реальних подій, стане в пригоді, коли варто приділити увагу патріотичному вихованню та підкаже дітям, як вони можуть допомагати нашим захисникам наближати Перемогу (Джміль №8–9 09/2022). Ось тут доречним буде завдання, що передбачатиме пошук історії, яка лягла в його основу, та обговорення відповідей на запитання: «А що кожен з нас може зробити для Перемоги?».

Не можна залишити поза увагою й комікси, що створені за ініціативи ГО «Інтерньюз-Україна» та Академії української преси.

По-перше, це комікс для учнів середнього шкільного віку «ЧЕКЕРИ проти ЧИТЕРІВ» (https://filter.mkip.gov.ua/batkam/), який дозволить навчитися розпізнавати поширені способи ошуканства й маніпуляцій в інтернеті, соцмережах та протидіяти їм, та комікс «Арті VS Фейк» (https://artifake.org/storage/app/media/manual/Comic%20book_ukr.pdf) для підлітків і молоді про маніпуляції в медіа, що покликаний розвинути критичне мислення та медіаграмотність.

Фрагменти патріотичного коміксу з журналу «Джміль»

Обкладинки коміксів

По-друге, це комікс для дітей молодшого шкільного віку «Ми скоро повернемося» (https://www.aup.com.ua/komiks-mi-skoro-povernemosya/), що спрямований на формування інфомедійної грамотності в дітей. У легкій, доступній формі здобувачі освіти дізнаються, як споживати інформацію, як пережити вимушену імміграцію, а також комікс сприятиме формуванню в них навичок критичного споживання медіаповідомлень і відповідального ставлення до поширень медіаповідомлень.

Його продовженням став комікс «Дім на долоньках», у якому показано складнощі адаптації родини під час вимушеного переїзду, переживання за рідних і дім, куди ще немає змоги повернутися через війну. Для нас важливо, що цей комікс також сприятиме розвиткові навичок критичного оцінювання медіаповідомлень і відповідального ставлення до споживання та поширення інформації.

Обкладинка та сторінки коміксу «Ми скоро повернемося»

Хотілося ще звернути увагу на серію із п'яти коміксів «Метаверс мандрівники», створену для аудиторії підліткового віку й присвячену проблемі дотримання права інтелектуальної власності. У коміксах розповідається про те, як генерувати ідеї в сучасному високотехнологічному світі, уміти їх правильно захищати та отримувати за це гроші. Серію можна використати як на уроках української мови, так і англійської, оскільки комікс вийшов двома мовами. Крім того, робота з ними буде доречною й на уроках технологій і громадянської освіти.

Обкладинки коміксів «Метаверс мандрівники»

Ураховуючи характеристики структурних елементів коміксу, Г. Дегтярьова уклала орієнтовну схему аналізу коміксів, якою доречно скористатися під час роботи над змістом коміксів.

Схема аналізу коміксу

1. Уважно розгляньте спочатку обкладинку коміксу, а потім сам комікс. Зверніть увагу на зміст, форми, кольори, текстури, положення людей та / або предметів тощо. Про що він?
2. На чому автор хотів акцентувати увагу?
3. Чи складний у сприйнятті цей комікс?

4. Звернути увагу, які фігури, об'єкти винесені на передній план і що віднесено на задній план.
5. Проаналізувати, які фігури та об'єкти зображені великими, а які маленькими. Чому?
6. Які прийоми (технічні, змістові) застосовано? Чому саме їх? (Яке зображення? Як опрацьовано? Що прибрано? Що посилено?).
7. Проаналізуйте вербальні компоненти коміксу:
   - буквений текст: мовлення персонажів;
   - авторський текст: титри, заголовки, авторське резюме, коментарі до всього коміксу або до окремих епізодів, оформлення реплік у «словесні бульбашки» (філактери).
8. Проаналізуйте невербальні компоненти коміксу:
   - графіку: послідовність малюнків, їх оформлення в рамки-кадри,
   - параграфіку: фонова додаткова інформація.
9. Як впливають на сприйняття коміксу зовнішні засоби (зміна пози персонажа, графічної структури кадра (рух планів: середній, загальний, крупний, американський), кута зору)?
10. Чи важливими для сприйняття змісту коміксу є внутрішні засоби (штрихи, які оточують персонажів, лінії, що передають рух усередині кадра)? Чому?
11. Чи вплинула на ваші емоції кольорова гама коміксу? Які саме емоції вони викликали ?
12. Чи подобається вам, як художник зобразив персонажів коміксу? Чим саме?
13. Чим приваблюють вас комікси?

Таким чином, не варто сприймати комікси як «легке чтиво». Пам'ятайте, що з точки зору формування медіа та інформаційної грамотності та враховуючи те, що саме сюжет «вчить», комікси дозволяють дітям навчитися «читати» досить складну мову графічного зображення та сприймати разом (одночасно) з ним текст. Вони викликають бажання поставити питання: «Так про що ж ідеться в цій історії?», адже сучасні діти багато часу проводять перед екраном телевізора та гаджетів, багато отримують інформації в готовому вигляді й рідко ставлять запитання.

Більше інформації про роботу з коміксами на уроках можна дізнатися з посібника «Медіаосвітній комікс на заняттях у загальноосвітній та вищій школі»[76].

Хочемо звернути увагу на те, що всі подані вище схеми аналізу різних видів медіатекстів є лише орієнтовними. Перелік питань завжди можна розширити або скоротити чи взагалі — змінити. Це залежить від мети, яку ставить учитель/ка під час аналізу медіатексту.

76 Медіаосвітній комікс на заняттях у загальноосвітній та вищій школі/ Волошенюк О. В., Дегтярьова Г. А., Мокрогуз О. П., Пантін О. В., Шаламов Р. В., Чорний О. В.; за редакцією Волошенюк О. В. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2023. 131 с.

Розділ 11
МЕДІАОСВІТНІ ТВОРЧІ ЗАВДАННЯ

Методика медіаосвіти базується також на реалізації різноманітних творчих завдань і способів діяльності, тому варто продумувати ***цикли творчих занять***, спрямованих на розвиток в авдиторії вміння аналізу медіатекстів, що складаються з таких *етапів*:

- виявлення та розгляд змісту епізодів медіатекстів, які з максимальною яскравістю втілюють характерні закономірності твору в цілому;
- аналіз логіки мислення авторів медіатексту: у розвитку конфліктів, характерів, ідей, аудіовізуального, просторово-часового ряду і т.ін.;
- визначення авторської концепції та обґрунтування особистого ставлення до тієї чи іншої позиції творців медіатексту.

Крім того, можна проводити *цикли літературно-імітаційних, театралізовано-ситуативних, зображувально-імітаційних творчих занять* для оволодіння авдиторією креативними вміннями на матеріалі медіа за допомогою евристичних, ігрових форм і технічних засобів (освоєння понять «фабула», «сюжет», «тема», «конфлікт», «композиція», «кадр», «план», «монтаж» тощо), а саме:

- *«літературно-імітаційні»* (написання заявок на сценарії, написання мінісценаріїв медіатекстів та ін.);
- *«театралізовано-ситуативні»* (інсценізація епізодів медіатексту, процесу створення медіатексту і т.ін.),
- *«зображувально-імітаційні»* (створення афіш, фотоколажів, малюнків на теми творів медіакультури і т.ін.).

Для вироблення та розвитку вмінь у авдиторії повноцінного сприйняття медіатекстів можна проводити ще такі *цикли творчих занять*:

- *Творчі заняття з відновлення в пам'яті* динаміки просторово-часових, аудіовізуальних образів кульмінаційних епізодів творів медіакультури в процесі колективного обговорення.
- *«Літературно-імітаційні» творчі завдання під час вивчення понять*: «установка на медіасприйняття», «процес медіасприйняття», «умова медіасприйняття», «співпереживання», «співтворчість», «рівні медіасприйняття», «типологія медіасприйняття», «система емоційних перепадів», «феномен масового успіху» і т.ін.

- *«Театралізовано-ситуативні» творчі завдання*, які передбачають розігрування театралізованих етюдів з вивчення понять: «установка на медіасприйняття», «процес медіасприйняття», «умова медіасприйняття», «співпереживання», «співтворчість», «рівні медіасприйняття», «типологія медіасприйняття», «система емоційних перепадів», «феномен масового успіху» і т.ін.

Творча діяльність може здійснюватися такими засобами традиційних мистецтв, як малювання, написання тексту до зображення, добір музичного супроводу та ін., а також засобами «технічних мистецтв».

Творчість дітей у системі медіаосвіти умовно поділяється на два види:

- виконання завдань, спрямованих на осмислення, закріплення знань про виразні засоби, можливості, мову медіа,
- діяльність, спрямована на створення власного твору засобами різних медіа.

До завдань, спрямованих на осмислення, закріплення знань про виразні засоби, можливості, мову медіа, можна віднести *вправи, які розвивають увагу до форми, кольору, звукового супроводу, оформлення медіатексту, знайомству з мовою та виразними засобами різних медіа*. Це, перш за все, завдання з розкадрування простору з метою висвітлення якоїсь теми, малювання крупного й загального плану одного й того ж предмета, малювання зовнішності героїв, місця дії, заставки до телепередачі. Завдання іншого типу допоможуть «синтезувати» звукопластичний образ (добір музики до зображення або образотворчого ряду до музичного фрагменту самостійно або за допомогою штучного інтелекту, придумування реплік для героїв у фрагменті, що неозвучений).

Для того щоб здійснити повноцінний критичний аналіз твору медіакультури на рефлексивному етапі роботи з медіатвором, доречно застосовувати різноманітні форми творчих завдань: створення колажів, фотомонтажу, постерів, фейсбук-сторінок, слайд-фільмів, кіно- і відеострічок, радіопередач шкільної мережі, стіннівок тощо; виконання проблемних, проєктних, інтерактивних та евристичних завдань (обговорення, дискусії, презентації власних медійних проєктів тощо).

До **творчої діяльності, спрямованої на створення власного твору засобами різних медіа,** можна віднести *завдання, під час виконання яких діти фактично створюють готовий твір засобами того чи іншого медіа або досить точно імітують його мову*. Ідеться про малювання розкадрувань за літературним текстом, про створення фотофільмів (слайд-фільмів), найпростіших відеофільмів.

У ході виконання таких творчих завдань школярі фактично проходять шлях, що моделює створення справжнього витвору екрану — від задуму й написання сценарію до демонстрації своєї творчої роботи однокласникам або іншим глядачам. Виконуючи різні етапи роботи, діти на практиці знайомляться і зі специфікою мови різних медіа: кіно, телебачення, фотографії; кадром як одиницею оповіді у фільмі, фотографії; монтажем як способом організації візуального матеріалу в єдине ціле тощо.

Пропонуємо ознайомитися з алгоритмами діяльності, що супроводжують застосування різних медіатехнологій залежно від виду, типу та жанру медіа (табл. 17).

Таблиця 17

Методичний супровід роботи з медіапродукцією

Вид, тип, жанр медіа	Застосування медіатехнологій	Алгоритм діяльності
Преса	Виготовлення газети / журналу — колаж	1. Знайомство із зовнішнім виглядом медіапродукту. 2. Розгляд преси: побудова продукту (сторінка, обкладинка, малюнки, фото, стаття, вкладники і т. ін.). 3. Вибір виду майбутнього медіапродукту (створюємо газету або журнал). 4. Визначення теми, назви, аудиторії споживачів майбутнього медіапродукту. 5. Добір ілюстративного та текстового матеріалу. 6. Виготовлення за допомогою різних технік та прийомів: колаж (аплікація, малювання тощо). 7. Розгляд отриманої продукції. 8. Презентація власного медіапродукту.
Книга	Виготовлення мінікнижки (наприклад, лепорело); Відеозйомка відеокниги; Драматизація; Складання сюжету, змісту — літературний мікс.	1. Ознайомлення з видами друкованих медіапродуктів — друковані книги. 2. Визначення аудиторії, для якої виготовлені певні види книг. 3. Ознайомлення з будовою книги (обкладинка, сторінки, текст, ілюстрації, малюнки). 4. Визначення типу, розміру та призначення майбутньої книжки. 5. Добір змістового наповнення: малюнки, текст. 6. Визначення технології виготовлення книги: паперова, з цупкого паперу, з малюнками, відеокнига тощо. 7. Виготовлення книги за допомогою різних технологій відповідно до вікових можливостей дошкільників. 8. Презентація книги.
Комікси	Виготовлення коміксу (малюнок / колаж з домальовуванням); Виготовлення / форматування ілюстрацій до коміксу в програмі Paint, Canva тощо; Робота з програмою Power Point (слайд-презентація); Фотозйомка малюнків / колажів; Монтаж відеокоміксів у відеоредакторі Movavi Suit / YouCut.	1. Ознайомлення з видами друкованих медіапродуктів — друковані комікси. 2. З'ясування, чим приваблюють комікси. 3. Визначення аудиторії, для якої виготовляються певні види коміксів. 4. Ознайомлення з будовою коміксів (обкладинка, сторінки, текст у мовних хмарках / бульбашках, малюнки). 5. Роздивитись, як художник зобразив персонажів коміксу. 6. Розгляд того, як впливають на сприйняття коміксу зміна пози персонажа, зміна планів (середній, загальний, крупний), кута зору, штрихи, які оточують персонажів, лінії, що передають рух всередині кадра. 7. Розгляд того, які кольори використовують у коміксах, чи впливають вони на наші емоції. 8. Визначення сюжету та формату майбутнього коміксу. 9. Добір змістового наповнення: ілюстрацій, створення малюнків, тексту. 10. Визначення технології виготовлення коміксу: намальовані, колажі з домальовуванням, відеоколажі (див. далі порядок роботи зі створення відео в розділах «Реклама» або «Мультфільм / медіапрезентація») тощо. 11. Виготовлення коміксів за допомогою різних технологій відповідно до вікових можливостей дошкільників (самостійно, з допомогою дорослих). 12. Презентація коміксу.

Вид, тип, жанр медіа	Застосування медіатехнологій	Алгоритм діяльності
Фото	Фотозйомка; Робота з цифровими носіями (комп'ютер, смартфон тощо).	1. Знайомство з фотоапаратом / фотокамерою смартфона. 2. Обговорення жанру фотографії, функціонального призначення, формату. 3. Вибір об'єкту чи об'єктів для фото. 4. Вибір ракурсу, освітлення через гру «Що ми бачимо у кадрі». 5. Фотозйомка. 6. Перенесення фото на комп'ютер з цифрового фотоапарата чи смартфона за допомогою пристроїв: USB-кабель, флешка) — цифрове фото. 7. Створення фотоальбому, окремого фото на комп'ютері. 8. Друк фото на принтері для ознайомлення з друкованим фото.
Реклама	Перегляд рекламних відеороликів; Фотозйомка плакатів / малюнків; Колаж; Робота з програмою Power Point (слайд-презентація) Монтаж у відеоредакторі Movavi Suit / YouCut.	1. Перегляд відеороликів рекламного характеру та їхній аналіз. 2. Перегляд наочної реклами: бігборд, плакат, буклет тощо) та її аналіз. 3. Бесіда про призначення реклами, види реклами. 4. Вибір теми реклами — про що буде реклама, задля чого її створювати дітям, добірка фото, малюнків, предметів, віршів за темою з вивченням їх напам'ять, музичного супроводу. 5. Інсценування / драматизація, декламування віршів з метою запису (аудіо, відео) — «пробний пул». 6. Створення реклами в різні способи: колаж, колаж з домальовуванням, малювання, аплікація, фотографія тощо. 7. Фотозйомка для наочної реклами, перенесення на комп'ютер фотографій з фотоапарату / телефону. 8. Створення слайд-шоу, наприклад, у Power Point / Canva, демонстрація медіапродукту (екран мультимедійної дошки або комп'ютера). 9. Якщо реклама має вид відео, то обговорюється сценарій рекламного відео, обираються реквізити, атрибутика, актори, визначаємось з оператором з числа дітей, обираємо місце для відеозйомки. 10. Процес відеозйомки відбувається під керівництвом педагога. 11. Добираємо музичний супровід. 12. Запис звуку: голос / голоси дітей для озвучування слогану за допомогою мікрофону, диктофону або іншого обладнання. 13. Монтаж відео в програмі відеоредактор Movavi Suit (на комп'ютері) або YouCut (смартфон). 14. Презентація готового медіапродукту в YouTube.
Афіша	Малювання / колаж плакату; Робота з шрифтом / текстом.	1. Розгляд видів афіш. 2. Обговорення, порівняння з плакатом: чим схожі та чим відрізняються. 3. Ознайомлення з функціональним призначенням афіш. 4. Вибір змісту афіші (що буде головним, який малюнок, його розмір; як буде виглядати надпис — текст). 5. Виготовлення афіші різними техніками образотворчої діяльності (малювання, аплікація, колаж тощо). 6. Розміщення афіші в певних місцях.

Вид, тип, жанр медіа	Застосування медіатехнологій	Алгоритм діяльності
Мультфільм / медіа-репрезентація	Вигадування сюжетної лінії; Малювання персонажів; Добір ляльок або малюнків / серії малюнків, фрагментів з мультфільмів для вставки, музичного супроводу; Кадрування; Фотозйомка кадрів; Озвучування; Монтаж кадрів.	1. Бесіда про види анімації. 2. Визначення теми мультфільму або діафільму. 3. Складання сценарію, вигадування сюжетної лінії. 4. Підготовка матеріалу для мультфільму: ляльки, малювання персонажів, ліплення персонажів, добір фонових декорацій. 5. Розкадрування сцен. 6. Фотозйомка кадрів — сцен. 7. Озвучування персонажів — аудіозапис (мікрофон, диктофон, відеокамера тощо). 8. Монтаж кадрів у відеоредакторі. 9. Перегляд медіапродукту з метою аналізу результату роботи — рефлексія медіадіяльності. 10. Презентація в соціумі.

Розглянемо на конкретних прикладах, як виконуються деякі творчі завдання в процесі медіаосвіти.

Розкадрування. Малювання розкадровки використовується в різних цілях, адже в найзагальнішому сенсі **розкадровка** — це викладена в послідовно розташованих кадрах-картинках деяка історія (або деякий зміст, «текст»).

Завдання на малювання розкадровки можна використовувати перш за все там, де потрібно навчити передавати розгорнуту в часі розповідь за допомогою зорового ряду. У цьому випадку учні повинні використовувати знання мови екранних мистецтв, оскільки весь зміст їм треба передати в декількох кадрах, з'єднавши їх за законами монтажного мислення.

Крім того, у своїй роботі діти будуть **використовувати різну величину зображення**, тобто їхні малюнки-кадри можуть бути намальовані як великі, середні або загальні плани. Подібні малюнки-розкадровки нагадують дитячі комікси.

Досвід роботи показує, що таке завдання є непростим для учнів. Якщо не вчити дітей цього, вони не зможуть перенести свій глядацький досвід на творчу діяльність. В основному, правильно сприймаючи змонтовані у фільмі різні плани, учні не можуть намалювати розкадрування таким чином, щоб використовувати зображення різного масштабу. Як правило, діти, передаючи якийсь зміст (невеликого оповідання чи вірша) у розкадруванні, користуються лише загальним планом. Зважаючи на це, у них вона вся складається з окремо намальованих сцен-кадрів, а не кадрів-планів. Тільки деякі діти можуть самостійно малювати розкадровки з використанням різних планів, зокрема з використанням деталей, важливих для передачі змісту.

Малювання розкадровки може бути і тренувальним, і творчим завданням. Наприклад, якщо треба пояснити, що таке «план» у кіно, то підійде малювання розкадровки до будь-якої казки. У цьому випадку зміст кожного кадру, величина зображення героїв у кадрі обговорюються всім класом, при цьому вчитель робить відповідні малюнки на дошці, а учні — у зошитах або альбомах.

Малювання розкадровки може носити й більш творчий характер, якщо після прочитання невеликого літературного твору, запропонувати дітям самостійно передати його зміст у мальованій кінострічці.

Тут перед ними постане цілком творче завдання створення зорового ряду: треба придумати, як виглядають герої, місце дії, зобразити ті предмети, які описувалися в літературному творі. Крім того, учні можуть самі вигадати якусь історію та намалювати до неї розкадровку. Досвід роботи показує, що учні роблять це із задоволенням.

Є певні **вимоги до матеріалу, за яким пропонується написати сценарій**, зокрема:

- художній твір має бути невеликого обсягу (або використовується епізод з твору);
- якщо робота проводиться з епізодом, то він повинен відігравати особливу роль у структурі твору;
- у творі має діяти невелика кількість персонажів.

Радимо дотримуватися **етапів навчання складання сценарію**[77]:

Підготовчий етап (аналіз змісту твору (епізоду); емоційного стану персонажів, динаміки їхніх емоцій; причини цих почуттів; динаміки авторського ставлення до того, що відбувається).

І етап. Знайомство учнів зі специфічними засобами виразності кіномистецтва (кінокадр, план, монтаж, ракурс) або розширення знань.

ІІ етап. Складання плану епізодів.

ІІІ етап. Кадрування епізоду та опис змісту кожного кадру й вибір ракурсу.

IV етап. Добір до змісту кадру необхідних планів для вираження емоцій персонажів і авторської думки епізоду (що відчувають учасники події, як можна ці почуття показати, щоб їх зрозумів глядач).

V етап. Корекція початкових припущень.

VI етап. Вираження почуттів і настрою в кольоровій гамі та за допомогою світлотіней.

VII етап. Добір звукового й музичного супроводу до кадру або до декількох кадрів.

Бланк розкадровки

Образи						
Текст						
Начитування						
Музика/звук						
Крупність плану (ЗП (загальний) СП (середній) КП (крупний)						
Тривалість у секундах і кадрах (1 с., 12 кадрів; 2 с., 24 кадри)						

77 Шляхи інтеграції медіаосвіти в навчальні предмети початкової школи: методичний посібник / Безрук Г.А., Кобець Т.М., Коваль О.А., Коченгіна М.В., Летко О.В., Рижкова В.С., Табарчук І.В., Шкребець О.О.; за загальною ред. Л.Д. Покроєвої. Харків: Харківська академія неперервної освіти, 2016. 136 с.

Під час уроку української літератури у 8 класі «Філософські мотиви віршів Івана Малковича «З янголом на плечі» і «З нічних молитов»»[78] можна продовжити роботу з ознайомлення учнівства з поняттями «сценарний план», «кадр», «ескіз кадру», зі створювання розкадровку за текстом поезії; учити оцінювати наративні елементи (сюжет, персонаж, декорація, діалог тощо); розуміти різні елементи аудіовізуального меседжу (образи, друкований текст, діалоги, закадровий текст, музика, звукові ефекти, монтаж тощо); розуміти процес виробництва медіа (планування та дизайну); попрактикувати у створенні розкадровок для планування елементів і послідовності сцен (образів, тексту, музичного оформлення). На роботу над створенням розкадровки до поезії доречно проводити на етапі опрацювання навчального матеріалу, для цього можна виділити приблизно 15–20 хвилин.

Спочатку учням пропонується прослухати аудіозаписи пісні «Із янголом на плечі» у виконанні М. Бурмаки (https://www.youtube.com/watch?v=50w57pHI82s) та рок-гурту «Плач Єремії» (https://www.youtube.com/watch?v=NF1lvLLC0g8), після чого провести бесіду за такими питаннями:

- Яким ви уявляєте янгола?
- Які асоціації навіяла вам музика?
- Створіть асоціативний кущ до образу вашого янгола.
- Яка кольорова гама переважала в ході створення образу?
- Про що ви би хотіли запитати свого янгола?
- Порівняйте стилі виконання, поясніть, який вам більше до душі. Свою думку обґрунтуйте.

Далі для виконання завдання пропонуємо скласти розкадровку до мультфільму за віршем Івана Малковича «З янголом на плечі» з урахуванням особливостей музичного супроводу. Для цього бажано об'єднати учнів у 2 групи:

- *І група* — створюючи візуальний ряд, спиратися сприається на музичний супровід — пісню «Із янголом на плечі» у виконанні М. Бурмаки;
- *ІІ група* — створюючи візуальний ряд, спиратися сприається на музичний супровід — пісню «Із янголом на плечі» у виконанні рок-гурту «Плач Єремії».

Перед початком виконання завдання доречно з учнями згадати, що таке «кадр», «сюжет», «персонаж», «розкадровка». Бажано закцентувати на основних етапах створення ескізу кадру:

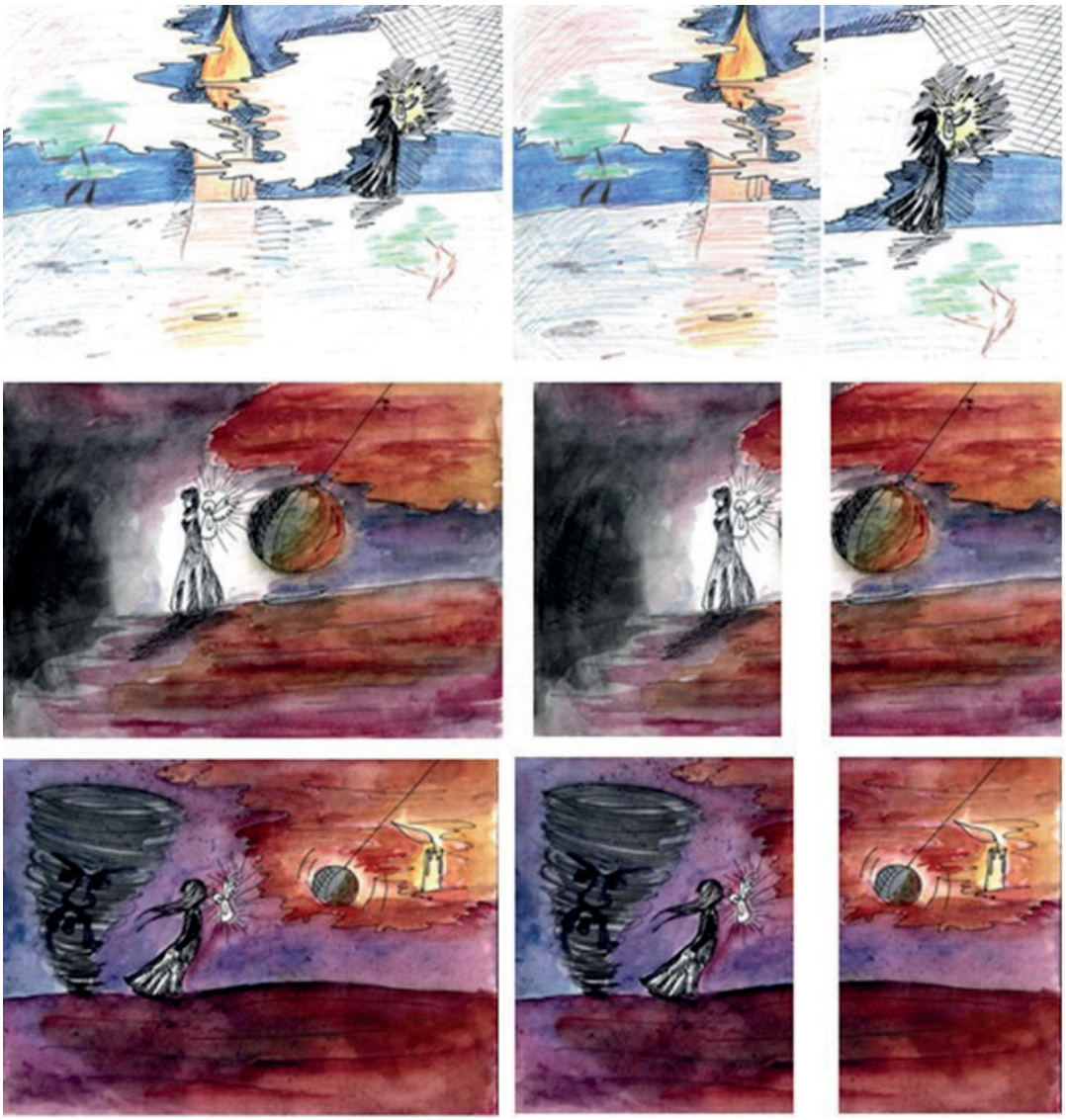
- Обдумування задуму (сюжету).
- Визначення головних і другорядних елементів композиції.
- Легка розмітка — компоновка малюнка у вибраному форматі кадру.
- Робота в кольорі.

Потрібно також визначити критерії для оцінювання створених розкадровок.

По завершенню роботи кожна група презентує створені розкадровки, пояснюючи, чому дібрано саме таких персонажів, декорації, кольорову гаму. Учні мають обов'язково пояснити, чи вплинув на зображення персонажів, декорації, кольорову гаму музичний супровід і чому?

78 Інтеграція інфомедійної грамотності у навчальний процес. Навчально-методичні матеріали проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». К.: IREX в Україні, 2019–2020.

Приклади учнівських розкадровок «З янголом на плечі»



Учні аналізують і оцінюють розкадровки, створені іншою групою. За бажанням вдома учні можуть створити мультфільм за складеною розкадровкою та представити його на наступному уроці.

Особливе місце у відеотворчості посідає створення власних медіатекстів на основі вже наявного художнього твору.

Новий, «свій» медіатекст можна створити й на основі мультфільму або фільму. Як вже говорилося, малювання або ліплення героїв і персонажів фільму, інтер'єрів і природи, яку показано у фільмі, є одним із найпоширеніших прийомів роботи над осмисленням змісту й художніх особливостей медіатвору дітьми. Вони роблять це з великим задоволенням, відтворюючи на малюнку або в пластилінових фігурках образи вподобаних ними героїв і персонажів медіатвору, а проведення конкурсів дозволяє дитині виявити ще й своє ставлення до героїв мультфільмів.

Ураховуючи те, що сьогодні діти все менше читають, необхідно популяризувати книгу й читання.

Тут у пригоді стане такий вид творчої діяльності як створення постерів, буктрейлерів до книжок. Так, створення **буктрейлерів** є сучасною рекламою книги у формі короткого відеоролику, який є відеоанотацією книги і який поєднує в собі і любов до книги, і читання, і бажання

поділитися прочитаним, і рекламу певного твору. Основне його завдання — розповісти про книгу, зацікавити й заінтригувати нею читача. Наприклад, буктрейлер до повісті Г. Вдовиченко «36 і 6 котів» (https://1ll.ink/rulXe), чи повісті В. Нестайка «Тореадори із Васюківки» (https://www.youtube.com/watch?v=S9ZWUcg1NJg), чи серії книг Ларрі Ґоніка «Наука в коміксах. Всесвітня історія» (https://www.facebook.com/watch/?v=1729666217365159).

Це ще й можливість творчої співпраці між учителем, бібліотекарем і учнями на засадах партнерства.

Як ми вже зазначали, корисним засобом для формування й розвитку умінь критичного сприйняття інформації стануть матеріали відкритої електронної енциклопедії «Вікіпедія». Учні / учениці можуть не тільки знаходити необхідну їм інформацію на цьому електронному ресурсі, досліджувати її на достовірність, а й самі писати статті для вікіпедії, тому одним з творчих завдань з елементами дослідження може стати **написання статті відповідно до вимог вікіпедії**.

Для цього спочатку варто запропонувати дітям прочитати кілька статей з вікіпедії, порівняти їх зі статтями в пресі чи інтернет-виданнях і виявити особливі риси, які відрізняють їх, та записати їх на дошці/онлайн-дошці чи фліпчарті. Таку роботу можна також провести у форматі мозкового штурму. Отриманий матеріал дозволить спільно розробити алгоритм «Порядок роботи над статтею до вікіпедії».

Після цього варто об'єднати учнів / учениць класу в робочі групи[79]:

- Перша група — група експертних консультантів — учні, які будуть шукати й добирати інформацію для підготовки матеріалу. Їхнє завдання — робота з першоджерелами. Вони повинні відшукати джерела, на які спираються авторитетні автори, також представники консультантів можуть направляти другу групу, яка працює з фактами й додатковими даними.
- Друга група — учні, які будуть писати текст статті. Їхнє завдання — ознайомитися з інформацією, підготовленою першою групою, скласти план статті та приступити до роботи. Якщо під час підготовки виникнуть питання, представники другої групи можуть звернутися за консультацією до фахівців першої групи.
- У третю групу входять відповідальні читачі чи редактори. Їх завдання — уважно прочитати статтю, знайти й виправити фактичні, стилістичні, граматичні, орфографічні та пунктуаційні помилки. Представники третьої групи повинні також проаналізувати повноту й чіткість викладеного матеріалу.

Роль педагога полягатиме в тому, щоб учні / учениці у процесі такої дослідницької роботи усвідомили, «наскільки точні ті відомості, з якими вони мають справу, чи можна довіряти використаним джерелам»[80]. Так, наприклад, під час ознайомлення учнів на уроках літератури / історії з життям і діяльністю письменників / представників науки, культури тієї чи іншої країни слід запропонувати роботу зі статтями вікіпедії або іншими енциклопедичними та довідковими джерелами. Крім вивчення біографічних відомостей, слід пропонувати учням / ученицям здійснювати роботу відповідно до розробленого раніше алгоритму «Порядок роботи над статтею до вікіпедії».

Робота над статтею у форматі вікіпедії сприятиме розвитку в учнів / учениць критичного мислення й формуванню в них медіаінформаційної грамотності, яка передбачає здатність розрізняти фейкову й реальну інформацію, а також не керуватися тільки першим враженням від прочитаного або почутого, а перевіряти дані, отримані з різних джерел.

79 Як побудувати урок з медіаосвітнім змістом за допомогою цифрових інструментів? URL: http://medialiteracy.org.ua/yak-pobuduvaty-urok-z-mediaosvitnim-zmistom-za-dopomogoyu-tsyfrovyh-instrumentiv/?fbclid=IwAR3C9TekX-WtWbRCc1neZ7SevuevHR_PxBebmlqUADmqDv_-Zh8r_ErXSdU

80 Там же.

«Соціальні мережі — не тільки гарна можливість презентувати себе, а й інструмент спілкування, активний засіб згуртування людей за інтересами. Майже кожна відома особа має свою сторінку у Фейсбук»[81]. Фейсбук-сторінка відомої особи допоможе урізноманітнити освітній процес, адже можливість приміряти на себе її роль, краще зрозуміти її життєвий шлях, характер, причини її вчинків, шлях до відкриттів тощо. Важливо, що можна просто скористатися вже готовим шаблоном, який потім у разі потреби редагувати, змінювати, додавати нові складові.

Роботу над створенням сторінки у фейсбуці відомої особистості, науковця, письменника або літературного героя теж можна віднести до творчих медіаосвітніх завдань.

Богданова Т. Сторінка Ньютона у fb

81 Бак О.Д. Створення та використання фейсбук сторінки письменника. URL: https://naurok.com.ua/stvorennya-ta-vikoristannya-feysbuk-storinki-pismennika-273019.html

Сьогодні інтернет і телебачення є тими каналами масмедіа, з якими діти спілкуються найчастіше. У своїй роботі вчитель/ка може й повинен спиратися на вже відомі учням соцмережі, месенджери, телепередачі, але не для аналізу їхнього змісту, а скоріше для виявлення тих загальних закономірностей, які властиві цим медіа в цілому. Це можуть бути бесіди на різні теми: про роль соціальних медіа в житті людини, про блогерство, про роль ведучого, про його манеру вести передачу, про заставки до телепередач, про використання прямого ефіру, про присутність у студії глядачів і їхню участь або неучасть у ході передачі і т.ін.

Можна запропонувати учням / ученицям відчути себе блогерами чи тележурналістами й підготувати розповідь про подію у форматі тиктоку, відео- чи фоторепортажу різної тематики. Це доречно зробити, якщо дитина вже розуміється на особливостях такої роботи й отримала елементарні знання про мову інтернет-медіа, телебачення, має певні уявлення про виразність цих медіа (блогерство, операторську роботу, репортажі, інтерв'ю, роботу ведучого, тележурналіста, текст тощо).

Власна творчість взагалі допомагає учням / ученицям не тільки закріплювати отримані знання про виразні засоби й мову медіа — вона сприяє і вдосконаленню сприйняття, і розвитку в учнів творчої компоненти медіакомпетентності.

Цими прикладами не обмежуються види творчих медіаосвітніх занять.

Хочемо наголосити, що застосування медіаосвітніх творчих завдань, а також ігор з медіаосвіти пожвавлює процес навчання, ставить дитину в позицію творця, дозволяє їй змоделювати різні життєві ситуації, тому креативте й у вас усе вийде.

Розділ 12
МЕДІАОСВІТНІ РЕСУРСИ

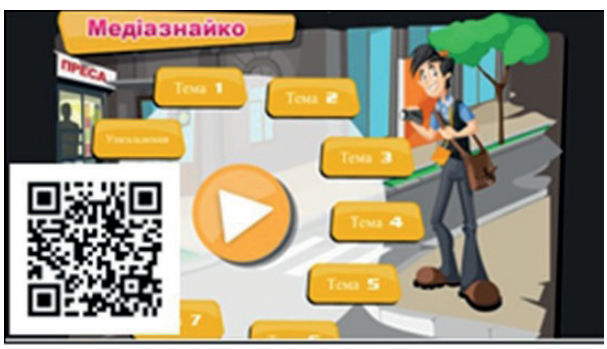
Однією з важливих умов упровадження медіаосвіти в Україні є забезпечення готовності фахівців системи освіти до розв'язання медіаосвітніх проблем і суперечностей, ознайомлення з медіаосвітніми інноваціями. Презентуємо ресурси, які дозволять набути медіаінформаційної компетентності.

САЙТИ з медіаосвіти

Сайт Академії української преси (АУП) (http://www.aup.com.ua), неприбуткової, неурядової та незалежної організації, яка сприяє поінформованому та критичному сприйняттю медіа українським суспільством та дотриманню стандартів соціально-відповідальної журналістики.

Сайт містить покликання на ігри з медіаграмотності:

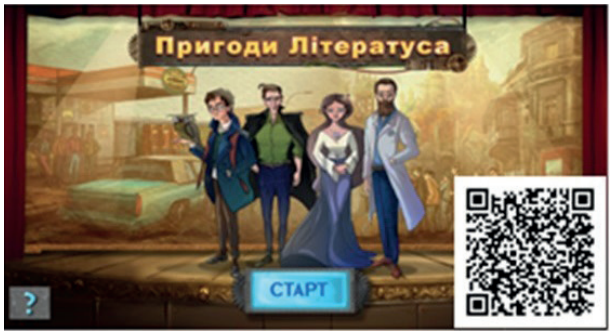
- **онлайн-гру «Медіазнайко»** (http://www.aup.com.ua/Game/index.html) — першу навчальну гра з медіаосвіти в Україні, метою якої є допомогти учням якомога більше дізнатися про інформаційне / медійне поле. Гра — частина курсу з медіаграмотності, розробленого спеціально для 33СО.



Суть гри полягає в тому, що потрібно пройти 9 рівнів / етапів, надати відповідь на

запитання, стати журналістом, створити телепрограму, сайт і газету, дізнаючись при цьому як працюють медіа і як вони впливають на тебе — споживача інформації.

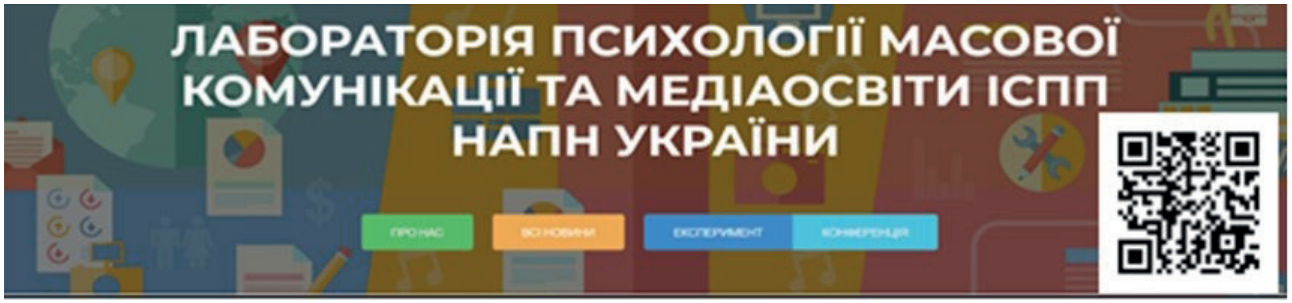
- **гру «Пригоди Літературса»** (http://medialiteracy.org.ua/3393–2/?fbclid =IwAR0HBR37LI8st0x9wAKPv-tsr9e6FBR7pR2hKvGQkTS1M1cA0P50G-7R BMw), яка складається з 10 рівнів. Головний герой — юний принц Літературс — проходить 10 світів у пошуках своєї коханої Верітас, викраденої Маніпулісом. Йому доводиться оцінити достовірність і правдивість інформації, яка йому трапляється, перевірити та знайти правду. Необхідно допомогти Літературсу пройти свій шлях: для цього потрібно читати оповідання й знаходити предмети. Наприкінці гри з'являється можливість для гравця дізнатися, чи компетентний він медіаспоживач.



- **електронні матеріали гри «365° за шкалою медіаграмотності»** (https://www.aup.com.ua/365-game/), яка надасть можливість обрати власну реакцію на ситуацію, а не бездумно вірити медійним повідомленням.

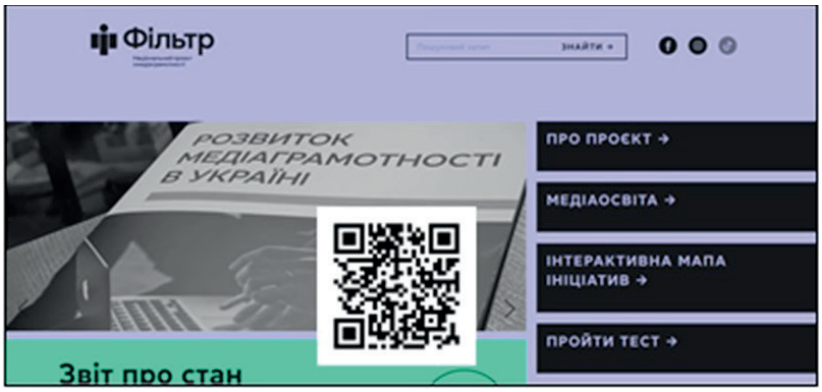
Портал «Медіаосвіта і медіаграмотність» (http://medialiteracy.org.ua/) створено для освітян на базі онлайн-бібліотеки з медіаосвіти Міжнародного благодійного фонду «Академія української преси», містить кейси НУШ, конспекти-плани уроків, розробки медіавправ та відеопрезентації за навчальними посібниками АУП.

Сайт лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України (http://www.mediaosvita.org.ua) презентує результати відстеження рівня медіакультури шкільної молоді та дорослого населення, осмислення методологічних і методичних підходів до розгортання медіаосвіти в системі ЗЗСО.

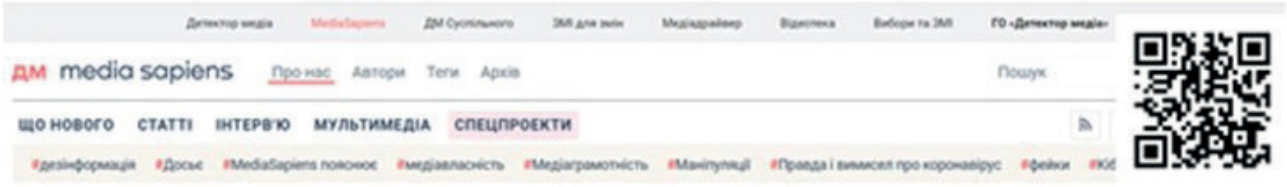


Національний проєкт з медіаграмотності «Фільтр» Міністерства культури та інформаційної політики України (https://filter.mkip.gov.ua/) заснований у 2021 році, аби об'єднати зусилля держави, громадських організацій та медіаспільноти задля підвищення рівня

медіаграмотності українців. На платформі зібрані корисні матеріали для всіх, хто прагне зробити медіаграмотність своєю життєвою навичкою.



Сайт «Mediasapiens» (http://osvita.mediasapiens.kiev.ua) — це проєкт громадської організації «Детектор медіа», що створений у 2010 році за підтримки Internews Network. Основна мета — підвищення медіаграмотності авдиторії. Є частиною порталу «Детектор медіа». Сайт містить розділи: «Медіаосвіта», «Медіаправо», «Медіаетика», «Медіапсихологія», «Маніпуляції», «Медіа і діти», «Медіанавчання», «Нове у медіа», «Громадське мовлення», «Новини». На сайті пояснюється, як працюють медіа й що з ними буває негаразд; автори матеріалів допомагають зорієнтуватися в інформаційному просторі й зрозуміти, кому варто довіряти, а кому — ні; відловлюють та нейтралізують неправдиві новини та маніпуляції; підказують, як захиститись від маніпулятивних технологій; оперативно відстежують та розказують про важливі тенденції та зміни в медіа, соцмережах тощо, щоб допомогти користуватися ними ефективно та безпечно.

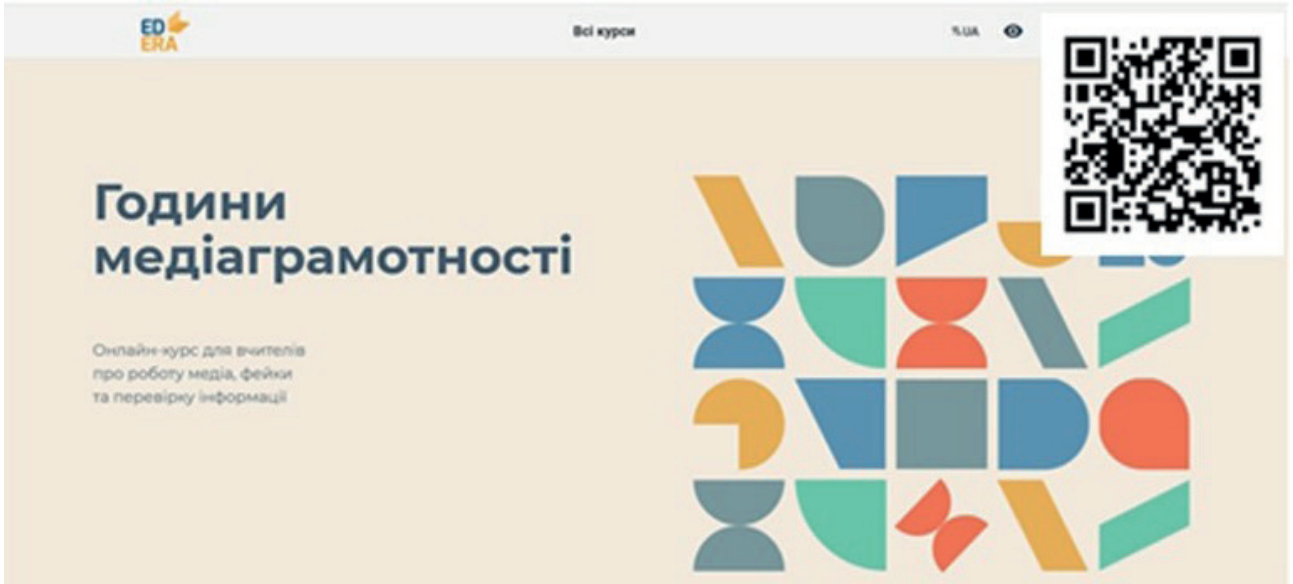


Освітній чатбот «ФейкБум Бот» про медіаграмотність у телеграмі (https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/31197/2023–02–14-u-telegrami-zyavyvsya-osvitniy-chatbot-pro-mediagramotnist/)

ОНЛАЙН-КУРСИ з медіаосвіти

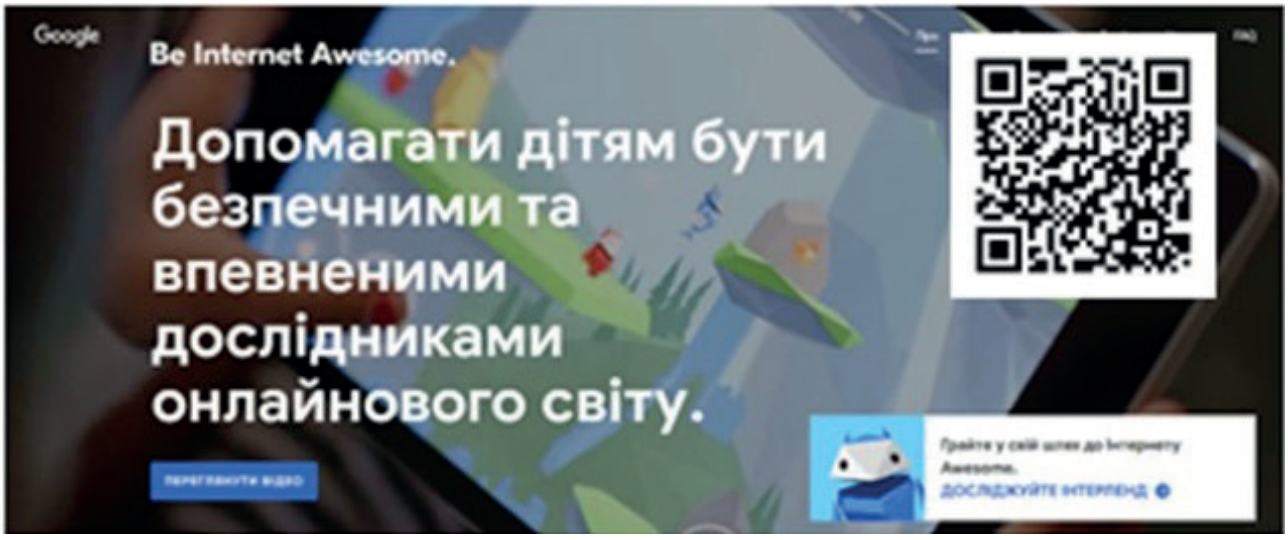
Курс «Медіаграмотність для освітян» від Prometheus (https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:CZ+MEDIA101+2018T3/ about) дозволить педагогам удосконалити знання, зокрема про те, як медіа впливають на людину, психологічні засади медіаграмотності, як захистити дітей від кібербулінгу. Курс містить багато корисних інструментів, які можна використовувати для формування позитивного іміджу закладу освіти, у процесі спілкування з медіа та ефективного використання медіаресурсів в освітньому процесі.

Онлайн-курс для вчителів «Години медіаграмотності» (https://study.ed-era.com/uk/courses/course/824) розповідає про роботу медіа, фейки та перевірку інформації. Цей комплексний онлайн-курс дозволяє не тільки дізнатися більше про медіаграмотність, а й викладати її.



Інтерактивний онлайн-курс «Школа критичного мислення від четвертого брата» (https://uchoose.info/vchytysya/) розповідає про особливості інформаційного світу, гігієну соцмереж, особливості пошуку інформації та навчає базовим інструментам аргументації та удосконаленню критичного мислення.

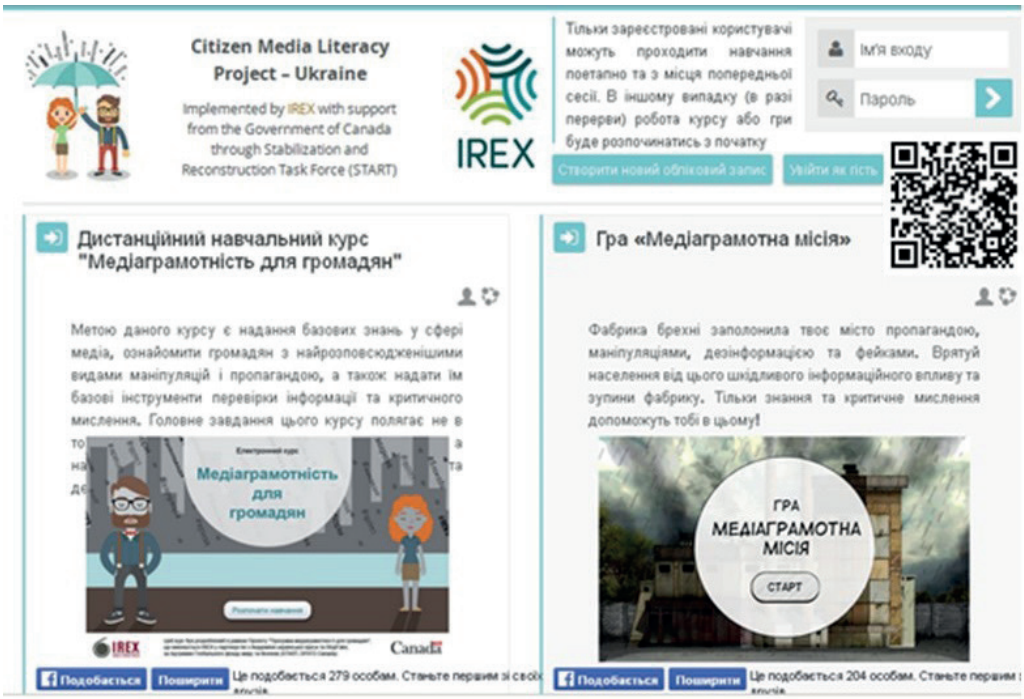
Курси з медіаграмотності для дітей від GOOGLE (https://beinternetawesome.withgoogle.com/en_us). Програма містить навчальні ігри, які допомагають дітям розпізнавати дезінформацію, — фейкові URL-адреси та заголовки новин, що вводять користувачів в оману. Діти будуть вчитися розуміти різницю між джерелами, що заслуговують довіри, та джерелами з дезінформацією, підтримувати хорошу онлайн-репутацію тощо.



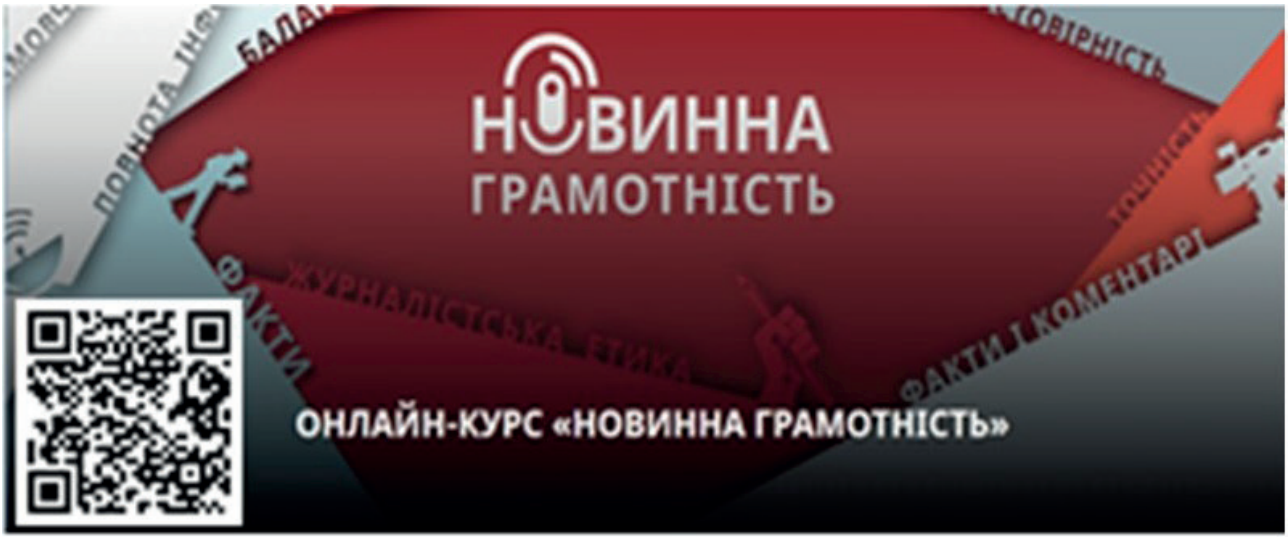
Media IQ (http://media-iq.tilda.ws/) — це комплексний інформаційно-освітній онлайн-проєкт з розвитку медіаграмотності. Його завдання — інформувати, навчати та розширювати методологію тих, хто дивиться з нами в одному напрямі, а також допомогти всім українцям розвинути своє критичне мислення й стати більш медіаграмотними.

Пріоритетні сфери для Media IQ: медіаграмотність, критичне мислення, інформаційна грамотність і цифрова грамотність.

Дистанційний навчальний **курс та онлайн-гра для** медіаграмотних громадян (http://irex.mocotms.com/)



Курс «Новинна грамотність»
(https://video.detector.media/special-projects/novynna-gramotnist-i22)



Курс має просвітницьку мету й спрямований на поширення медіаграмотності серед населення в умовах війни.

Він складається з десяти модулів, у яких експерти розповідають про те, як створюються новини, які існують професійні стандарти, етичні дилеми, у який спосіб можуть маніпулювати

медіа суспільною думкою через новини, хто є основними медіавласниками в Україні, як соцмережі міняють сприйняття новин.

Курс розроблений за підтримки **Internews Network** і розрахований на широке коло користувачів: від студентів та викладачів факультетів журналістики, медіапедагогів до всіх, кому цікава тема медіа.

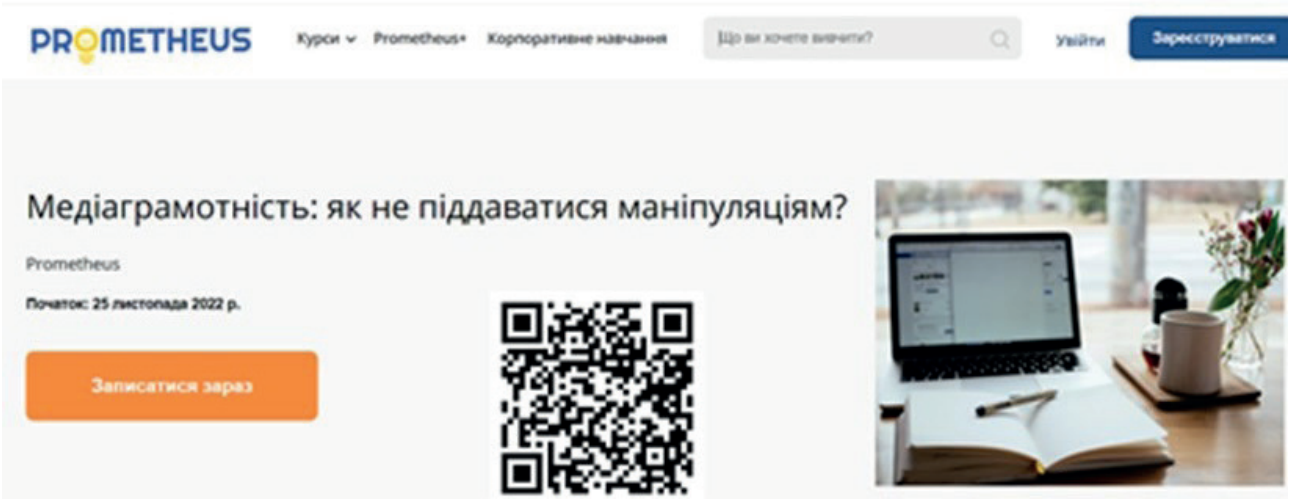
Безкоштовний онлайн-курс з медіаграмотності «Very Verified» (https://verified.ed-era.com/ua або https://verified.ed-era.com/) розроблений Міжнародною організацією IREX спільно зі студією онлайн-освіти «EdEra».

«Very Verified: онлайн-курс з медіаграмотності» пояснює, як орієнтуватися в інформації довкола та як розпізнавати дезінформацію та пропаганду.

Відеокурс «Освітні практики в часи інфодемії». 5 лекцій. Київ : АУП, 2021. URL: https://medialiteracy.org.ua/videokurs-osvitni-praktyky/

Основу відеокурсу склав контент посібника «Освітні практики із запобігання інфодемії, або Як не ізолюватися від правди», оновлений у березні 2021 року конспектом лекції та її відеоверсією «Вакцини і вакцинація» (автор: Микита Калиберда), задля дебанкінгу неправдивої інформації щодо вакцинації.

Онлайн-курс «Медіаграмотність: як не піддаватися маніпуляціям» (https://prometheus.org.ua/course/course-v1:Prometheus+MEDIA_L101+_2022_T3) навчить, як фільтрувати інформацію навколо й робити це максимально швидко та ефективно, довіряючи лише якісним і перевіреним джерелам та експертам.



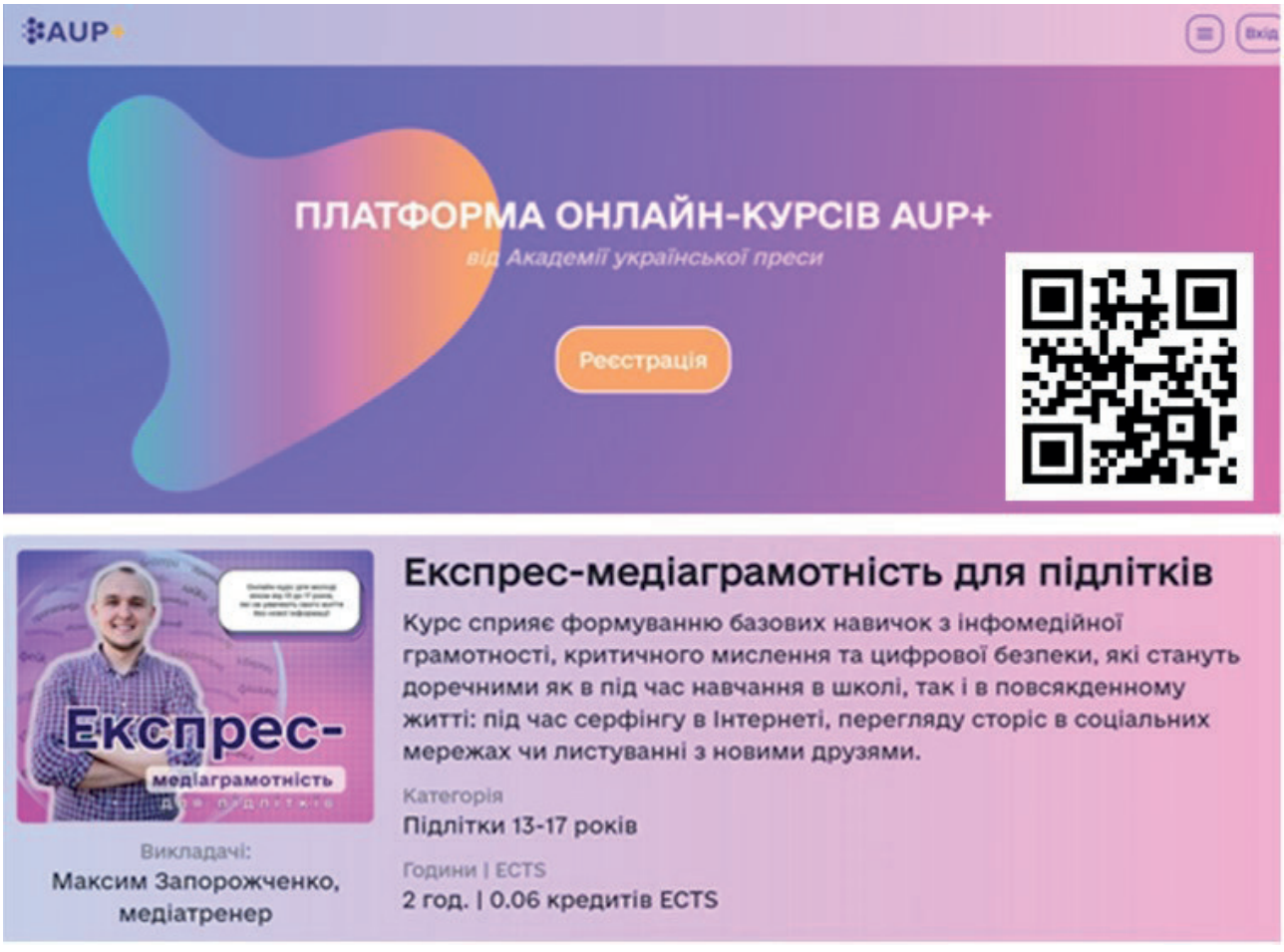
Медіаграмотність допоможе правильно відділяти зерно від полови, повсякчас зберігати емоційну та психологічну стійкість, уникати масової паніки, ухвалювати правильні рішення на основі ретельно перевіреної інформації.

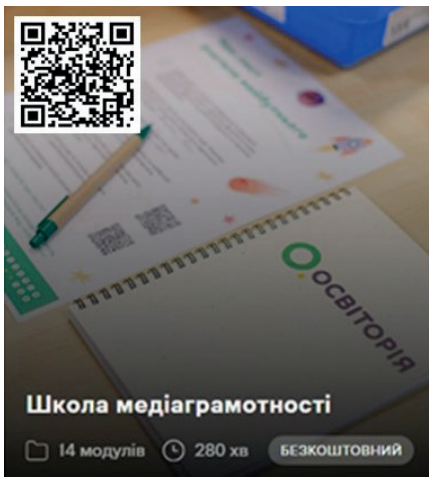
На цьому курсі ви:

- дізнаєтеся, чому і як медіаграмотність допомагає в ухваленні найкращих рішень;
- ознайомитеся з найкращими практиками для розвитку рівня критичного мислення;
- опануєте алгоритм перевірки якості контенту українських та закордонних медіа;
- навчитеся досліджувати експертність авторів, джерел інформації, зокрема телеграм-каналів;
- засвоїте цифрові інструменти для швидкої та ефективної перевірки достовірності фото та відео;
- ознайомитеся з ключовими наративами й тактиками російської пропаганди, аби протидіяти їм;
- навчитеся визначати маніпулятивний медіаконтент, розрізняти дезінформацію, шкідливі пропагандистські наративи;
- дізнаєтеся, як самостійно створювати якісний контент та уникати блокувань у соцмережах.

Виконавши всі обов'язкові завдання курсу, користувач чи користувачка отримує сертифікат про успішне завершення навчання на 30 годин (1 кредит ЄКТС).

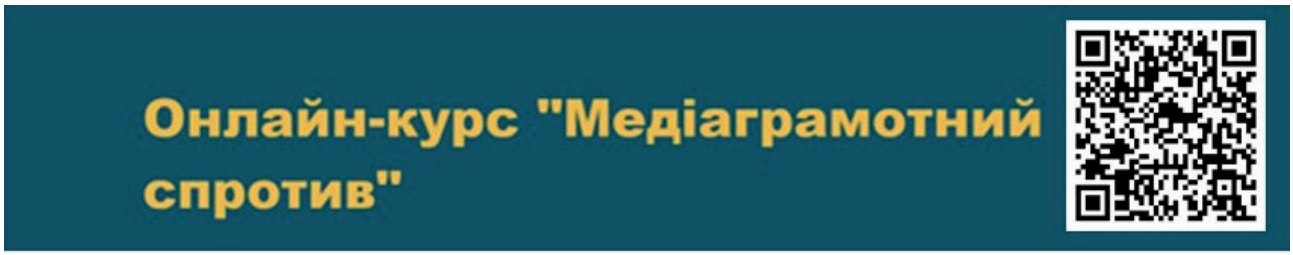
Експрес-курс медіаграмотності для підлітків (https://plus.aup.com.ua/) розроблений Академією української преси у 2023 році.





Школа медіаграмотності (https://osvitoria.university/courses/mediagramotnist/) — це мінікурс, розроблений ГС «Освіторія», після якого ви більше ніколи не станете жертвою фейків та інформаційних маніпуляцій. 7 навчальних відео розвінчують найлютіші фейки: про милозвучність української мови, небезпеки від вакцинації та історичні фейки нашого ворога. У кожному відео знайдете практичні інструменти для ваших уроків: покрокові інструкції, креативні вправи та ігри. Прокачайте власні навички медіаграмотності та допоможіть розвинути критичне мислення у ваших учнів та учениць.

Онлайн-курс «Медіаграмотний спротив» (https://eduhub.in.ua/category-course/onlayn-kurs-mediagramotniy-sprotiv) розроблено експертками Ради міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) у навчальній програмі «Посилення стійкості до шкідливих інформаційних впливів під час війни» у межах проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність». Проєкт виконується IREX за підтримки Посольства США в Україні та Міністерства закордонних справ і міжнародного розвитку Великої Британії у партнерстві з Міністерством освіти і науки України, Міністерством культури та інформаційної політики України та Академією української преси. Він складається з 2-х частин. Навчання допоможе збагатити знання з української мови та медіаграмотності для побудови ефективних діалогів.



Онлайн-курс «Медіаграмотний спротив: будуємо аргументовані діалоги» (https://eduhub.in.ua/courses/onlayn-kurs-mediagramotniy-sprotiv-buduyemo-argumentovani-dialogi) інтегрує інфомедійну грамотність у вивчення української мови з метою набуття навичок критичного сприйняття інформації та соціальної толерантності й усвідомлення цінності високоякісної інформації в сучасному контексті.

Курс «Медіаграмотний спротив: будуємо аргументовані діалоги» покликаний поглиблювати знання з української мови та застосовувати їх у різних мовленнєвих ситуаціях, розкривати невичерпні скарби рідного слова, формувати грамотну особистість, яка відзначалася б свідомим ставленням до державної мови, високою мовною компетентністю й готовністю здійснювати спротив інформаційним викликам сьогодення.

За проходження курсу вам буде нараховано 15 годин (0,5 кредити ЄКТС). Після успішного завершення курсу ви зможете отримати й завантажити електронний сертифікат. Сертифікат буде доступний одразу після завершення курсу на платформі.

Онлайн-курс «Медіаграмотний спротив: спілкуємось на рівних» (https://eduhub.in.ua/courses/onlayn-kurs-mediagramotniy-sprotiv-spilkuyemos-na-rivnih) інтегрує інфомедійну грамотність у вивчення української мови з метою набуття навичок критичного сприйняття інформації та соціальної толерантності й усвідомлення цінності високоякісної інформації в сучасному контексті.

Курс «Медіаграмотний спротив: спілкуємось на рівних» покликаний поглиблювати знання з української мови та застосовувати їх у різних мовленнєвих ситуаціях, розкривати невичерпні скарби рідного слова, формувати грамотну особистість, яка відзначалася б свідомим ставленням до державної мови, високою мовною компетентністю й готовністю здійснювати спротив інформаційним викликам сьогодення.

За проходження курсу вам буде нараховано 15 годин (0,5 кредити ЄКТС). Після успішного завершення курсу ви зможете отримати й завантажити електронний сертифікат. Сертифікат буде доступний одразу після завершення курсу на платформі.

ПОСІБНИКИ із загальних питань з медіаосвіти

Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ : Центр Вільної Преси, 2013. 352 с. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/mo2.pdf.

Підручник розроблено для забезпечення відповідного курсу у закладах вищої педагогічної освіти України. Автори підручника, провідні українські та зарубіжні науковці, об'єднали найактуальніші світові розробки в галузі підготовки студентів до викладання предметів з медіаосвіти, медіакультури, медіаграмотності. Призначений для студентів педагогічних спеціальностей.

Практична медіаосвіта: авторські уроки / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. 447 с. URL: http://www.aup.com.ua/ uploads/Avtorski_yroku.pdf

Збірка авторських уроків з основ медіаосвіти та медіаграмотності розроблена для проведення інтегрованих та самостійних уроків з медіаграмотності у середніх загальноосвітніх закладах України. Автори збірки — українські медіапедагоги-практики, науковці — об'єднали найактуальніші практичні розробки в галузі підготовки школярів з цього напряму. Призначена для вчителів та студентів педагогічних спеціальностей.

Шейбе С., Рогоу Ф. **Медіаграмотність: підручник для вчителів** / Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. К. : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2017. 319 с.

Підручник для вчителя «Медіаграмотність» сучасних американських медіапедагогів Сінді Шейбе і Фейз Рогоу є сформованим протягом останніх трьох з половиною десятиліть у США освітнім підходом до викладення медіаграмотності. Цей підхід спирається на базові принципи медіаосвіти, зафіксовані в «Ключових принципах освіти з медіаграмотності» у США (NAMLE, 2007): дослідження, грамотність та інтегрованість. За допомогою цієї книжки українські медіапедагоги зможуть навчитися інтегрувати медіаграмотність у різноманітні освітні практики, знайдуть багато ідей щодо заходів і чимало прикладів повних модельних занять.

Формування медіаграмотності педагогів: навчально-методичний посібник / за заг. редакцією Л. Д. Покроєвої, Г.А. Дегтярьової. Харків : Харківська академія неперервної освіти, 2014. 252 с.

Навчально-методичний посібник містить матеріали для педагогічних працівників позашкільних, дошкільних і загальноосвітніх навчальних закладів, слухачів закладів післядипломної освіти, які цікавляться проблемами впровадження медіаосвіти. Пропонуються також запитання для самоконтролю та список рекомендованої літератури.

Призначений для використання у системі післядипломної педагогічної освіти.

Рекомендовано Міністерством освіти і науки України як навчально-методичний посібник для організаторів та викладачів післядипломної педагогічної освіти, слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних працівників і методистів системи післядипломної педагогічної освіти.

Як можна протидіяти «фейковим новинам»?: аналіз. Київ : Фонд Фрідріха Науманна за Свободу, Академія української преси, 2019. URL: https://www.aup.com.ua/yak-mozhna-protidiyati-feykovim-novina/

Інтернет — простір свободи. Будь-хто може оприлюднити будь-що будь-якої миті й зробити доступним для всіх інших людей у світі. Це допомагає зміцнювати відкриті суспільства у світі. Але неймовірна свобода вираження та інформації має і темний бік. Вона дозволяє

легко поширювати ненависть і дезінформацію, розповсюджуючи їхній згубний вплив через комп'ютерні мережі.

Тому Фонд Фрідріха Науманна за Свободу замовив дослідникам у галузі комунікацій Філіппу Мюллеру й Норі Деннер проаналізувати вплив цих явищ. У своєму дослідженні вони розглядають, як «фейкові новини» впливають на спосіб формування власної думки в громадян, а потім змальовують різноманітні методи вирішення цієї проблеми.

Вальорска М. Аґнєшка **Діпфейк та дезінформація : практ. посіб**. / Аґнєшка М. Вальорска ; пер. з нім. В. Олійника К. : Академія української преси; Центр Вільної Преси, 2020. 36 с. URL: https://www.aup.com.ua/dipfeyk-ta-dezinformaciya-valorska-m/

Ця публікація є інформаційною пропозицією Фонду Фрідріха Науманна за Свободу.

Публікація не може бути використана політичними партіями або активістами під час виборчої кампанії з метою агітації (вибори в Бундестаґ ФРН, ландтаґи та місцеві вибори, а також вибори до Європейського парламенту).

Ґергард Тулодзєцький, Бардо Герціґ, Сільке Ґрафе **Медіаосвіта в школі та на уроці: Основи і приклади** / За загал. ред. В.Ф. Іванова; Пер. з нім. В. Климченка. К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2020. — 405 с. URL: https://www.aup.com.ua/posibnik-mediaosvita-v-shkoli-ta-na-uro/

Книжка присвячена розгляду проблем впровадження медіаграмотності в шкільні предмети. Вона має стати в пригоді вчителям, викладачам і студентам-педагогам, усім, хто займається проблематикою медіаосвіти.

Медіаосвіта в Державному стандарті базової середньої освіти (5–6 класи) : Навч.-метод. посіб. / О. П. Мокрогуз (розділи 1, 2, 3, підрозділ 4.2), О. В. Волошенюк (розділ 1, підрозділи 4.1, 4.3), Г. А. Дегтярьова (підрозділ 4.1), І. П. Старагіна (розділ 4.1), Р. В. Шаламов (підрозділ 4.2.); за заг. ред. В. Ф. Іванова., О. В. Волошенюк., Р. І. Євтушенко. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 63 с. URL: https://www.aup.com.ua/mediaosvita-v-derzhavnomu-standarti-b/

Державний стандарт базової середньої освіти, затверджений Постановою КМУ України № 898 від 30 вересня 2020 р., визначає вимоги до обов'язкових результатів навчання та компетентностей учнів, містить значний медіаосвітній потенціал. Посібник пропонує аналіз методичного потенціалу модельних навчальних програм і підручників для 5–6 класу з усіх освітніх галузей, детальніше ми зупиняємося на особливостях інтеграції медіаосвіти в мовно-літературній, громадянській, історичній та природничій освітній галузях.

Книжка розрахована на вчительок та вчителів, які прагнуть урізноманітнити свої заняття, зробити їх цікавішими для учнів, розвивати не лише предметні компетентності, але й медіаграмотність.

Методика інтеграції в проєкті «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність»: збірник матеріалів / Редкол.: В. Ф. Іванов (голов. ред.) [та ін.]. Київ : Академія української преси, IREX, Центр вільної преси, 2022. 160 с. URL: https://www.aup.com.ua/zbirnik-materialiv-metodika-integr/?fbclid=IwAR3AnceCPmk3rp-1guE0jQn2Mdo-mzrCISSbF4SFOvB8–88rx_IkcFcsUjs

Збірник присвячений науковому осмисленню перебігу та результатів проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». Розглядаються як загальні положення, так і конкретні приклади впровадження елементів медіаграмотності в освітній простір України. Статті будуть цікаві і корисні для студентів, аспірантів, наукових співробітників, викладачів, керівників закладів освіти, усіх, кого цікавить проблематика впровадження медіаграмотності.

Зоря Ю.М., Волошенюк О.В. **Медіаосвітній порадник для педагога професійної освіти. Навчально-методичний посібник** / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф., Євтушенко Р. І. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 61 с. URL: https://www.aup.com.ua/mediaosvitniy-poradnik-dlya-pedagoga/

Сучасне суспільство характеризується постійним зростанням обсягу інформації і масштабною потребою споживачів у ній. Відповідно, новітні медіа, що пропонують молоді багато можливостей для задоволення її запитів та інтересів, — найпопулярніший канал для отримання та обміну інформацією.

У цьому контексті питання впровадження медіаосвіти для підвищення ефективності освітнього процесу набуває актуальності і, зокрема, у закладах професійної (професійно-технічної) освіти.

Рудь О. В. **Інформаційна гігієна та медіаосвіта: що нового в умовах воєнного часу. Навчально-методичний посібник /** за редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф., Євтушенко Р. І. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2023. 44 с. URL: https://www.aup.com.ua/informaciyna-gigiiena-ta-mediaosvita/

Посібник розрахований на викладачів обласних інститутів післядипломної педагогічної освіти, історії і громадянської освіти, які прагнуть засвоїти додаткові можливості для практичної роботи з формування медіаграмотності в пошукачів освіти, за умов інформаційно-ідеологічного протистояння. Запропоновані матеріали та практичні вправи розвиватимуть критичне та системне мислення, здатність логічно обґрунтовувати власну позицію та конструктивно доносити інформацію; уміння розрізняти джерела інформації; здатність якісної комунікації, пошуку та оцінювання альтернативної інформації, декодування дезінформації та пропаганди.

Викладачі, вчителі, які скористаються посібником для проведення заняття і заповнять коротку анкету-апробацію, отримають електронний сертифікат від МОН України та АУП щодо підвищення кваліфікації.

Медіаграмотність під час війни: теорія, методика, інтерактив. Навчальний посібник / Довженко О., Єгорова А., Іванова Т., Міський В., Потапова В., Юричко А. / за загал. ред. О. Волошенюк, В. Іванова. К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2023. 68 с. URL: https://www.aup.com.ua/book-review/mediagramotnist-pid-chas-viyni-teori/?fbclid=IwAR0KBbPDuSzpbhvuLPtTi-9g6X_O2BDQT7jL9sdG0TwoZtO4svz3FQ0GVzw

Навчальний посібник містить методичні поради, рекомендації, зразки лекцій та детальний опис вправ для засвоєння різних аспектів медіаграмотності, підготовлені чільними медіаекспертами, професійними викладачами та практикуючими журналістами.

Запропоновані матеріали розраховані на викладачів журналістських дисциплін, медіатренерів, тренерів з медіаграмотності. Автори уклали сучасну понятійно-термінологічну систему, створили вправи,

які дозволяють працювати на заняттях, що спрямовані на системне та усвідомлене засвоєння методик критичного мислення та декодування дезінформації та пропаганди, зокрема, в умовах російсько-української війни.

Зюсс Д., Ламперт К., Трюльцш-Війнен К. **Медіапедагогіка: навчальний посібник** / пер. з нім. В. Климченка, В. Олійника / за загал. ред. В. Іванова. К.: Академія української преси, Центр вільної преси, 2023. 300 с. URL: https://www.aup.com.ua/book-review/mediapedagogika/

Навчальний посібник «Медіапедагогіка» призначений для тих, хто тільки знайомиться з цією спеціальністю. Тому він охоплює величезне коло проблем та питань, пов'язаних з медіапедагогікою, медіаосвітою, медіакомпетентностями, медіаграмотністю. Книга має комплексний характер, вона дає достатньо повну картину стану цієї особливо важливої на сьогодні спеціальності. Посібник створений у німецькомовному європейському світі, над ним працювали дослідники з Німеччини, Австрії, Швейцарії, але він є актуальним і корисним для всіх, хто вивчає медіа, їхні впливи та методи роботи з ними. У себе на батьківщини книга витримала вже три видання, що також красномовно свідчить про її якість.

У цілому, ми маємо комплексний теоретичний та практичний посібник. Коли людина його прочитає, то отримає повне уявлення як про минуле, сучасне та основні перспективи майбутнього, так і про наріжні проблеми розвитку медіапедагогіки та основні шляхи їхнього вирішення.

Степанова Н. М. **STOP-стереотипи: методи їх подолання в українському суспільстві**. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2024. 61 с. URL: https://www.aup.com.ua/book-review/stop-stereotipi-metodi-ikh-podolannya-v-ukr/

Мета посібника — ознайомити українську громадськість з можливостями подолання в суспільстві упереджень та стереотипів. Зосереджено увагу на важливості гнучких навичок, особливо критичного мислення кожної людини. Авторка пояснює, у чому різниця між критичним та стереотипним мисленням, і чому останнього варто уникати.

Матеріали містять навчально-методичне забезпечення інформаційних годин та розробки тренінгів, які рекомендовано проводити з молоддю для того, щоб у суспільстві попередити виникнення стереотипів та пропагування культурних розбіжностей, розгортання непримиренності й жорстокості.

Розраховано на педагогів, здобувачів освіти, широкий загал шанувальників історії, культури та традицій України.

ПРОГРАМИ з МЕДІАОСВІТИ (модельні, факультативних курсів) та їхнє дидактичне забезпечення

Основи медіаінформаційної грамотності для 10–11 класів. Навчальна програма / О. П. Мокрогуз, О. В. Желіба / За заг. редакцією В. Ф. Іванова. — Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2024. 38 с. URL: https://medialiteracy.org.ua/osnovy-mediainformatsijnoyi-gramotnosti-10–11-klasy-navchalna-programa/

Навчальна програма є продовженням низки програм для закладів освіти з навчання медіаграмотності, починаючи з 5 класу. Вона може бути використана для запровадження курсів за вибором, факультативних курсів, занять гуртків.

Мета цієї програми — сформувати навички критичного мислення, медіаінформаційних компетентностей учня/учениці, що необхідні для діяльності, пов'язаної з процесом пошуку, сприйняття, створення, обробки й передавання інформації в процесі роботи з медіа.

Мокрогуз О. П., Желіба О. В., Запорожченко М. В. **Основи медіаінформаційної грамотності, 10–11 класи. Посібник для вчителя** / за загал. ред. В. І. Іванова. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2024. 133 с. URL: https://medialiteracy.org.ua/osnovy-mediainformatsijnoyi-gramotnosti-10–11-klasy-posibnyk-dlya-vchytelya/

Посібник містить дидактичні матеріали та розробки занять для викладання курсу «Основи медіаінформаційної грамотності. 10–11 класи». Цей посібник повністю відповідає структурі програми, разом з якою становить єдиний навчально-методичний комплекс. Теоретичний матеріал, медіаосвітні вправи та завдання, що вміщені в посібнику, можуть бути використані як під час вивчення окремого курсу з медіаграмотності, для позакласної роботи, проведення занять гуртків, так і бути інтегрованими в навчальні предмети.

Навчальна програма «Основи візуальної медіаграмотності» для 9 класів закладів загальної середньої освіти / О. П. Мокрогуз, О. В. Желіба / За редакцією О. В. Волошенюк, Р. І. Євтушенко, В. Ф. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 14 с. URL: https://www.aup.com.ua/navchalna-programa-osnovi-vizualn/

Програма укладена відповідно до Державного стандарту базової середньої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 898 від 30 вересня 2020 р. та наказу Міністерства освіти і

науки України № 235 від 19 лютого 2021 року «Про затвердження типової освітньої програми для 5–9 класів закладів загальної середньої освіти».

Модельна навчальна програма інтегрованого міжгалузевого курсу «Основи медіаграмотності» (7–8 класи) для закладів загальної середньої освіти / О. П. Мокрогуз, О.В. Желіба / За редакцією О. В. Волошенюк, В. Ф. Іванова, Р. І. Євтушенко. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 28 с. URL: https://www.aup.com.ua/modelna-navchalna-programa-integro/

Програма укладена відповідно до Державного стандарту базової середньої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 898 від 30 вересня 2020 р. та наказу Міністерства освіти і науки України № 235 від 19 лютого 2021 року «Про затвердження типової освітньої програми для 5–9 класів закладів загальної середньої освіти».

Гриф Міністерства освіти і науки України «Схвалено для використання в освітньому процесі» (Протокол № 13 засідання експертної комісії з історії від 09.11.2022, протокол № 1 засідання експертної комісії з громадянської освіти та правознавства від 31.01.2023).

Основи медіаграмотності, 7–8 класи. Посібник для вчителя / Мокрогуз О. П. / за загал. ред. В. І. Іванова. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2024. 159 с. URL: https://www.aup.com.ua/book-review/osnovi-mediagramotnosti-7–8-klasi-pos/

Посібник містить дидактичні матеріали та розробки занять для викладання курсу «Основи медіаграмотності. 7–8 класи» (програма має гриф МОН України «Схвалено для використання в освітньому процесі»). Цей посібник повністю відповідає структурі програми, разом з якою становить єдиний навчально-методичний комплекс. Теоретичний матеріал, медіаосвітні вправи та завдання, що вміщені в посібнику, можуть бути використані для позакласної роботи, вивчення факультативних курсів, проведення занять гуртків.

Модельна навчальна програма «Основи медіаграмотності» (5–6 класи) для закладів загальної середньої освіти / О. П. Мокрогуз / За редакцією О. В. Волошенюк, В. Ф. Іванова, Р. І. Євтушенко. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2021. 21 с. URL: https://www.aup.com.ua/osnovi-mediagramotnosti-5-6-klasi-mod/

Програма укладена відповідно до Державного стандарту базової середньої освіти, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України № 898 від 30 вересня 2020 р. та наказу Міністерства освіти і науки України № 235 від 19 лютого 2021 року «Про затвердження типової освітньої програми для 5–9 класів закладів загальної середньої освіти».

Гриф Міністерства освіти і науки України «Схвалено для використання в освітньому процесі» (Протокол № 13 засідання експертної комісії з історії від 09.11.2022., Протокол № 1 засідання експертної комісії з громадянської освіти та правознавства від 31.01.2023)

Книжка у світі Медіа: Програма факультативного курсу для закладів загальної середньої освіти. 5–7 клас. Розроблення занять. / За заг. ред. О. В. Волошенюк, Г. А. Дегтярьової,

В. Ф. Іванова. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2018. 116 с. URL: https://www.aup.com.ua/programa-fakultativnogo-kursu-knizh/

Цей посібник для вчителів, які викладають медіаграмотність у закладах загальної середньої освіти, а також бібліотекарів, містить програму факультативного курсу «Книжка у світі Медіа» для учнів 5–7 класів та плани-конспекти занять відповідно до тем програми. У посібнику також наведено необхідні основні та додаткові ресурси і матеріали.

Посібник увійшов до Переліку навчальної літератури, що має відповідний гриф Міністерства освіти і науки України для використання у загальноосвітніх навчальних закладах.

Основи медіаграмотності: Навчально-методичний посібник для вчителя 8 (9) клас. Плани-конспекти уроків / За ред. В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк, О.П. Мокрогуза. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. 190 с. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/lessons-5.pdf

Це перший посібник для вчителів, які викладають медіаграмотність в середній школі. Він містить плани-конспекти занять відповідно до тем програми «Основи медіаграмотності для 8 (9) класів», кожна з яких охоплює серію уроків. У конспектах також наведено велику кількість основних та додаткових ресурсів та матеріалів.

Посібник увійшов до Переліку навчальної літератури, що має відповідний гриф Міністерства освіти і науки України для використання в загальноосвітніх навчальних закладах.

ОНЛАЙН-НАВЧАЛЬНІ МАТЕРІАЛИ з медіаосвіти

Тулбокс АУП (https://toolbox.medialiteracy.org.ua/) містить приклади уроків, кейси, вправ і завдань у рамках навчальних дисциплін школярів 5–11 класів.

Тулкіт Фейк ≠ факт (https://filter.mkip.gov.ua/uchytelyam-ta-uchnyam/) — це навчальні матеріали, розроблені Шведським інститутом для учнів старших класів та викладачів, які працюють з темами медіаграмотності. Тулкіт «Фейк ≠ факт» складається з практичних вправ з розпізнавання фейків, пропаганди та походження джерел інформації.

Матеріали тулкіту можуть бути використані, але не можуть бути поширені на інших онлайн або медійних ресурсах.

МедіаДрайвер (http://mediadriver.online/) — це ресурс, який допоможе орієнтуватися в реальності, створеній медіа:

- зрозуміти, як вона виникла, як змінювалася й за якими принципами діє сьогодні;
- знати, які можливості для саморозвитку надає доступ до інтернету, як користуватися ними, не порушуючи законів, і як захистити свою цифрову особистість.

Світ медіа мінливий, інформація циркулює шаленими темпами. Тому завдання, яке ставлять перед собою автори цього онлайн-посібника, — навчити тверезо оцінювати навколишню дійсність, аби перед монітором комп'ютера чи екраном дивайсу почуватися впевнено та безпечно.

Зарядка з медіаграмотності (https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/ 2021/08/zaryadka-z-mediagramotnosti.pdf)

Вправи на 7 днів, які розповідають на конкретних прикладах, як відбуваються маніпуляції та на що звертати увагу, щоб залишатися медіасвідомим.

Освітні практики із запобігання інфодемії, або Як не ізолюватися від правди/ Волошенюк О. (розділ 2, 3, 5), Дегтярьова Г. (розділ 2), Каліберда М. (розділ 1), Мокрогуз О. (розділ 3), Потапова В. (розділ 4), Шаламов Р. (розділ 1) / За редакцією Волошенюк О., Євтушенко Р., Іванова В., Кулакова А. Київ: АУП, Інтерньюз-Україна, ЦВП, 2020. 68 с. URL: https://www.aup.com.ua/osvitni-praktiki-iz-zapobigannya-info/

Посібник містить серію моделей занять з біології, громадянської освіти / історії, української мови та сценарій позакласного заходу, у які інтегрована медіаграмотність. Контент формує навички критичної оцінки медіаповідомлень, розуміння власної ролі в запобіганні інфодемії та відповідальне ставлення щодо поширення «вірусної» інформації.

Посібник може бути використаний під час навчального процесу в закладах загальної середньої

освіти, післядипломної педагогічної освіти та педагогічних закладах вищої освіти.

Аудіокнига. *Journalism Teachers' Academy*. URL: https://e-courses.jta.com.ua/e-podcasts/?fbclid=IwAR1KVuBqOvocvF5X99g8vizTlMLI4cLduVKdk2DoIuvxg-o9gB-au4e7DN8/

Якщо ви хочете навчитися протистояти фейкам, маніпуляціям та іншим негативним інформаційним впливам (що зараз гіперактуально), ця аудіокнига вам стане в пригоді. Вона зручна, бо можна слухати як цілком (як книгу), так і окремими темами/подкастами. Ця аудіокнига є частиною онлайн-посібника «Конструктор вправ».

Цей аудіословник стане в пригоді й викладачам журналістики, і студентам, і всім іншим, хто прагне дізнатися більше про роботу ЗМІ. Він розроблений разом із IREX in Ukraine.

ПОСІБНИКИ з МЕДІАОСВІТИ для початкової школи

Медіаграмотність та критичне мислення в початковій школі: посібник для вчителя / Бакка Т., Голощапова В., Дегтярьова Г., Євтушенко Р., Іванова І., Крамаровська С., Мелещенко Т, Шкребець О. / За редакцією Волошенюк О., Дегтярьової Г., Іванова В. К. : ЦВП, АУП, 2017. 196 с. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/ 2017_Pochatkova_school.pdf

Сьогодні у зміст навчальних програм початкової школи широко впроваджується компетентнісний підхід. Мета навчання медіаграмотності та критичного мислення учнів початкових класів — це формування практичних навичок з розуміння, аналізу й оцінювання змісту медіа, здатності створити власний медіапродукт і оцінити власну медіаактивність.

Сьогодні ми спостерігаємо дві основні форми навчальної роботи в сфері медіаграмотності: викладання спеціалізованих/факультативних курсів (розділ 1) та практики інтеграції в предмети навчального циклу (розділи 2, 3). У цій збірці ми пропонуємо інноваційні практики від медіапедагогів, які відбивають обидва підходи.

Посібник увійшов до Переліку навчальної літератури, що має відповідний гриф Міністерства освіти і науки України для використання у закладах загальної середньої освіти.

Медіаграмотність у початковій школі: посібник для вчителя / Волошенюк О.В., Ганик О.В., Голощапова В.В., Дегтярьова Г.А., Іванова І.Б., Кожанова А.Ю., Пиза Г.Ю., Шкребець О.О., Янкович О.І. / За редакцією Волошенюк О.В., Іванова В.Ф. Київ : ЦВП, АУП, 2018. 234 с. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/Pochatkova_school_2018.pdf

З 1 вересня 2018 р. в Україні застосовується новий Державний стандарт початкової освіти, що вперше містить змістову лінію медіаграмотності, тобто школяр Нової української школи має засвоїти навички зі сприйняття, аналізу, інтерпретації, критичного оцінювання інформації в текстах різних видів та медіатекстах. Пропонуємо вам посібник для вчителя початкової школи, що створили медіапедагоги-лідери на основі кількарічного викладання медіаграмотності в початковій школі.

Посібник увійшов до Переліку навчальної літератури, що має відповідний гриф Міністерства освіти і науки України для використання у закладах загальної середньої освіти.

Волощенко О., Козак О. **Інтеграція медіаграмотності в навчальний предмет «Я досліджую світ». Навчально-методичний посібник**. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2020. 36 с. URL: https://www.aup.com.ua/integraciya-mediagramotnosti-v-navcha/

Найважливіше досягнення реформування змісту початкової освіти — уведення в шкільну практику інтегрованого навчання, що базується на компетентнісному підході. Типова освітня програма мовно-літературної освітньої галузі представила нову змістову лінію «Досліджуємо медіа». У посібнику подано приклади інтеграції медіатекстів, що визначені Типовою освітньою програмою мовно-літературної освітньої галузі, у навчальний предмет «Я досліджую світ».

Книжка розрахована на вчительок та вчителів, які прагнуть урізноманітнити свої заняття, зробити їх більш цікавими для учнів, розвиваючи медіаграмотність.

Мокрогуз О. П. **Медіаграмотність в інтегрованому курсі «Я досліджую світ». Навчально-методичний посібник** / За редакцією В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2020. 36 с. URL: https://www.aup.com.ua/mediagramotnist-v-integrovanomu-ku/

Посібник містить аналіз методичного потенціалу типових освітніх програм та підручників інтегрованого курсу «Я досліджую світ» НУШ для початкової школи з точки зору формування медіаінформаційної грамотності. Автор пропонує серію методичних матеріалів для вчителя та численні ідеї завдань, що можуть бути використані під час занять у початковій школі.

Книжка розрахована на вчительок та вчителів, які прагнуть урізноманітнити свої заняття, зробити їх більш цікавими для учнів, розвивати не лише предметні компетентності, але й медіаграмотність.

Старагіна І. П. **НОВА УКРАЇНСЬКА ШКОЛА: методика формування умінь з медіаграмотності на заняттях з предметів мовно-літературної галузі в початковій школі**/ За редакцією О. В. Волошенюк, В. Ф. Іванова. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2020 58 с. URL: https://www.aup.com.ua/nova-ukrainska-shkola-metodika-formu/

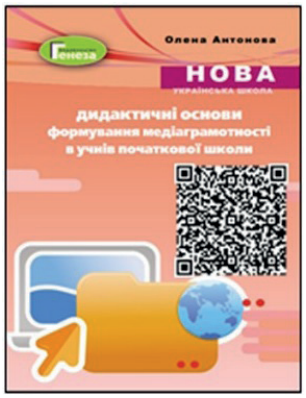
Найважливіше досягнення реформування змісту початкової освіти — уведення в шкільну практику інтегрованого навчання, що базується на компетентнісному підході. Типова освітня програма мовно-літературної освітньої галузі представила нову змістову лінію «Досліджуємо медіа». У посібнику наведено приклади інтеграції медіатекстів у навчання мови та літератури в НУШ, що визначено Типовою освітньою програмою мовно-літературної освітньої галузі.

Книжка розрахована на вчительок та вчителів, які прагнуть урізноманітнити свої заняття, зробити їх більш цікавими для учнів, розвиваючи медіаграмотність.

Абетка візуальної грамотності / Баликін І., Волошенюк О., Чорний О., Федченко О. / За редакцією Волошенюк О., Іванова В., Євтушенко Р. Київ : АУП, ЦВП, 2019. URL: https://www.aup.com.ua/abetka-vizualnoi-gramotnosti/

Добре відомо, що молодші школярі ще не вміють самостійно моделювати свою поведінку та планувати свої вчинки. Їхнє поводження в соціумі — це наслідування побаченого та почутого. Велику частину поведінкових моделей діти беруть з уподобаних медіапродуктів: реклами, музичних роликів, коміксів, а найчастіше — з мультфільмів.

Для того щоб декодувати мову зображень, треба знати його абетку — першоцеглинки. Абетка візуальної грамотності АУП була підготовлена для 3 класу пілотних шкіл НУШ, але скористатися нею може, на нашу думку й більш широкий загал.



Антонова О. Навчально-методичний посібник «Нова українська школа: дидактичні основи формування медіаграмотності в учнів початкової школи» для педагог. працівників. Київ : Генеза, 2020. 96 с. URL: https://www.geneza.ua/sites/_default/files/ebooks/%D0%90%D0%BD%D1%82%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%94%D0%B8%D0%B4_%D0%9E%D1%81%D0%BD%D0%9C-%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC_1%28079–20%29_small.pdf

Цей посібник надасть вчителю початкових класів теоретичні та практичні поради щодо використання медіа в роботі, може бути корисним для підвищення власної медіаграмотності та медіаграмотності своїх учнів, висвітлює міжнародний досвід роботи з медіапродуктами, у ньому також подано тлумачення термінів, які використовуються в медіаосвіті. Посібник містить поради й надбання науковців і досвідчених медіапедагогів України, а також електронні посилання на навчальні, методичні матеріали, офіційні документи з цього питання, які можна знайти в інтернеті.

Волошенюк О.В., Чорний О.В. **Методика формування умінь з медіаграмотності на заняттях з інтегрованого курсу «Мистецтво» в НУШ. Навчально-методичний посібник.** Київ: Академія української преси, Центр Вільної Преси, 2020. 54 с. URL: https://www.aup.com.ua/metodika-formuvannya-umin-z-mediagra/

Найважливіше досягнення реформування змісту початкової освіти — уведення в шкільну практику інтегрованого навчання, що базується на компетентнісному підході. Методичний посібник має на меті допомогти вчителям опанувати підходи до інтеграції медіаграмотності до курсу «Мистецтво» в початковій освіті. Перша частина посібника містить основи медіаграмотності, а друга — методики та практичні завдання у сфері екранних мистецтв та візуальної грамотності.

Книжка розрахована на вчительок та вчителів початкової школи, студентів педагогічних навчальних закладів, які прагнуть урізноманітнити свої заняття, зробити їх більш цікавими для учнів, розвиваючи медіаграмотність та візуальну культуру.

ПОСІБНИКИ з МЕДІАОСВІТИ для вчителів української мови

Навчально-методичні матеріали для вчителя «Інфомедійна грамотність на уроках української мови» для 8–9 класів / колектив авторів: Т. Бакка, І. Большакова, Г. Будівська, І. Виртосу, В. Гридчина, Н. Гринюк, Г. Дегтярьова, С. Димитрова-Мартинюк, М. Дорош, Т. Коваленко, Ю. Конопляна, О. Кукленко, Т. Матичак, Т. Мелещенко, Д. Мельникова, А. Мосендз, А. Романюк, В. Романюк, О. Тараненко, О. Усенко, Н. Шелехова; заг. ред. Л. Васильчук (IREX), М. Дорош (IREX). IREX : проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» (Learn to Discern in Education). 2020. URL: https://mon.gov.ua/osvita-2/zagalna-serednya-osvita/navchalni-materiali-programi-pidruchniki-ta-navchalno-metodichni-posibniki/navchalno-metodichni-materiali-dlya-vchitelya-infomediyna-gramotnist-na-urokakh-ukrainskoi-movi-dlya-89-klasiv

Матеріали з української мови схвалені до використання в загальноосвітніх навчальних закладах комісією з української мови Навчально-методичної ради Міністерства освіти і науки України (лист ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти» від 29.09.2020 № 22.1/12-Г-782).

Матеріали розроблені в межах проєкту «Вивчай і розрізняй: інфо-медійна грамотність» (Learn to Discern in Education), який виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки посольств США і Великої Британії в партнерстві з Міністерством освіти і науки України та Академією української преси.

Навчально-методичні матеріали для вчителя «Інфомедійна грамотність на уроках української літератури» для 8–9 класів / колектив авторів: Будівська Г. Й., Виртосу І. Г., Гридчина В. В., Гринюк Н. О., Дегтярьова Г. А., Димитрова-Мартинюк С. Х., Жданова М.О., Коваленко Т. М., Колесникова Т. В., Конопляна Ю. О., Кукленко О. С., Матичак Т. П., Мельникова Д. М., Мосендз А.В., Новицька Г.В., Понежа Н.О., Романюк В.С., Тараненко О.В., Толокольнікова К. Ю., Усенко О.Ю., Шелехова Н.В.; заг. ред. Л. Васильчук (IREX), М. Дорош (IREX). IREX : проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» (Learn to Discern in Education). 2021. URL: https://mon.gov.ua/osvita-2/zagalna-serednya-osvita/

navchalni-materiali-programi-pidruchniki-ta-navchalno-metodichni-posibniki/navchalno-metodichni-materiali-dlya-vchitelya-infomediyna-gramotnist-na-urokakh-ukrainskoi-literaturi-8–9-klasiv

Матеріали з української літератури схвалені до використання у загальноосвітніх навчальних закладах комісією з української мови Навчально-методичної ради Міністерства освіти і науки України (лист ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти» від 03.06.2021 №221/12-Г-85).

Пропоновані вправи інтегруються в уроки з української мови та літератури 8-го і 9-го класів і подаються вчителем у доповнення до основного програмового матеріалу. На початку вправи зазначено, які саме навички й уміння з інфомедійної грамотності розвиває конкретна вправа (наприклад, уміння відрізняти факти від суджень, ідентифікувати фейкову інформацію, шукати інформацію в інтернеті тощо). У додатках наведено загальний перелік компетентностей, які розвиває проєкт.

Навчально-методичний посібник для 5–9 класів закладів загальної середньої освіти «Український правопис — це доступно!» / Дегтярьова Г. А., Кукленко О. С., Лузан Л. О., Шелехова Н. В. Харків : Соняшник, 2020. 240 с., іл.

Посібник «Український правопис — це доступно!» відображає зміни, що відбулися в українському правописі, роз'яснює ці нововведення за допомогою цікавих різноманітних завдань.

Спрямований на розвиток критичного мислення, формування медіаграмотності й інформаційної культури у здобувачів освіти в умовах становлення Нової української школи.

Видання зорієнтоване на учнів 5–9 класів.

Рекомендовано МОНУ (лист МОНУ від 13.10.2020 № 1/11–7047)

МЕДІА&ВЧИТЕЛЬський кампус»: е-посібник / Уклад. Семеног О., Муратова О., Пономаренко Н. П. Суми — Бахмут, 2021. 166 с. URL: https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2021/08/e-posibnyk_mediavchytel.pdf

Посібник укладено за результатами проведення конкурсу методичних розробок з інфомедійним компонентом для здобувачів закладів освіти в межах виконання грантового проєкту «МЕДІА&ВЧИТЕЛЬський кампус». Методичні розробки відповідають компетентнісним вимогам мовно-літературної освітньої галузі, шкільним програмам із української мови, української літератури, зарубіжної літератури, програмам навчальних дисциплін з методик навчання української мови, української літератури, зарубіжної літератури у закладах освіти». У конспектах занять дотримано методологію, розроблену IREX, що орієнтована на формування

компетентностей інфомедійної грамотності (критичне мислення медіаграмотність, соціальна толерантність, стійкість до впливів, фактчекінг, інформаційна грамотність, цифрова безпека, візуальна грамотність, інноваційність, розвиток креативності). Мета методичних розробок: сприяти формуванню у здобувачів освіти навичок критичного сприйняття, осмислення інформації та аргументованого її використання в комунікації в усній та письмовій формі, для обстоювання власних поглядів, переконань, суспільних і національних цінностей; популяризувати педагогічний досвід щодо інтеграції інфомедійної грамотності в освітній процес.

Для педагогічних працівників, учителів української мови і літератури, зарубіжної літератури, здобувачів закладів фахової передвищої, вищої педагогічної освіти, викладачів мовно-літературних дисциплін, для широкого кола користувачів, які прагнуть володіти основами інфомедійної грамотності й оптимальними шляхами її імплементації у практичній професійній діяльності.

ПОСІБНИКИ з МЕДІАОСВІТИ для вчителів англійської мови

The curriculum for teaching English through Media Literacy. / Nataliia Bazylevych, Tetiana Harasym, Volodymyr Goshylyk, Olha Dovbush, Iryna Zadorozhna, Maryna Zaluzhna, Svitlana Zapolskykh, Olena Zarichna, Anna Kynal, Olha Ladyka, Iryna Malyshivska, Anastasiia Petrova, Diana Sabadash, Oksana Yarema. IREX : проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» (Learn to Discern in Education). 2022. URL: https://drive.google.com/file/d/1rI4ZaVzQHVtSNWIwDZmU9QCC5VbbKeQY/view?fbclid=IwAR32lZEXS1fQB9Pe2ZtAAi72hrkQbmT7JqHJzDikIIxCJUBByeL9oDB3vkc

Посібник «The curriculum for teaching English through Media Literacy» містить 5 розділів: «Факти та судження в традиційних і нових ЗМІ», «Медіаспоживання», «Маніпуляції та реклама», «Стереотипи» та «Цифрова безпека», а всі названі теми детально розкриті за допомогою 99 вправ.

Це той навчальний продукт, який орієнтований не лише на студентів/-ок університетів. Упевнені в можливості використання цих вправ або адаптованих вправ, створених за методологією вправ з посібника, і в середній та старшій школі або в неформальній освіті.

ПОСІБНИКИ з МЕДІАОСВІТИ для вчителів історії

Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін: Посібник для вчителя / За ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза. К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. 201 с. URL: http://www.aup.com.ua/upd/mo.pdf

Видання — перша спроба інтеграції медіаграмотності у викладання суспільних дисциплін. У перших двох розділах розглянуто, що таке медіа, медіаосвіта та медіаграмотність, базові методики критичного мислення. У розділах 3–11 запропоновано плани конспекти уроків для курсів «Історія України», «Всесвітня історія», «Людина і світ».

Вправи і завдання також можуть бути використані під час вивчення курсів за вибором, факультативних курсів, виховних годин, занять гуртків юних істориків, журналістів тощо.

Посібник увійшов до Переліку навчальної літератури, що має відповідний гриф Міністерства освіти і науки України для використання у загальноосвітніх навчальних закладах.

Медіаграмотність та критичне мислення на уроках суспільствознавства: посібник для вчителя / Т. Бакка, О. Бурім, О. Волошенюк, Р. Євтушенко, Т. Мелещенко, О. Мокрогуз; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. К. : ЦВП, АУП, 2016. 243 с. URL: https://www.aup.com.ua/mediagramotnist-ta-kritichne-mislen/.

Посібник втілює прагнення авторів зробити медіаосвіту складником викладання суспільствознавства.

Видання демонструє можливості та шляхи набуття медіаграмотності та навичок критичного мислення старшокласниками під час вивчення курсу «Людина і світ» та інших суспільствознавчих курсів, формування медіакомпетентності учнівської молоді. Він має практичну спрямованість. Кожна вправа автономна і охоплює роботу з медіатекстами різних видів і жанрів. Вправи і завдання також можуть бути використані під час вивчення курсів за вибором, факультативних курсів, виховних годин, занять гуртків юних істориків і журналістів.

Українська історія в кінофільмах: посібник для вчителя / Волошенюк О.В, Мокрогуз О.П., Новікова Л.Є., Тримбач С.В, Черков Г.А. / За редакцією Волошенюк О.В., Іванова В.Ф. Київ : ЦВП, АУП, 2018. 57 с. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/UkraineCinema History_2018.pdf

Цей посібник для вчителів, які викладають історію та медіаграмотність. Звернення до українських кінотекстів дозволить популяризувати кінематографічну грамотність та через призму мистецьких творів, подискутувати про конфліктні ситуації і складні соціальні процеси в Україні. Конспекти занять також можуть бути використані під час

вивчення курсів за вибором, факультативних курсів, виховних годин, занять гуртків юних істориків, журналістів тощо.

Серія посібників з історії Криму (до авторського колективу увійшов відомий історик і есеїст Станіслав Цалик та експерти Академії української преси):

1. **Посібник «Нариси з історії Криму XVIII — початку XIX ст.: додатковий матеріал для вчителів» для 7–8 класів загальної середньої освіти** / Цалик С.М., Мокрогуз О.П., Волошенюк О.В. / За редакцією Волошенюк О.В., Іванова В.Ф., Євтушенко Р.І. Київ : АУП, ЦВП, 2019. 71 с. URL : https://www.aup.com.ua/dodatkovi-materiali-do-urokiv-istori/

Першим посеред низки аргументів, якими Росія виправдовує анексію Криму є нібито приналежність півострова до етнічних «слов'янських земель». Цей посібник містить матеріали до уроків історії (7 та 8 кл.) і показує, яким чином провадилася цілеспрямована політика Російської імперія, спрямована на те, щоб створювати несприятливі умови для кримськотатарського населення, і навпаки, — сприятливі для росіян.

Посібник ввійшов до Переліку навчальної літератури, що має відповідний гриф Міністерства освіти і науки України для використання в закладах загальної середньої освіти.

2. **Історія Криму першої половини XX ст. Нариси. Навчальний посібник 10 клас. /** Цалик С. М., Мокрогуз О. П., Волошенюк О. В. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф., Євтушенко Р. І. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2020. 66 с. URL: https://www.aup.com.ua/istoriya-krimu-pershoi-polovini-khkh-st-na/

Цей посібник містить матеріали до занять з історії та громадянської освіти (10 кл.) і показує, яким чином провадилася цілеспрямована політика Російської імперії та СРСР, з тим, щоб створювати несприятливі умови для кримськотатарського населення і, навпаки, сприятливі для росіян. Посібник пропонує низку завдань з формування навичок верифікації джерел, зокрема візуальних, і критичного мислення.

3. **Нариси з історії Криму у XX ст.: 1939–1990 рр.: додатковий матеріал для вчителів для 10 класу загальної середньої освіти. Навчально-методичний посібник** / Цалик С. М., Мокрогуз О. П., Волошенюк О. В. / За редакцією Волошенюк О. В., Євтушенко Р. І. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2021. 71 с. URL: https://www.aup.com.ua/19786-2/

Цей посібник містить матеріали до занять з історії та громадянської освіти (10 кл.) і показує, яким чином провадилася цілеспрямована політика СРСР, з тим, щоб створювати несприятливі умови для кримськотатарського населення і, навпаки, сприятливі для росіян. Посібник пропонує низку завдань з формування навичок верифікації джерел, зокрема візуальних, і критичного мислення.

4. Цалик С. М., Мокрогуз О. П., Волошенюк О. В. **Нариси з історії Криму у XX-XXI ст.: 1990–2014 рр.: додатковий матеріал для вчителів для 11 класу загальної середньої освіти. Навчально-методичний посібник** / Цалик С. М., Мокрогуз О. П., Волошенюк О. В. / За редакцією Волошенюк О. В., Євтушенко Р. І. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2022. 65 с. URL: https://www.aup.com.ua/narisi-z-istorii-krimu-u-khkh-khkhi-st-1990-2014-r/

Цей посібник містить матеріали до занять з історії та громадянської освіти (11 кл.) і досліджує, як відбувалося повернення кримських татар на історичну батьківщину та питання

адміністративно-політичного статусу Криму. Також у фокусі — процеси тимчасової окупації російськими збройними силами АР Крим зимою 2014. Посібник пропонує низку завдань з формування навичок верифікації джерел, зокрема візуальних, і критичного мислення.

5. **Нариси з історії Криму (2015–2022): додатковий матеріал для вчителів 10 класу загальної середньої освіти, викладачів педагогічних вишів: Навчально-методичний посібник** / Цалик С. М., Мокрогуз О. П., Волошенюк О. В. / За редакцією Волошенюк О. В. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2023. 89 с. URL: https://www.aup.com.ua/book-review/narisi-z-istorii-krimu-2015-2022-navchalno-me/

Цей посібник містить матеріали до занять з історії та громадянської освіти (10–11 кл.) і показує, яким чином провадилася цілеспрямована політика РФ з тим, щоб ширити два пропагандистські міти: перший, українці віддали Крим без жодного пострілу, тобто абсолютно добровільно; другим пропагандистським мітом слугувала статистика переходу кримчан у російське громадянство — окупанти переконували, ніби абсолютна більшість мешканців півострова радісно підтримали зміну його статусу; як переслідувалися кримськотатарські активісти та інакодумаючі. Посібник пропонує низку завдань з формування навичок верифікації джерел, зокрема візуальних, і критичного мислення.

Медіаосвіта в огні. Методичні рекомендації для вчителів курсу «Громадянська освіта»/«Історія». Навчально-методичний посібник / Потапова В. І., Дегтярьова Г. А., Мокрогуз О. П., Желіба О. В, Ковач І. М. / за редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф., Євтушенко Р. І. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2023. 61 с. URL: https://www.aup.com.ua/navchalno-metodichniy-posibnik-media/

Посібник розрахований на викладачів історії та громадянської освіти, які прагнуть засвоїти додаткові можливості для практичної роботи з формування медіаграмотності у **здобувачів** освіти за умов інформаційно-ідеологічного протистояння. Автори деталізували сучасну понятійно-термінологічну систему, створили методичні вправи, які можна використовувати на заняттях. Запропоновані матеріали спрямовані на системне та усвідомлене засвоєння методик критичного мислення й декодування дезінформації та пропаганди.

Техніки декодування російської пропаганди на заняттях з історії та громадянської освіти. Навчально-методичний посібник / Желіба О.В., Мокрогуз О. П., Волошенюк О.В. / За редакцією Волошенюк О. В., Євтушенко Р. І. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2023. 81 с. URL: https://www.aup.com.ua/book-review/tekhniki-dekoduvannya-rosiyskoi-prop/

Посібник розрахований на викладачів історії і громадянської освіти, які прагнуть засвоїти додаткові можливості для практичної роботи з формування медіаграмотності в пошукачів освіти, за умов інформаційно-ідеологічного протистояння. Автори проаналізували ключові наративи російської історичної пропаганди та створили методичні вправи, які дозволяють працювати на заняттях. Запропоновані матеріали спрямовані на системне та усвідомлене засвоєння методик критичного мислення та декодування дезінформації та пропаганди.

ПОСІБНИКИ з МЕДІАОСВІТИ для вчителів географії, економіки та фінансової грамотності

Медіаграмотність на заняттях з географії. Навчальне видання / Філончук Зоя. / За редакцією Волошенюк О., Іванова В. — Київ : АУП, ЦВП, 2020. 73 с., іл. URL: https://www.aup.com.ua/mediagramotnist-na-zanyattyakh-z-geogr/

Посібник є першим виданням в Україні, що розкриває питання освіти з медіаграмотності на уроках географії. У книжці наведено короткі теоретичні відомості про різні аспекти медіаграмотності, приділено увагу питанням методики впровадження навчання з медіаграмотності та розміщено численні моделі завдань, що можуть бути використані під час занять із географії.

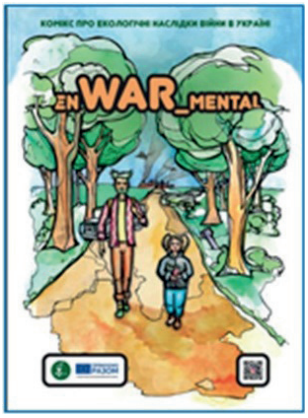
Книжка розрахована на вчительок та вчителів географії, які прагнуть урізноманітнити свої заняття, зробити їх більш цікавими для учнів, розвивати не лише предметні компетентності, але й медіаграмотність.

Горленко Г. **Медіаосвіта на заняттях з фінансової грамотності. Навчальне видання** / за редакцією Волошенюк О., Іванова В. Київ : АУП, ЦВП, 2021. 76 с. URL: https://www.aup.com.ua/19307-2/

Посібник — перше видання в Україні, що розкриває питання медіаосвіти на заняттях з фінансової грамотності.

У книжці наведено короткі теоретичні відомості про різні аспекти медіаграмотності, приділено увагу питанням методики її впровадження та розміщено численні моделі завдань, що можуть бути використані під час занять із фінансової грамотності. Посібник розрахований на вчителів економіки та фінансової грамотності, що прагнуть урізноманітнити свої заняття, зробити їх цікавішими для учнів, розвивати не лише предметні компетентності, а й медіаграмотність і критичне мислення.

enWAR_mental : комікс про екологічні наслідки війни. URL: https://drive.google.com/file/d/1rkGuUnZ9pG2d7LYxBkB03CEIlqjm5Q0t/view?fbclid=IwAR1BBOoaBT7a3GfYGGOzOLgcrXKiD4I0E_KD7okTg6LE5FGg0riSqvgTwJU



Комікс, який емоціями та вустами героїв, розповідає про головні аспекти екологічного фронту, — завершальний етап проєкту enWAR_mental, спрямовано на підвищення освіченості молоді щодо впливу російської агресії на екосистеми в Україні.

Брат та сестра, Юрко та Мирослава, тікають від війни, намагаючись знайти прихисток у лісах Київщини, сумують за пораненими полями Чернігівщини, бачать на власні очі звірства проти тварин на Харківщині, минають забруднені води Донеччини та Луганщини, дізнаються про втрати заповідних територій на Херсонщині, з неба відзначають зруйнованість ландшафтів Запоріжжя. Під час мандрівки діти війни знайомляться з героями-символами та образами найкривавішої війни XXI століття, які є уособленням сміливості та стійкості українського народу.

ПОСІБНИКИ з МЕДІАОСВІТИ для вчителів фізики та математики

Медіаграмотність на заняттях з фізики. Навчальне видання / Е.М. Якубовська / За редакцією О.В. Волошенюк, А.М. Григор'єва. Київ: Академія української преси; Центр Вільної Преси, 2020. 53 с. URL: https://www.aup.com.ua/mediagramotnist-na-zanyattyakh-z-fizi/

Посібник є першим виданням в Україні, що розкриває питання освіти з медіаграмотності на заняттях з фізики. У книжці наведено короткі теоретичні відомості про різні аспекти медіаграмотності, приділено увагу питанням методики впровадження навчання з медіаграмотності та розміщено численні ідеї завдань, що можуть бути використані під час занять з фізики.

Книжка розрахована на вчительок та вчителів фізики, які прагнуть урізноманітнити свої заняття, зробити їх більш цікавими для учнів, розвивати не лише предметні компетентності, але й медіаграмотність.

Гринчук Л.В. **Медіаосвіта на заняттях з математики. Навчальне видання** / за редакцією О.В. Волошенюк, В.Ф. Іванова . Київ : АУП, ЦВП, 2021. 37 с. URL: https://www.aup.com.ua/mediaosvita-na-zanyattyakh-z-matematiki/

Посібник — перше видання в Україні, що розкриває питання медіаосвіти на заняттях з математики. У книжці наведено короткі теоретичні відомості про різні аспекти медіаграмотності, приділено увагу питанням методики її впровадження та розміщено завдання, що можуть бути використані під час занять.

Книжка розрахована на вчителів математики, що прагнуть урізноманітнити свої заняття, зробити їх цікавішими для учнів, розвивати не лише предметні компетентності, а й медіаграмотність і критичне мислення.

ПОСІБНИКИ з МЕДІАОСВІТИ для вчителів біології та хімії

Каліберда М. С. Медіаграмотність на заняттях з біології. Методичний посібник для вчителя. / М. С. Каліберда, Р. В. Шаламов. Київ : АУП, ЦВП, 2020. 60 с., іл. URL: https://www.aup.com.ua/mediagramotnist-na-zanyattyakh-z-biolo/

Посібник є першим виданням в Україні, що розкриває питання освіти з медіаграмотності на уроках природознавства та біології. У книжці наведено короткі теоретичні відомості про різні аспекти медіаграмотності, приділено увагу питанням методики впровадження навчання з медіаграмотності та розміщено численні завдань, що можуть бути використані під час занять з природознавства та біології.

Книжка розрахована на вчительок та вчителів природознавства та біології, які прагнуть урізноманітнити свої заняття, зробити уроки більш цікавими для учнів, розвивати не лише предметні компетентності, але й медіаграмотність.

Посібник увійшов до Переліку навчальної літератури, що має відповідний гриф Міністерства освіти і науки України для використання в закладах загальної середньої освіти.

Як імунні клітини вірус долали: графічний роман / сценарій М. С. Каліберди; художник Н. О. Пендюр; за заг. ред. В. Волошенюк, В. Ф. Іванова, Р. В. Шаламова. Київ: АУП, ЦВП, 2021 24 с., іл. URL: https://www.aup.com.ua/yak-imunni-klitini-virus-dolali-grafich/

Графічний роман «Як імунні клітини вірус долали» є першим виданням в Україні, що в художній формі показує, як формується імунітет після вакцинації, розвиває навички критичного оцінювання медіаповідомлень, розуміння власної ролі в запобіганні інфодемії та відповідальне ставлення до поширення «вірусної» інформації.

Роман створено в рамках проєкту «Абетка вакцинації чи освітнє щеплення від дезінформації від А до Я: методичний комплекс» і розраховано на учнівство 5–6 класів ЗЗСО, а також проведення занять дотичних до теми імунітету.

Щепле-що? Чомучки в пошуках відповідей про щеплення : комікс / сценарій М. С. Каліберди; художник І. М. Костюніна; за заг. ред. О. В. Волошенюк, В. Ф. Іванова, Р. В. Шаламова. Київ : АУП, ЦВП, 2021. 12 с., іл. URL: https://www.aup.com.ua/shheple-shho-chomuchki-v-poshukakh-vidpovidey/

Комікс «Щепле-що? Чомучки в пошуках відповідей про щеплення» розповідає про сміливі пошуки героя та героїні достовірної інформації про вакцини та вакцинацію, у яких їм допомагає чарівний джин. Герої зустрічаються з різними людьми, аналізують та критично оцінюють отриману інформацію та розбираються в питанні вакцинації.

Комікс створено в рамках проєкту «Абетка вакцинації чи освітнє щеплення від дезінформації від А до Я: методичний комплекс» і розраховано на учнівство початкового рівня середньої освіти ЗЗСО, а також для проведення медіаосвітніх занять.

Каліберда М. С. **Про вакцини для учителів: теорія та медіаграмотність**. К: Академія української преси, 2021. 78 с. URL: https://www.aup.com.ua/pro-vakcini-dlya-uchiteliv-teoriya-ta-me/

Тема вакцин та вакцинації недостатньо представлена в освітніх матеріалах для ЗЗСО, університетських курсах педагогічних ЗВО та в курсах підвищення кваліфікації освітян.

Навчально-методичний посібник покликаний заповнити цю прогалину. У чотирьох розділах посібника коротко схарактеризовано основні події історії створення вакцин, мету вакцинації, типи й компоненти вакцинних препаратів, процеси їх створення, перевірки та оцінювання ефективності, а також побічні подій, що супроводжують щеплення. Теоретичні відомості доповнені ідеями та алгоритмами вправ для роботи з учнівством, спрямованими на включення наукового матеріалу та елементів освіти з медіаграмотності в освітній процес.

Посібник розрахований на викладацьку спільноту суб'єктів підвищення кваліфікації педагогічних працівників, учительство ЗЗСО, студентів та студенток педагогічних спеціальностей та широкий загал, зацікавлений у розвитку медіаграмотності у царині природничих наук.

Григорович О. **Медіаграмотність на заняттях з хімії. Навчальне видання** / За редакцією Волошенюк О., Іванов В. Київ : АУП, ЦВП, 2020. 53 с., іл. URL: https://www.aup.com.ua/mediagramotnist-na-zanyattyakh-z-khimii/

Посібник — перше видання в Україні, що розкриває питання освіти з медіаграмотності на заняттях з хімії.

У книжці наведено короткі теоретичні відомості про різні аспекти медіаграмотності, приділено увагу питанням методики впровадження навчання з медіаграмотності та розміщено численні моделі завдань, що можуть бути використані під час занять із хімії.

Книжка розрахована на вчительок та вчителів хімії, які прагнуть урізноманітнити свої заняття, зробити їх цікавішими для учнів, розвивати не лише предметні компетентності, а й медіаграмотність.

ПОСІБНИКИ з МЕДІАОСВІТИ для вчителів мистецтва

Навчально-методичні матеріали для вчителя «Інфомедійна грамотність на уроках мистецтва» для учнів 9 класу / колектив авторів: Олена Гайдамака, Вікторія Гридчина, Наталія Гринюк, Ніна Івановська, Марина Кафтан, Тетяна Коваленко, Тетяна Матичак, Вікторія Мироненко, Аліна Мосендз, Вікторія Піщанська, Вікторія Романюк, Олена Тараненко; заг. ред. Л. Васильчук (IREX), М. Дорош (IREX). IREX : проєкт «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність» (Learn to Discern in Education). 2020. URL: https://mon.gov.ua/ua/info-medijna-gramotnist-na-urokah-mistectva

Навчально-методичні матеріали розроблені в рамках проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», який виконується 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.

Методологія IREX передбачає інтеграцію інфомедійної грамотності у навчальну програму шкільних предметів з метою набуття українськими школярами навичок критичного сприйняття інформації та усвідомлення ними цінності високоякісної інформації в контексті шкільної освіти.

Про структуру навчально-методичних матеріалів:

- Пропоновані вправи та інформаційний матеріал інтегруються в уроки з предмету «Мистецтво» (9 клас) та подаються вчителем додатково до основного матеріалу.
- Вправи розроблені відповідно до навчальної програми МОН, спираючись на тематичне планування за підручниками (Мистецтво: підруч. для 9 кл. загальноосвіт. навч. закл. / О.В. Гайдамака. Київ : Генеза, 2017. 168 с.; Мистецтво: підруч. для 9 кл. загальноосвіт. навч. закл. / Л.М. Масол. К. : Видавничий дім «Освіта», 2017. 224 с.).

Допоміжним матеріалом є електронні PowerPoint презентації та роздаткові матеріали для учнів, що передбачають інтерактивні методи роботи під час уроку.

Матеріали схвалено для використання в ЗЗСО комісією з дисциплін художньо-естетичного циклу Науково-методичної ради з питань освіти Міністерства освіти і науки України (лист ІМЗО від 10.10.2019 № 221/12-Г-978).

ПОСІБНИКИ з МЕДІАОСВІТИ для позакласної роботи та роботи з батьками

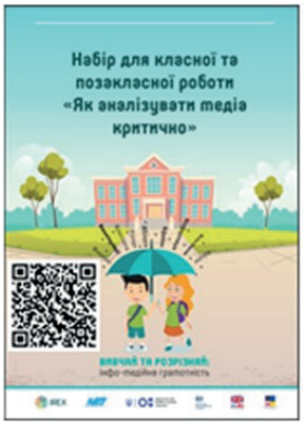
Авторські заняття від медіапедагогів-лідерів: медіаосвітні практики в позакласній роботі учнів 5–7 класів / О. Волошенюк, І. Іванюк, О. Кущ, Г. Шевченко; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. К. : ЦВП, АУП, 2017. 50 с. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/5_7_class.pdf

Академія української преси з 2010 року розвиває та підтримує обміни досвідом українських медіапедагогів. Поряд із упровадженням медіаграмотності під час викладання спеціалізованих/ факультативних курсів, інтегрованих практик дуже потужно розвивається і позакласна медіаосвітня діяльність як необхідна умова створення наскрізної медіаосвітньої системи навчального закладу. У цій збірці ми пропонуємо інноваційні практики від наших колег-медіапедагогів.

Батьки, діти та медіа: путівник із батьківського посередництва / О. Волошенюк, О. Мокрогуз; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. К. : ЦВП, АУП, 2017. 79 с. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/ Posib_dla_batkiv_2017.pdf

Сьогодні неможливо уявити життя дитини, яка не взаємодіє з медіа. Путівник із батьківського посередництва «Батьки, діти та медіа» створений для батьків дітей 6–10 років. Він втілює бажання авторів показати можливості та шляхи набуття медіаграмотності та навичок критичного мислення батьками як основними провідниками соціалізації для дітей молодшого шкільного віку.

Путівник пропонує різноманітні стратегії, з яких ви зможете обрати ті, що підходитимуть вам і вашим дітям. Заклади освіти можуть використовувати порадники та питальники під час роботи з батьківською спільнотою.



Набір для класної та позакласної роботи «Як аналізувати медіа критично». URL: https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2021/08/l2d-s_universal_handouts-1.pdf

Матеріали допоможуть розвивати навички критичного сприйняття інформації, зокрема уміння відрізняти факти від суджень, ідентифікувати різні види маніпуляцій (у заголовках, фото, відео, соціологічних даних) та прояви пропаганди і мови ворожнечі, ефективно шукати інформацію, безпечно комунікувати у соціальних мережах. Картки розроблені на основі прикладів, порівнянь та роз'яснень.

ПРАКТИЧНІ КЕЙСИ з безпеки життєдіяльності

Практичні кейси «Безпека життєдіяльності та медіаграмотність» для учнівства 7–9 років (1–4 клас) / Н. Піщуліна, Р. Шаламов, О. Волошенюк. Київ : Академія української преси, 2022. URL: https://www.aup.com.ua/praktichni-keysi-bezpeka-zhittiediyal-2/

Це перше видання в Україні, що розкриває питання безпеки життєдіяльності та медіаграмотності в умовах воєнного часу для учнівства 7–9 років. Кейси спрямовані на формування навичок безпечної поведінки, розвиток вміння критично сприймати медіаконтент, міркувати, аналізувати, робити висновки, аргументувати власну думку, знаходити і оцінювати необхідну інформацію.

Збірка містить 10 кейсів і розрахована на вчительок та вчителів, які прагнуть урізноманітнити свої заняття, зробити їх більш вжитковими для учнів, і розвивати практичну медіаграмотність.

Практичні кейси «Безпека життєдіяльності та медіаграмотність» (5–7 клас) / Н. Піщуліна, Р. Шаламов, О. Волошенюк. Київ : Академія української преси, 2022. URL: https://www.aup.com.ua/praktichni-keysi-bezpeka-zhittiediyal/

Це перше видання в Україні, що розкриває питання безпеки життєдіяльності та медіаграмотності в умовах воєнного часу для учнівства 12–14 років. Кейси спрямовані на формування навичок безпечної поведінки, розвиток вміння критично сприймати медіаконтент, міркувати, аналізувати, робити висновки, аргументувати власну думку, знаходити і оцінювати необхідну інформацію.

Збірка містить 10 кейсів і розрахована на вчительок та вчителів, які прагнуть урізноманітнити свої заняття, зробити їх більш вжитковими для учнів, і розвивати практичну медіаграмотність.

Соколова Поліна **#Не_ведись. Тематичний комікс для дітей і підлітків.** 2023. URL: для батьків — https://stop-sexting.in.ua/adult/comics-for-children/, для дітей — https://stop-sexting.in.ua/

У тематичному коміксі для дітей і підлітків **#Не_ведись** на прикладі головної героїні **Кіри** розповідають про інформаційну безпеку в інтернеті та правила поведінки в мережі.

Головна мета створення коміксу — застерегти дітей від можливих наслідків необережного користування соціальними мережами, адже «історія Кіри не унікальна, кожен з нас може так чи так опинитися на її місці, а тому важливо розуміти, що навіть коли ситуація здається безвихідною, завжди можна розраховувати на допомогу».

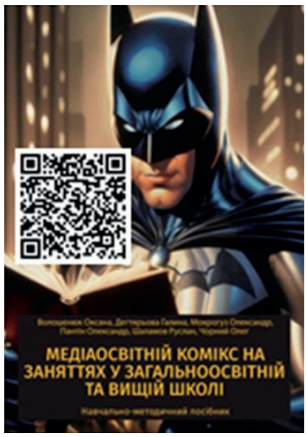
Почапська О. І. **(Не)безпека в цифровому світі. Навчальний посібник** / Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2024. 59 с. URL: https://www.aup.com.ua/book-review/nebezpeka-v-cifrovomu-sviti-navchal/

«(Не)безпека в цифровому світі» — це навчальний посібник, який допоможе зрозуміти цифрові виклики, загрози, з якими стикаються користувачі в інтернеті, та основні навички безпечної роботи, збереження й передавання інформації, користування соціальними мережами.

Матеріал розділено за тематичними модулями, кожен з яких містить теоретичну інформацію, інструкції (алгоритми) до налаштування облікових записів, захисту персональних даних у соціальних мережах і под., завдання для самосійного виконання, а також списки джерел, які допоможуть глибше зрозуміти сутність описаної теми.

Загалом, «(Не)безпека в цифровому світі» є корисним джерелом інформації для всіх, хто хоче зберегти свою безпеку та конфіденційність у мережі.

МЕДІАОСВІТНІ КОМІКСИ



Медіаосвітній комікс на заняттях у загальноосвітній та вищій школі / Волошенюк О. В., Дегтярьова Г. А., Мокрогуз О. П., Пантін О. В., Шаламов Р. В., Чорний О. В. / за редакцією Волошенюк О. В. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2023. 131 с. URL: https://www.aup.com.ua/book-review/mediaosvitniy-komiks-na-zanyattyakh-u-za/

Навчально-методичний посібник «Медіаосвітній комікс на заняттях у загальноосвітній та вищій школі» охоплює зміст для різних вікових категорій учнівства та студентства. Виконання навчальних завдань формуватиме навички критичного оцінювання медіаповідомлень, стійкість до дезінформаційних зображень, розуміння власної ролі в запобіганні поширенню невірогідної інформації. Книжка дозволить обговорювати насущні теми в суспільстві, що можуть виникнути через конфлікти, привертатиме увагу до засобів виразності коміксу.

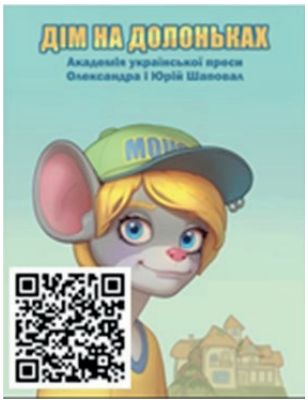
Видання розраховане на вчительок та вчителів, які прагнуть урізноманітнити свої заняття, зробити їх цікавішими для учнів, розвиваючи медіаграмотність та візуальну культуру на заняттях із української мови і літератури, історії, громадянської освіти, природничих наук та мистецтва.

Як створити медіаосвітній комікс: Навчально-методичний посібник / Шаповал О. В., Шаповал Ю. П. Волошенюк О.В. / За редакцією Волошенюк О. В.Київ: Академія української преси, Центр вільної

преси, 2023. 56 с. URL: https://www.aup.com.ua/book-review/yak-stvoriti-mediaosvitniy-komiks-nav/

Нині комікси, як ефективний засіб навчання, набирають все більше обертів у сучасному освітньому контексті, набувають все більшого значення та популярності. Цей посібник-практикум містить матеріали для занять із мистецької, медіаосвітньої, технологічної та інших галузей. Використання малюнків і зображень є чудовим засобом, щоб всім разом створити власний комікс для критичного мислення, креативності та емпатії.

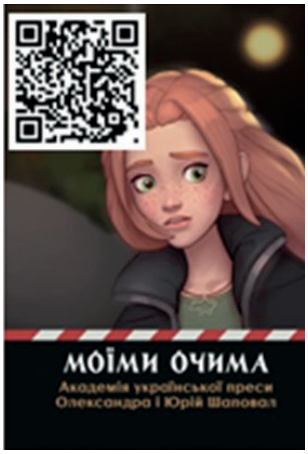
Ми скоро повернемося: комікс / сценарій О.В. Шаповал; художник Ю.П. Шаповал, за заг. Рред. О.В. Волошенюк, Київ: АУП, ЦВП, 2022. 24 с., іл. URL: https://www.aup.com.ua/book-review/komiks-mi-skoro-povernemosya/



Комікс «Ми скоро повернемося» є першим медіаосвітнім виданням в Україні, яке у художній формі показує вимушену еміграцію родини під час війни. Команда, яка створювала комікс, вважає, що важливо малювати, створювати та актуалізувати розмови про дім, про почуття, про втрату та відновлення разом з дітьми.

Комікс розвиває навички критичного оцінювання медіаповідомлень та відповідальне ставлення до поширення інформації.

Дім на долоньках. Ми скоро повернемося: комікс / сценарій О. В. Шаповал, художник Ю. П. Шаповал, елементи медіаосвіти О. В. Волошенюк / за заг. ред. О. В. Волошенюк, Київ : АУП, ЦВП, 2023. 32 с., іл. URL: https://www.aup.com.ua/book-review/dim-na-dolonkakh/



Комікс «Дім на долоньках. Ми скоро повернемося» — медіаосвітнє видання, що в художній формі показує складнощі адаптації родини під час вимушеного переїзду, переживання за рідних і дім, куди ще немає змоги повернутися через вину. У центрі оповіді сім'я Газдів, яку встигли полюбити читачі першого коміксу «Ми скоро повернемося...».

Пригоди та негаразди вони долають разом, допомагають і підтримують одне одного та мають свій чарівний оберіг. Окрім цікавої історії, комікс розвиває навички критичного оцінювання медіаповідомлень і відповідального ставлення до споживання та поширення інформації.

Моїми очима: комікс / сценарій О. В. Шаповал, художник Ю. П. Шаповал, елементи медіаосвіти О. В. Волошенюк / за заг. ред. О. В. Волошенюк, Київ: АУП, ЦВП, 2023. 24 с., іл. URL: https://www.aup.com.ua/book-review/moimy-ochyma-komiks/

В адаптаційному коміксі «МОЇМИ ОЧИМА» зображено київське життя під час війни через призму сприйняття підлітка. Головна героїня Мія бачить події, які відбуваються навколо і не лишається осторонь. Вона стрімко дорослішає та включається у військову недитячу реальність, де загрози не лише фізичні, а й інформаційні. Зрештою вона жертвує тим, чим ще недавно так пишалася.

Український комікс від IP офісу про інтелектуальну власність для підлітків «Метаверс мандрівники» (https://nipo.gov.ua/metavers-mandrivnyky-all/), що складається з п'яти випусків (української та англійською). Карколомний екшн тут переплітається з корисною

інформацією про сучасні технології, авторське право, торговельні марки та винаходи.

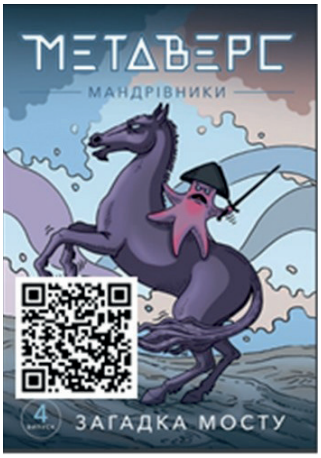
1 випуск «Метаверс мандрівники. Пролог» про те, чому ідеї потребують захисту, хто головний ворог винахідника.

Для онлайн-читання: https://nipo.gov.ua/wp-content/uploads/2023/05/Metaverse-Travelers-UKR-print.pdf (українською) та https://nipo.gov.ua/wp-content/ uploads/2023/05/Metaverse-Travelers-ENG-2.pdf (англійською).

2 випуск «Нові знання — нові друзі», який розповідає, у чому полягає важливість авторського права і як боротися з плагіатом українською (https://nipo.gov.ua/wp-content/uploads/2023/09/Metavers-2-UKR-print.pdf) та англійською (https://nipo.gov.ua/wp-content/uploads/2023/09/Metavers-2-ENG- print.pdf).

3 випуск «Скарби брендів», у якому розповідається про те, для чого існують торговельні марки, що таке «розмивання» брендів та контрафакт, а ще — як захистити свої позначення в інтернеті, українською (https://nipo.gov.ua/wp-content/uploads/2023/11/PART-3-UKR-print.pdf) та англійською (https://nipo.gov.ua/wp-content/uploads/2023/11/PART-3-ENG-print.pdf).

4 випуск «Загадка мосту» розкриває секрети винаходів; пояснює, що таке патент, і в буквальному сенсі озброює дітей знаннями, українською (https://nipo.gov.ua/wp-content/ uploads/2023/12/PART-4-UKR.pdf) та англійською (https://nipo.gov.ua/wp-content/uploads/2023/12/PART-4-ENG.pdf).



5 випуск «Метаверс мандрівники. Епілог» про те, яким є світ, де поважають права творців, українською (https://nipo.gov.ua/wp-content/uploads/2023/12/PART-5-UKR.pdf) та англійською (https://nipo.gov.ua/wp-content/uploads/2023/12/PART-5-ENG.pdf).

ПОСІБНИКИ з МЕДІАОСВІТИ для бібліотекарів

Медіаграмотність для бібліотекарів: практичний посібник. Навчальне видання / Ю. М. Зоря, Н. М. Степанова, В. І. Потапова / За редакцією О. В. Волошенюк, Р. І. Євтушенко. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2021. 75 с. URL: https://www.aup.com.ua/mediagramotnist-dlya-bibliotekariv/

Медіаграмотність та освітній процес, побудований на її засадах, за останні роки стали основою реформ, які відбуваються в системі освіти в провідних країнах Європи. Уміння мислити критично — головна навичка XXI століття, що забезпечує науково-технічний і суспільний прогрес та служить запорукою демократії. І саме бібліотека відіграє в розвитку цього вміння одну з першорядних ролей. Адже сьогодні бібліотеки — це сучасні мультисервісні інформаційні центри, покликані виховувати компетентного медіаспоживача. Цей порадник містить методично-практичний матеріал для бібліотекарів і буде корисний усім, кому не байдуже майбутнє молодого покоління в нових умовах інформаційного суспільства.

Практична медіаграмотність для бібліотек / Власюк О.В, Потапова В.І., Срібна І. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В.Ф. Київ : АУП, ЦВП, 2019. 61 с. URL: https://www.aup.com.ua/praktichna-mediagramotnist-dlya-bibl/

Цей посібник для бібліотекарів, які опікуються впровадженням медіаосвіти та медіаграмотності. Розробки занять та вправ можуть бути використані під час бібліотечних медіауроків, занять медіаклубів, гуртків юних журналістів тощо.

Українське суспільство потребує розширення доступу до навичок формування медійної та інформаційної грамотності в умовах пропагандистсько-психологічних війн. Бібліотеки є тими установами, які мають всі можливості для того щоб долучитись до формування медіаграмотного споживача і, таким чином, формувати і для себе нову компетентність та новий імідж для аудиторії.

У посібнику пропонується серію розробок занять і вправ, які осучаснять процес впровадження медіаосвіти, привнесуть в неї інтерактивні елементи.

Практична медіаграмотність. Посібник для бібліотекарів / Людмила Гуменюк, Валентина Потапова, редактор-упорядник Оксана Волошенюк. АУП, 2015. URL: https://www.aup.com.ua/books/mbm/

Українське суспільство потребує розширення доступу до навичок формування медійної та інформаційної грамотності в умовах пропагандистсько-психологічних війн. Бібліотеки є

тими установами, які мають всі можливості для того щоб долучитись до формування медіаграмотного споживача і, таким чином, сформувати і для себе нову компетентність та новий імідж для аудиторії.

Цей порадник містить практичний матеріал для бібліотекарів із питань медіаграмотності, зокрема формування критичного мислення.

Висновок

Методично грамотна інтеграція вправ, орієнтованих на роботу з медіатекстами, творчих медіазавдань і способів діяльності в навчання шкільних дисциплін / курсів сприятиме розв'язанню основних завдань медіаосвіти, а саме:

- формуванню й розвитку умінь аналізу й синтезу просторово-часової реальності, уміння «читати» медіатексти різних видів і жанрів;
- розвитку медіасприйняття — сприйняття медіареальності, почуттів і думок авторів творів медіакультури;
- формуванню й розвитку аналітичних умінь, пов'язаних з прогнозуванням впливу медіатекстів на різні типи аудиторії;
- формуванню й розвитку інтерпретаційних умінь у процесі перекладу медіаповідомлень на «мову індивіда, який сприймає»;
- формуванню й розвитку уміння декодувати інформацію, що міститься в медіатворах, включаючи маніпулятивні прийоми й технології;
- умінню захищатися від маніпулятивного впливу медіа;
- успішному застосуванню одержаних знань і практичних навичок у житті.

НАВІГАТОР МЕДІАПЕДАГОГА: ТЕОРІЯ, МЕТОДИКА, ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ

Відповідальність за підбір ілюстративного матеріалу несуть автори.

Редактор: Наталія Пономаренко

Макетування: Андрій Чернявський

Академія української преси:
тел. 067–372–27–33,
e-mail: info@aup.com.ua
Сайт: http://aup.com.ua/
Портал «Медіаосвіта та медіаграмотність»: http://www.medialiteracy.org.ua/
Сторінка на Facebook: https://www.facebook.com/aupfoundation
Telegram-канал: https://t.me/aup_info