

Міністерство освіти і науки України
Інститут інноваційних технологій і змісту освіти
Академія української преси
Національна академія педагогічних наук України
Інститут педагогічної освіти і освіти дорослих

Затверджую:

В.о. директора Інституту інноваційних
технологій і змісту освіти

К.М. Левківський

«21» серпня 2014 року



Програма ухвалена
Науково-методичною комісією галузі
знань «Журналістика та інформація»
науково – методичної ради Міністерства
освіти і науки України. Протокол від
«21» серпня 2014 року № 61

Навчальна програма «Основи медіаграмотності»

Для загальноосвітніх навчальних закладів 10 – 11 класів
із навчанням українською мовою, а також російською
та іншими мовами національних меншинств

Київ 2014

Літостанський В.В., Іванов В.Ф., Іванова Т.В., Волошенюк О.В., Даниленко В.І., Мележик В.П. Основи медіаграмотності: Програма для загальноосвітніх навчальних закладів 10-11 класів із навчанням українською мовою, а також російською та іншими мовами національних меншинств. – К.: АУП, 2014.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Утвердження в глобальному масштабі інформаційних та комунікаційних технологій створили низку проблем щодо сприйняття, переосмислення та усвідомлення документованих або публічно оголошених відомостей про соціально-політичні, економічні, духовно-культурні та інші події і явища, що відбуваються у нашому суспільстві, державі, в навколишньому природному середовищі, на міжнародній арені, у світі.

В таких умовах особливої гостроти набуває питання грамотного і критичного сприйняття, інтерпретації і аналізу медіатекстів. Це вимагає в освітній галузі вибудовувати освітню палітру таким чином, щоб навчати і тих, хто навчається, і тих, хто навчає, критично відноситись до різних видів медіаінформації, формувати вміння визначати джерела медіатекстів, їх політичну, ідеологічну, культурну та соціальну спрямованість, образно кажучи, сформувати вміння з бурхливого інформаційного потоку виокремлювати справжні людські чесноти, достовірні інформаційні матеріали та факти. Саме ці чесноти і визначають сутність медіаосвіти особи, яка володіє певним рівнем знань з цих питань (з певним рівнем медіаграмотності).

Бурхливий розвиток електронних технологій, широке впровадження інтерактивних систем комунікації, навчальних програм з мультимедійних технологій зумовили вторгнення в суспільство недоступного раніше потоку аудіовізуальної інформації від масової теле-, кіно-, іншої відеопродукції до електронних соціальних мереж та інтернету. Це спричинило відчутні трансформації у вихованні, у сфері культури як позитивного, так і негативного плану, майже повну зміну матриць свідомості, ціннісних систем і мислення, сприйняття оточуючого світу. Особливо це стосується підростаючого покоління, учнівської та студентської молоді, адже людина майже з перших хвилин свідомого життя опиняється в епіцентрі медіаполя і тому при формуванні основ медіаграмотності учнів загальноосвітніх шкіл важливо в першу чергу враховувати саме ці виклики сучасності.

Отже, на етапі подальшого розвитку нашого суспільства вкрай важливо підготувати його громадян, особливо підростаюче покоління, нову генерацію до правильного сприйняття різнопланової інформації, навчити їх розуміти усвідомлювати наслідки її впливу на психіку, оволодівати способами спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів.

Іншими словами, йдеться про необхідність створення таких умов, щоб кожний громадянин володів механізмом критичного осмислення і корегування інформації, вміннями здійснювати інтерпретацію, аналізувати та оцінювати

медіатексти, розуміти їх суть, адресну спрямованість, мету, викривати приховане значення та шкідливий вплив окремої медіаінформації, протиставити цьому впливу зразки високих національних культурних цінностей. Формування аудіовізуальної грамотності створює додаткові можливості самореалізації та соціальної реабілітації молоді девіантної поведінки.

Порушені питання свідчать про те, що держава, суспільство мають організувати просвіту населення, особливо молоді, стосовно проблем сприйняття медіаматеріалів, тобто створити такі умови, при яких кожна людина стане медіаграмотною з відповідним рівнем медіаосвіти.. Звичайно, розпочати цю роботу необхідно в загальноосвітніх школах, починаючи з першого чи другого класу початкової школи і завершуючи 11 чи 12 класом старшої. До речі, в закладах освіти багатьох країн, зокрема, в США, Англії, Франції, Австралії, Канаді та інш., ще в 60-х роках ХХ ст. впроваджені навчальні предмети і навчальні дисципліни, що спрямовані на формування основ медіаграмотності і, як наслідок, основ медіаосвіти.

МЕТА І ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ

З першого вересня 2013/2014 навчального року в навчальних закладах України запроваджено навчальний предмет та навчальну дисципліну «Основи медіаграмотності». Одним із головних завдань, зазначених в листі Міністерства освіти і науки України від 29.03.13 № 1/9 – 226 «Про запровадження вивчення курсу «Основи медіаграмотності» в навчальних закладах» є програмно-методичне забезпечення навчального процесу з медіаграмотності. З цією метою розроблені та схвалені Науково–методичною комісією галузі знань «Журналістика та інформація» навчальні програми «Медіаосвіта (медіаграмотність)» для закладів післядипломної педагогічної освіти, вищих педагогічних навчальних закладів та загальноосвітніх шкіл (початкова та основна школи). Сьогодні постало питання щодо підготовки та видання відповідної навчальної програми «Основи медіаграмотності» для старшої школи. Затвердження такої програми Інститутом інноваційних технологій і змісту освіти Міністерства освіти і науки України та впровадження її в освітню діяльність старшої школи буде останнім, завершальним етапом щодо програмного забезпечення навчального процесу на всіх щаблях освіти: початкова – основна – старша загальноосвітні школи – вищі педагогічні навчальні заклади – заклади післядипломної педагогічної освіти.

Розвиток медіаосвіти та медіаграмотності в Україні, як окремої психолого–педагогічної складової освітньої галузі з вищезначених проблем, розпочався в 2010 році після розробки, широкого обговорення, схвалення Науково–методичною комісією з післядипломної освіти та затвердження Інститутом інноваційних технологій і змісту освіти першої навчальної програми «Медіаосвіта (медіаграмотність)» для педагогічних і науково–педагогічних працівників.

Звичайно, стверджувати те, що медіаосвіта (медіаграмотність) сформована як наукова галузь передчасно. Хоча б тому, що в програмних матеріалах та навчально-методичній літературі використовується ціла низка таких термінів як «медіаграмотність» та «медіаосвіта», «медіакомпетентність» та

«медіакомпетенція» та інші, дефініція яких не завжди однозначна, що призводить до різночитання. Варто зазначити, що такого ж розмежування дотримуються і в загальноосвітніх та галузевих освітніх стандартах. Наприклад, зміст навчання має відповідати змісту освіти, знання умінням, компетентність компетенція, здатність здібності, зокрема, для вищої освіти зміст освіти (освітньо – кваліфікаційна характеристика фахівця) формується відповідним змістом навчання (освітньо-професійна програма підготовки фахівця).

Отже, головною метою і завданнями курсу «Основи медіаграмотності» є формування основ аудіовізуальної грамотності учнів старшої школи, що полягає в:

- критичному мисленні (баченні, оцінюванні) медіатекстів різних форм і жанрів;
- здатності до сприймання повідомлень такими, якими вони є;
- оцінюванні медіаповідомлень у відповідному середовищі;
- розумінні історичного, економічного, художнього, мистецького, правового та інших контекстів, представлених в повідомленнях;
- здатності розуміти ледве помітні відтінки в поданні інформації та відмінності в поданні інших повідомлень, іншої інформації на одну і ту ж тему;
- здатності робити висновки про сильні та слабкі сторони повідомлення.

Реалізація програми «Основи медіаграмотності» в освітній діяльності загальноосвітньої старшої школи можливо шляхом інтеграції окремих її підрозділів до відповідних навчальних програм шкільних предметів або вивченням окремим курсом за рахунок годин варіативної складової навчального плану. З цією метою на основі запропонованої навчальної програми доцільно розробити робочу програму з урахуванням змін та доповнень, що можуть бути запропоновані на розсуд вчителя та побажань батьків і учнів.

На випадок інтеграції окремих підрозділів програми до відповідних навчальних програм шкільних предметів надаємо орієнтовно варіанти такої інтеграції.

Основні терміни та визначення

У навчальній програмі основні терміни та визначення вживаються в наступному значенні.

Аналіз медіатексту – вивчення та трактування (декодування) медіатексту. Розрізняють наступні види аналізів: контент-аналіз, структурний, сюжетний, автобіографічний, іконографічний, семіотичний, ідентифікаційний, ідеологічний, філософський, естетичний, етичний тощо.

Аудиторія медіа – стійка сукупність людей, об'єднаних спільними інформаційними потребами.

Аудіовізуальна інформація – інформація, що одночасно сприймається органами слуху і зору.

Аудіоінформація – інформація, що сприймається слуховими органами.

Аутизм – патологічна замкнутість, відгородженість від реальної дійсності з утратою інтересу до спілкування, природних емоційних реакцій.

Візуальна інформація - інформація, що сприймається особою органами зору.

Віртуальна реальність (кібер-простір) – штучно сконструйований комп'ютерними засобами простір з певними ознаками реальності, в якому відбувається онлайнова комунікація.

Гедонізм – ідеалістичний напрям в етиці, за яким насолода, приємність є найвищим благом, метою життя.

Девіації – соціальна поведінка, яка відхиляється від тієї, що вважається нормальною чи соціально прийнятною у суспільстві або в соціальному контексті.

Здатність – властивість, притаманна особі щодо опанування певним обсягом інформації, знань.

Здібність – природний нахил, обдарування особистості, що є передумовою успішного виконання нею певного виду діяльності і виявляється в умінні виконувати певні професійні обов'язки.

Інтерактивність – можливість споживачів сучасних медіа створювати власний інформаційний потік, брати участь в багатосторонньому обговоренні, налаштовувати власний канал доставки новин.

Інтернет – всесвітня асоціація комп'ютерних мереж, інтегрована мережна павутина, що складається з різних фізично неоднорідних комунікаційних мереж, об'єднаних в єдину логічну архітектуру.

Інтерпретація медіатексту – переклад медіаповідомлення на мову сприймання інформації індивідумом.

Інформація – будь-які відомості, що створені людиною для передачі в часі та/чи просторі.

Комікси – графічно-оповідний жанр, серія малюнків з короткими текстами, що утворює цільну розповідь.

Композиція – будова, структура, розташування та взаємний зв'язок складових художнього твору, картини, скульптури тощо.

Комунікація – спілкування. Розрізняють автокомунікацію, міжособистісну, групову та масову.

Критичне мислення – розуміння, що пов'язане з допитливістю, обізнаністю, довірою, неупередженістю, гнучкістю, справедливістю в оцінюванні, чесністю в зіткненні з особистими упередженнями, розсудливістю в судженнях, бажанням переглядати, вияснити проблеми та з'ясувати складні питання, розумністю у виборі критеріїв, ретельністю у пошуку потрібної інформації, результатів, таких же точних, як і використані першоджерела.

Медіа, мас-медіа – засоби масової інформації (радіо, телебачення, преса, кіно, фотографія, відео, мистецтво, твори живопису, мультимедійні комп'ютерні системи, інтернет).

Медіавиховання – формування світоглядних позицій, інтересів, потреб, ідеалів, мотивів, ціннісних орієнтацій, свідомості, переконань, суджень, а також конкретних рис характеру, моделі поведінки та культури поведінки засобами масової інформації.

Медіаграмотність – сукупність знань, здобутих у процесі навчання, що дозволяє споживачам критично аналізувати медіаповідомлення з тим, щоб

бачити там пропаганду, цензуру, однобокість в новинах і програмах суспільного інтересу, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують, причини таких дій, а також розуміти структурні елементи, які впливають на інформацію (власник медіа, модель фінансування, політичні уподобання тощо).

Медіадидактика – частина педагогіки, що займається питаннями застосування медіа в навчальному процесі, розробкою інформаційно-освітніх технологій, особливостями дистанційного навчання, розробкою й апробацією нових дидактичних мультимедіа (електронних навчальних посібників, програм, підручників тощо).

Медіазалежність – розлад вольової поведінки, що проявляється в зловживанні медіа (надмірний час споживання медіапродукції, зниження саморегуляції, звуження інтересів тільки до сфери медіа з погіршенням у інших сферах життя тощо).

Медіакомпетентність – розуміння видів медіа та їх впливу на людину і суспільство.

Медіакомпетенція - вміння користуватися різними медіатехнологіями, вести пошук необхідної інформації, робити правильний вибір її та створювати медіапродукти.

Медіакультура – сукупність духовних цінностей, створених інформаційно-комунікаційними засобами, що функціонують у суспільстві, щодо елементів культури комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передачі інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом у цілому.

Медіакультура особи – здатність особи ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі.

Медіаосвіта – уміння та навички щодо практичної реалізації постулатів медіаграмотності на матеріалах та за допомогою засобів масової інформації, кінцева мета якої критичне сприйняття медіаповідомлень.

Медіаосвітні технології – методично-організаційні засоби навчального процесу з використанням періодичних видань, радіо, телебачення, кіно, а також програмно-апаратних засобів і пристроїв, що забезпечують операції збирання, оброблення, накопичення, збереження й передавання інформації.

Медіапедагогіка – сукупність педагогічних концепцій, теорій, технологій і методик, які базуються на комплексному застосуванні медіа і є специфічним напрямом педагогіки з такими складовими як медіадидактика (проблеми, роль, функції і значення медіа в навчанні) і медіавиховання (проблеми медіавикористання медіаресурсів і пропозицій).

Медіасоціалізація – явище в інформаційному суспільстві, що полягає в зміні традиційних способів уведення/входження дитини в світ дорослих, коли основні орієнтири щодо взаємодії із соціумом та формування власної ідентичності дитина отримує під впливом медіа, а не внаслідок взаємодії в сім'ї.

Медіасприйняття – сприйняття медіареальності, почуттів, намірів і думок авторів певного медіа повідомлення.

Медіатекст – повідомлення, що викладене в будь-якому виді та жанрі медіа (газетна стаття, телепередача, відеокліп, фільм, твори мистецтва тощо).

Медійні мистецтва – мистецтва, що побудовані на медійних образах (образах, що створені засобами комунікації) відтворення дійсності засобами преси, фотографії, радіо, грамзапису, кіно, телебачення, комп'ютерної графіки, відеоарту тощо.

Нові медіа – термін, що стали застосовувати до інтерактивних електронних видань і нових форм комунікації виробників контенту із споживачами для позначення відмінностей від традиційних медіа (наприклад, газет). Терміном «Нові медіа» позначають цифрові, мережеві технології і комунікації.

Реаліті-шоу – багатосерійна телевізійна програма, учасниками якої є реальні герої, які знаходяться в штучних чи природних умовах і які виражають відповідні емоції.

Соціальна інформація – відомості про процеси функціонування особи і суспільства, а також все те, що може вплинути на ці процеси.

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.

Web 2.0 – друга сучасна відома версія інтернету, що відрізняється від «Павутини 1.0» передусім інтерактивністю; її асоціюють зі свободою обміну інформацією, інтепераційністю та співпрацею.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ

Тема 1. Комунікація як засіб спілкування та обміну інформацією.

Комунікація (спілкування) – основна передумова життя і розвитку живих організмів. Канали передачі повідомлень в тваринному світі. Зоровий, слуховий, тактильний (дотиковий), смаковий і нюховий канали. Засоби людської комунікації. Мова як засіб комунікації, що за своєю продуктивністю перевищує всі інші форми порозуміння. Мова і культурне надбання нації. Вербальна комунікація як початкова форма порозуміння і передумова організованого соціального життя. Невербальні аспекти комунікації. Невербальні елементи, що посилюють або послабляють ефективність сприйняття мовлення. Автокомунікація, міжособистісна, групова та масова комунікація. Канали масової комунікації: періодична преса, радіомовлення, телебачення, інтернет-медіа.

Тема 2. Що таке медіа та мас-медіа?

Мас-медіа як синонім засобів масової інформації та комунікації. Друковані видання, періодична преса, фотографія, звукозапис, радіо, кінематограф, телебачення, відео, мультимедійні комп'ютерні системи, зокрема Інтернет. Розширене тлумачення медіа. Живопис, графіка, театр, цирк, дизайн, інші види мистецтва, білборди, інші типи реклами (слова або картинки на одязі, інформація у магазинах або на стадіонах, надписи на товарних упаковках, пляшках тощо), постери, флаєри, гроші як популяризування серед народних мас

надбань вітчизняної культури, історичних постатей, видатних осіб та державних діячів, народні свята, карнавали, інші масові заходи. Типи політичних меседжів. Кольорові значки, наклейки на автомобілях. Книжки як найрозповсюдженіша форма медіа в загальноосвітніх школах. Основні характеристики медіа. Медіа, що передають меседжі за допомогою візуальних засобів. Медіа, що передають меседжі за допомогою мови та/або звуку. Медіа, меседжі яких розраховані на масову аудиторію і розповсюджуються за допомогою відповідних технологій.

Тема 3. Нові медіа. Цифрові, комп'ютерні, інформаційні, мережеві технології і комунікації.

Веб 2.0 як інтерактивні інтернет-спільноти, соціальні мережі, сайти обміну файлами, блоги, Вікіпедія. Особливість Веб 2.0. Блоги і власний інтернет-ресурс. Вікі-сайти. Найвідоміший вікі-сайт Вікіпедія. Сайти соціальних мереж Facebook, MySpace, eBay, YouTube, LiveJurnal. Носії та платформи нових медіа. Електронні книжки. Модульні додатки до різних операційних систем і носіїв. GPS – навігатор. Електронний формат на стику друкованої преси та інтернету – Формат «Digital Daily». Особливості нових медіа: новини в реальному часі, мобільність, мультимедійність, конвергентність, інтерактивність. Нові медіа і учнівська молодь.

Тема 4. Медіаграмотність як здатність (спроможність) аналізувати медіаінформацію.

Медіаграмотність і медіакомпетентність як система знань щодо ідентифікації джерел інформації та визначення вірогідності медіаповідомлень. Медіаграмотність як критичне мислення щодо бачення та оцінювання медіатекстів різних форм і жанрів, творів мистецтва, інших джерел медіаповідомлень. Критичне мислення як зіткнення з особистими упередженнями та бажаннями переглядати певні проблеми і з'ясовувати складні ситуаційні питання.

Система умінь щодо селекції, обробки, аналізу медіатекстів, виопрацювання власної позиції – основа медіаосвіти та медіакомпетенцій людини XXI століття.

Тема 5. Медіаграмотність та медіакомпетентність особистості – знання та розуміння щодо використання багатоманітних медіа технологій.

Формування медіаграмотності та медіакомпетентності як засіб створення середовища для соціальної адаптації молоді. Медіаграмотність та медіакомпетентність – головне і незаперечне підґрунтя медіаосвіти та медіакомпетенції. Вікові особливості медіаграмотності. Дошкільна, початкова медіакомпетентність та медіакомпетентність учнів старшої школи. Знання та розуміння, що характеризують медіаграмотність та медіакомпетентність. Здатність щодо сприйняття і розуміння змісту медіа тексту. Розуміння сили впливу медіатекстів на свідомість особистості та здатність емоційного й аргументованого сприйняття інформації. Знання умовностей жанрів та здатність визначати їх синтез. Знання специфіки мови різних медіа і здатність розуміти їх вплив на свідомість споживача медіа продукту. Здатність критично розмірковувати над текстом медіаповідомлень незалежно від рівня впливовості їх джерел. Формування знань та розуміння критичного ставлення до медіа за допомогою самих медіа.

Тема 6. Медіаосвіта та медіакомпетенція особистості – уміння та навички користуватися багатоманітними медіатехнологіями.

Медіаосвіта як розвиток умінь, звичок та навичок людини будь – якого віку ставити запитання щодо критичного мислення, ефективної комунікації та активної громадянської позиції в сучасному світі («Ключові принципи медіа освіти США»). Принципи трансформування медіаграмотності (медіазнань) в медіаосвіту (медіауміння), медіакомпетентностей в медіакомпетенції, медіаздатностей в медіаздібності, взагалі системи знань з мас-медіа в систему умінь, що є типовими задачами діяльності з мас-медіа. Національний рівень медіаосвіти та її форми в системі безперервної (протягом життя) освіти. Медіаосвіта вихованців дошкільних закладів, учнів загальноосвітніх шкіл, студентів вищих (в першу чергу педагогічних) навчальних закладів. Особливості батьківської медіаосвіти та самомедіаосвіти дорослих за певним програмним продуктом. Стихійна медіаосвіта дорослих засобами медіа, що забезпечується навчальними, інформаційно-аналітичними, інформаційно-розважальними програмами та медіапроектами. Формування системи умінь та навичок критичного ставлення до медіа за допомогою самих медіа.

Тема 7. Традиційні джерела масової інформації та їх загальна характеристика.

Періодичні друковані медіа - «періодика». Газета – найстаріша мас-медіа. Чому варто читати газети? Здатність періодики детально аналізувати складні події в суспільстві та явища. Юридична відповідальність за якість і правдивість інформації. Місцеві газети – орієнтир читача на локальному рівні. Основна перевага газети – розміщення достовірних аналітичних матеріалів. Структура газети. Перша та внутрішні сторінки. Редакційні, журналістські та рекламні матеріали. Як правильно зробити аналіз газетної статті?

Журнали та їх періодичність. Загальноприйнята типологія журналів. Політичні, тематичні, науково – фахові, споживчі та відомчі видання. Молодіжні журнали та журнали для дітей. Інформаційна вага ілюстрованих журналів. Жіночі журнали, журнали для дівчат, чоловічі журнали. Споживчі журнали або журнали «стилю життя», що спрямовані на дозвілля читачів. Що потрібно знати, коли читаєш журнал?

Радіо. Формат радіо – сукупність жанрових, тематичних і інших ознак, що визначають загальний стиль програм радіостанції і покликаний задовольнити інтереси цільової аудиторії. Музичний і немусичний формат радіо. Розмаїтість музичних радіоформатів. Інформаційно – розмовний немусичний радіоформат в Україні. Основний контент інформаційно-розмовного немусичного радіоформату – новини, інтерв'ю, інформаційні огляди, аналітичні передачі.

Телебачення як джерело аудіовізуальної інформації і як складова частина масової культури і науки. Канали телебачення та їх відмінність. Інформаційне, пізнавальне, дитяче, розважальне, художнє, спортивне аудіовідеомовлення в кабельних мережах, через супутник і в ефірі.

Кінематограф. Кінематограф як вид мистецтва та форма соціальної комунікації. Жанрова структура фільму. Кіно як репрезентант уявного ставлення до реальних умов існування в суспільстві, що визначає відповідні «матеріальні настанови» та власну життєву позицію користувача медіа продукту. Кіно як нові інформаційні технології.

Інтернет та загальні тенденції у сфері інноваційних медіа. Інтернет як безцінне сховище людського досвіду і корисної інформації. Специфіка Інтернет – медіа. Способи оновлення і наповнення інформації. Швидкість її оновлення і наповнення. Характерні ознаки інтернет-медіа. Періодичність, ареал поширення, структура, можливість зворотного зв'язку. Нові медіа. Веб 2.0, Вікі, соціальні мережі, кібер-простір, нові технології отримання новин.

Тема 8. Загальний план аналізу медіа тексту (орієнтовний).

Показники, що підлягають аналізу, та їх стисла характеристика. Категорія медіа (жанр медіатексту та його характерні особливості); агентство медіа (автор та замовник медіатексту, позиції авторів та на які події вони намагаються впливати); технології створення медіа повідомлення та їх ефективність; мова медіа повідомлення, використання візуальних символів, інфографіки, фото, малюнків, графіків, інших позначок, аудіовізуальні, стилістичні особливості мови та їх відповідність конкретному сюжету, наявність стереотипних рішень, візуальних кодів та в чому конкретно вони проявляються; аудиторія, на яку спрямована медіа інформація. Структурна схема аналізу медіатексту. Які соціальні групи чи проблеми представлені в медіа тексті? Політичні та соціальні тенденції, що віддзеркалені в медіатексті. Наявність симпатій чи антипатій авторів. Чи містить медіатекст приховані підтексти, неправдиву або викривлену інформацію? Визначення ключових епізодів медіатексту та їх спрямованості. Формування власного ставлення та позиції щодо медіаповідомлення.

Тема 9. Як навчити учнів аналізувати медіамеседжі? Технології аналізу медіатекстів.

Основні ознаки медіатексту. Обсяг, понятійний апарат, сутнісні та змістовні ознаки. Медіазасоби розповсюдження медіаповідомлень. Ознаки масовості щодо створення та щодо споживання медіапродукту. Розміття інформації газет, журналів, радіо, телебачення та рівень її відповідності політичним, економічним, соціальним, правовим та культурним процесам в суспільстві. Основні етапи багатостороннього сприйняття інформації та різноманітної її оцінки, а саме: визначення виду засобу масової інформації, категорії медіаповідомлення, наявності можливих помилок і необґрунтованих змістових обмежень медіаповідомлення, особливостей звукового супроводу та виразних засобів (для аудіовізуальної інформації), конкретного адресату медіатексту (за віковим цензом, соціальним статусом, освітою тощо), відповідності певного медіатексту цілеспрямованості та меті поінформованості. Мовні ознаки медіаповідомлень. Вплив медіа на споживача за показниками освіти та виховання, розвитку свідомості, формування поведінки, світоглядних позицій, поглядів, реакцій, відгуків, поширення та розповсюдження інформації. Розуміння початків інтерпретації медіатекстів. Контент-аналіз, сюжетний, змістовний, автобіографічний, ідеологічний, естетичний тощо.

Тема 10. Загальні засади аналізу медіатексту друкованих видань.

Визначення агентства медіа, автора медіатексту та його позиції (ангажована, незаангажована, упереджена). Мета та спрямованість інформації. Способи впливу на користувача та наявність намірів автора скорегувати його позицію. Контент, підготовлений за кошти і в інтересах замовника, замовний контент або «джинса» та його характерні ознаки. Мова медіаповідомлення. Наявність в

медіатексті візуальних символів, знаків (фото, малюнки, інфографіка, графіки, умовні позначки тощо) та рівень їх відповідності змістовній частині медіа повідомлення. Можливості порівняння окремих епізодів медіатексту з раніше отриманою інформацією із інших джерел. Чи містить медіатекст ознаки маніпуляції свідомістю користувача, будь-якої ворожнечі, ненависті чи прихованої або відвертої власної позиції автора (авторів)? Правдивість інформації, ефекти «достовірності». Політичні, ідеологічні, соціальні, культурні, правові та інші аспекти медіатексту. Результати та наслідки аналізу Відчуття, ставлення, симпатії чи антипатії користувача (сприйняття медіаповідомлення користувачем).

Тема 11. Аудіальне сприйняття медіаінформації.

Радіо як найефективніший аудіальний засіб для комунікації масової аудиторії. Специфічні можливості радіо. Доступність, інтерактивність, діалогічність, мобільність, різноманіття ефірного контенту (змісту). Радіо новини з постійним оновленням інформації. Регіональні та власні радіостанції. Канали дротового радіо. «Радіо для дорослих». Викривлення фактів і подача недостовірної інформації. Примітивізація інформації, поверхово – чуттєве ставлення до картини світу, гедонізм.

Тема 12. Статичні візуальні джерела медіа та їх контент.

Сприйняття інформації статичних візуальних джерел медіа. Фотографії, реклама, карикатура, плакати, комікси. Основні складові візуального медіа тексту та визначення їх змістовного навантаження. Вплив візуальних джерел інформації на свідомість медіа споживача. Аналіз візуальних образів. Фотографія як віддзеркалення подій минулого, що потребує певної інтерпретації та відповідного «прочитання». Політичні та інформаційно-рекламні плакати. Карикатури та комікси – надзвичайно виразна візуальна медіаінформація. Відтворення умонастрою людей певного прошарку. Твори образотворчого мистецтва. Живопис, графіка, скульптура. Інформаційний та психологічний вплив творів образотворчого мистецтва. Приклади (наприклад, твір живопису Іллі Рєпіна «Іван Грозний і син його Іван» відомий ще під іншою назвою «Іван Грознийвубиває свого сина»). Визначення композиції художнього твору, засобів зображення та позиції митця (художника, фотографа, скульптора).

Тема 13. Аудіовізуальне сприйняття медіаінформації. Рівень відповідності побаченого почутому.

Сприйняття аудіовізуальної медіаінформації. Сучасні телевізійні жанри. Новини: репортаж, телеінтерв'ю, дискусії політичні шоу. «Що?, Де?, Коли?, Як?, Чому?, Кому?, Навіщо?» Регулярні інформаційні повідомлення. Співставлення, аналіз та оцінка інформаційного контенту інших джерел інформації. Чи завжди співпадає аудіоінформація з аудіовізуальною? Результати аналізу побаченого та почутого. Виопрацювання власного ставлення. Інформаційні та розважальні програми. Інформація з елементами розваги – інфотеймент як засіб задоволення багатоманітних запитів телеглядача. «Реаліті-шоу», в якому діють реальні герої. Аналіз умов, в яких відбуваються певні події, рівня сприйняття та реальних емоцій індивідуума. Свідома оцінка будь-якого телепродукту.

Інтернет та його вплив на сучасне життя учнів загальноосвітніх шкіл. Відмінність інтернет від інших медіа. Комунікативні можливості в реальному часі. Розповсюдження, використання, узагальнення і маніпулювання інформацією інтернету як прояв економічної, політичної та культурної діяльності. Аналіз позитивних і негативних факторів використання інтернет.

Кінематограф як патріарх рухомих екранних медіа, засіб аудіовізуальної комунікації. Рівень відповідності кінодійності реальній дійсності. Вплив кінодійності на аудіовідеосприйняття і чуттєвість молоді. Порівняння вчинків та способу життя героїв зі своїм власним, подумки ставити себе «на їхнє» місце, наслідувати чи не наслідувати їхню поведінку. Створення кумирів: їх погляди, життєві пріоритети, соціальний статус, матеріальні умови, морально-психологічні аспекти поведінки тощо.

Тема 14. Роль медіа у формуванні морально-етичних орієнтирів молоді.

Освітній характер медіа продуктів і медіа ресурсів за змістом. Психолого-педагогічні, ідеологічні, політичні, морально – виховні, пізнавально-навчальні, естетичні, екологічні, економічні, тощо медіа продукти. Соціальні функції медіа: інформаційні, аналітичні, пізнавально-просвітницькі (освітні), морально-виховні. Функції впливу. Латентні функції як спосіб впливу на суспільну свідомість. Негативні соціальні тенденції медіа. Девіація як прояв асоціальної поведінки (крайній негативізм, героїзація негативних вчинків, постатей, висвітлення в позитивному розумінні вживання наркотиків, алкоголю - «кайф», роздмухування міжнаціональних та міжетнічних конфліктів тощо). Деструктивні впливи та маніпулятивні технології.

Тема 15. Медіакомпетенція як засіб створення середовища культурного й духовного зростання молоді.

Медіакомпетенція як уміння користуватися продуктом засобів масової інформації та діяти відповідно власним уподобанням. Медіакомпетенція учня старшої школи. Її відмінні ознаки від медіакомпетенцій дошкільника, учнів початкової та основної школи, студента вищого навчального закладу, дорослої людини взагалі. Медіакомпетенція як досвід контактування з медіа та реальним світом. Креативні вміння, що ґрунтуються на матеріалах медіа. Практико-креативні (створення власного медіа продукту різних видів і жанрів), перцептивно-креативні (творче сприйняття медіатекстів різних видів і жанрів), аналітичні (вміння критично аналізувати медіа ексти всіх видів і жанрів), методичні (володіти формами і методами самовираження за допомогою медіа), практико-педагогічні (вміння використовувати отримані знання в педагогічній діяльності та навчанні).

Тема 16. Засоби масової інформації і християнські людські взаємини.

Засоби масової інформації і релігія. Програми з контентом релігійного спрямування. Програми телеканалу «Глас», телерадіоканалу «Ера» «Мир православія», телетрасляція великих релігійних свят тощо, радіопроеграми «Благовіст», «Христос посеред нас» їх культурна, духовно – виховна та соціальна спрямованість. Християнські людські взаємини. Християнські свята, обряди та народні звичаї як осердя української культури. Найбільші релігійні свята. Обрядові масові святкові заходи християнства, їх висвітлення засобами масової інформації. Власне обґрунтування важливості християнської етики і

етикету людських взаємин в українському суспільстві та українській культурі, норм поведінки і правил ввічливості в християнстві. Пошана та повага. Розуміння розуміння. Каяття. Ставлення до ближнього. Доброзичливість. Щоденні вчинки. Благородство, мудрість, високо духовність як головні чесноти формування християнської свідомості програмами засобів масової інформації духовно-морального спрямування. Власні тлумачення, аналіз та коментар телепрограм духовно-морального спрямування, інформації інших джерел.

Рекомендації щодо інтеграції підрозділів програми до програм загальноосвітніх навчальних предметів старшої школи (орієнтовно)

Навчальні предмети інваріантної складової змісту повної загальної середньої освіти та їх програми за своїм змістовним наповненням можуть слугувати переконливим підґрунтям для інтеграції медіаграмотності до окремих підрозділів шкільної програми. Вчителі загальноосвітніх шкільних предметів старших класів можуть інтегрувати медіаграмотність до програм з української мови, та інших гуманітарних предметів. Найбільш привабливою щодо інтеграції медіаграмотності є, на думку розробників, програми таких предметів як «Історія України», «Людина і світ», «Світова література», «Правознавство», «Художня культура», «Інформатика» та інш. Набагато складніша така інтеграція можлива, скажімо, до програм з математики, технологій чи фізичної культури. Значна частина програм предметів, а саме з української мови, української літератури, екології, економіки прямо чи опосередковано вже охоплюють певною мірою медіаграмотність, навіть якщо сам термін «медіаграмотність» в них не згадується. Але вчителі старших класів можуть інкорпорувати термінологію з медіаграмотності до класних і позакласних співбесід щодо оповідань, віршів, інших видів традиційного контенту, ідентифікуючи автора як джерело інформації, мету як вплив на учнівський клас через відповідний зміст повідомлень. Також вони можуть долучати медіаграмотність до вивчення кожної нової теми, активізуючи учнів до випрозорення джерел інформації через запитання про те, де вони дістали цю інформацію? На основі якої інформації вони сформулювали свою думку? Які були джерела?

Відомий вплив новинних медіа на історичні події, політику, культуру та інші сфери суспільного життя потребує створення нових умов щодо самовираження, організації комунікативного спілкування, застосування в навчальному процесі елементів дискусії, що буде підґрунтям для подальшого розвитку особистості, її громадянських якостей. Програма предмету старшої школи «Людина і світ» торкається таких проблем як роль спілкування в житті людини, громадянські права та обов'язки, моделювання багатоманітних соціальних ситуацій та інші, вивчення яких за умови використання основ медіаграмотності буде більш результативним. Навчальні предмети старшої школи природознавчого спрямування ґрунтуються на глибокій аналітичній основі, при вивченні яких робиться наголос на ретельному спостереженні природних явищ («Астрономія», «Біологія», «Географія»)та конструюванні доказів на підтримку певних висновків, тлумаченні тих чи інших даних, що є не що інше як створення відповідної інформації. Як і медіаграмотність,

природничі науки роблять наголос на ретельному спостереженні та використанні доказів на підтримку будь-яких висновків. Також для обох предметних сфер дуже важлива вибірковість джерел та практика переглядати висновки за умов відкриття/отримання нової інформації. Інтегрування окремих фрагментів програми з медіаграмотності до програми з математики може декому видатися дещо натягнутим, проте метою вивчення цього предмету є формування цілісного сприйняття світу, розпізнавання проблем, що розв'язуються із застосуванням математичних методів, здатності логічно міркувати, обґрунтовувати свої дії, а також формування вмінь користуватися знаковою і графічною інформацією, застосовувати обчислювальні навички у практичних ситуаціях, наприклад, графіки та статистичні показники в матеріалах мас-медіа, та їх аналіз. В програмі навчального предмету «Біологія» порушуються здоров'язбережувальні питання щодо тілесного образу, на які потужно впливають медіамеседжі. За аналітичного підходу до медіаграмотності можна навести приклади, коли вчитель дає учням завдання провести аналіз змісту інформаційного матеріалу, оповідань, коміксів, іншої інформації здоров'язберігаючого спрямування, що подається в різних підліткових виданнях. На основі аналізу інформаційних матеріалів учні мають зробити власні, підкріплені доказами, висновки щодо потенційно шкідливих меседжів, які вони вивчали. Реалізація програми з фізичної культури в повному обсязі можлива на основі медіаграмотності. Медіамеседжі впливають на сприйняття учнями старших класів спорту, фізичних вправ, на створення спортивних кумирів, формування переконань, яка діяльність корисна для здоров'я. А це, в свою чергу, сприяє вихованню в учнів потреби у здоров'ї, що є важливою життєвою цінністю, свідомого прагнення до ведення здорового способу життя, розвитку умінь самостійно приймати рішення щодо власної позиції і поведінки, власних вчинків. Конкретними формами, що можуть бути застосовані на заняттях, може бути аналіз рекламної складової великого спорту (спонсорська реклама, перерви на рекламу під час трансляцій знакових спортивних подій тощо). Розвиток в учнів інформаційно-комунікаційних та основних технологічних компетентностей передбачено в програмі навчального предмету «Технології». Основи медіаграмотності сприятимуть формуванню уявлень про предметно-перетворювальну діяльність людини, шляхи отримання, зберігання інформації та способи її обробки, здатності до формулювання творчих задумів, а також розвитку пізнавальної художньої і технічної обдарованості та технічного мислення. Завданням змістовної лінії програми предмету «Інформатика» є ознайомлення з поняттями «повідомлення», «інформація». На підґрунті таких уявлень формуються уміння користуватися технічною термінологією, художньою та графічною інформацією, працювати з комп'ютером. Інтернетпростір як джерело інформації часто-густо викликає найбільше занепокоєння у вчителів, тому варто застосовувати апробовані дослідницькі підходи до розвитку навичок роботи учнів з онлайн-джерелами. Один з таких підходів полягає в тому, щоб учні самі, наприклад, формулювали правила спілкування в онлайн-середовищі. Заняття з предмету «Художня культура» дають нагоду для створення та аналізу музики і візуальних елементів в різноманітних медіаповідомленнях. Часто в телевізійних повідомленнях, в фільмах чи дитячих мультфільмах музика залишається

непомітною для глядача. Саме ця обставина може бути приводом для розгортання на уроках широкої дискусії щодо звучання певних музичних інструментів, музичних фраз, що викликають позитивні чи негативні емоції, щодо розвитку подій у фільмі. Картини, фотографії, інші види мистецтва є медіадокументи, що дають багато простору для аналізу. Учні старших класів можуть досліджувати маніпуляції з фотозображеннями, яких часто припускаються мас-медіа. Зазначені заходи та заняття з цього предмету сприятимуть вихованню в учнів емоційно-ціннісного ставлення до мистецтва та дійсності, розвитку художніх інтересів і потреб, естетичних ідеалів, здатності розуміти та інтерпретувати твори мистецтва, здатності до самовираження, спілкування та комунікації, що також є і одним із головних завдань курсу «Основи медіаграмотності».

Перелік загальноосвітніх шкільних предметів старшої школи, що визначені в редакції наказу Міністерства освіти і науки України від 29.05.14 №664 (типовий навчальний план, універсальний профіль).

1. Українська мова, українська література, іноземна мова, світова література.
2. Історія України, всесвітня історія.
3. Правознавство, економіка, людина і світ.
4. Художня культура.
5. Алгебра, геометрія, астрономія.
6. Біологія, географія, фізика, хімія, екологія.
7. Технології, інформатика.
8. Фізична культура, захист Вітчизни.

Варіанти інтеграції тем програми до програм загальноосвітніх шкільних предметів старшої школи (орієнтовно)

Тема 1. Комунікація як засіб спілкування та обміну інформацією.

Інформатика, людина і світ.

Тема 2. Що таке медіа (мас – медіа)?

Українська мова, українська література, світова література.

Тема 3. Нові медіа. Цифрові, комп'ютерні, інформаційні, мережеві технології і комунікації.

Інформатика, економіка, людина і світ.

Тема 4. Медіаграмотність як здатність (спроможність) аналізувати медіаінформацію.

Правознавство, економіка, математика.

Тема 5. Медіаграмотність та медіакомпетентність особистості – знання та розуміння щодо використання багатоманітних медіатехнологій.

Економіка, історія України, захист Вітчизни.

Тема 6. Медіаосвіта та медіакомпетенція особистості – уміння та навички користуватися багатоманітними медіатехнологіями.

Інформатика, економіка, правознавство.

Тема 7. Традиційні джерела масової інформації та їх загальна характеристика.

Світова література, людина і світ, всесвітня історія.

Тема 8. Загальний план аналізу медіатексту (орієнтовний).

Правознавство, художня культура, світова література.

Тема 9. Як навчити учнів аналізувати медіамеседжі? Технології аналізу медіатекстів.

Інформатика, правознавство, фізична культура.

Тема 10. Загальні засади аналізу медіатексту друкованих видань.

Українська література, світова література, загальноосвітні предмети природничого спрямування.

Тема 11. Аудіальне сприйняття медіаінформації.

Художня культура, екологія, астрономія, географія.

Тема 12. Статичні візуальні джерела медіа та їх контент.

Художня культура, екологія, астрономія, географія.

Тема 13. Аудіовізуальне сприйняття медіаінформації. Рівень відповідності побаченого почутому.

Художня культура, загальноосвітні предмети природничого спрямування.

Тема 14. Роль медіа у формуванні морально – етичних орієнтирів молоді.

Інформатика, захист Вітчизни, фізична культура, екологія.

Тема 15. Медіакомпетенція як засіб створення середовища культурного й духовного зростання молоді.

Правознавство, українська література, світова література.

Тема 16. Засоби масової інформації і християнські людські взаємини.

Людина і світ, правознавство, всесвітня історія, історія України.

На допомогу вчителю старшої школи

(деякі дидактичні матеріали щодо конструювання змісту, форм, методів і засобів навчання медіаграмотності учнів старшої школи)

При конструюванні змісту навчання медіаграмотності учнів старшої школи доцільно використовувати відповідні літературні твори з потужним емоційним та духовно-виховним навантаженням, твори живопису, фотографії; переглядати та обговорювати телефільми, кінофільми, відповідні телепрограми. Наводимо перелік деяких вищезначених матеріалів.

Літературні твори

1. Павло Загребельний. Роксолана.
2. Панас Мирний. Повія.
3. Микола Гоголь. Тарас Бульба.
4. Іван Франко. Ріпник.
5. Густав Флобер. Госпожа Бовари.
6. Густав Флобер. Воспитание чувств.
7. Еміль Золя. Проступок аббата Муре.
8. Еміль Золя. Западня.
9. Теодор Драйзер. Американская трагедия.

Кіно і телефільми

«Олеся» (епізоди, якими завершується сюжет фільму; Київська кіностудія імені О.П. Довженка)

«Чаклунка» (епізоди, якими завершується сюжет фільму; версія твору А.І. Купріна «Олеся» реж. А. Мишель.)

«Угрюм – река» (епізоди, якими завершується сюжет фільму реж. Ярополк Лапшин. Свердловська кіностудія).

Телевізійні програми

Змістовна Україна.

Соціальний пульс.

Економічний пульс.

Найвпливовіші жінки світу.

Події тижня.

Факти. День.

Новини.

Новини тижня.

Твори живопису

Ілля Рєпін «Іван Грозний и сын его Иван», друга назва «Іван Грозний вбиває свого сина».

Ілля Рєпін «Не ждали».

Віктор Васнецов «После побоища Игоря Святославовича с половцами» на сюжет твору «Слово о полку Игореве».

Віктор Васнецов «Богатыри» на сюжет билинного епоса.

Віктор Васнецов «Іван Царевич на Сером Волке» на сюжет російської народної казки.

Федор Решетніков «Опять двойка».

Карл Брюллов «Последний день Помпеи».

Рекомендована література

1. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред. – упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волошенюк; за науковою редакцією В.В. Різуна. –Київ: Центр вільної преси, 2012. – 352 с.

2. Практична медіаосвіта: авторські уроки. Збірка / Ред. – упор. В.Ф. Іванов, О.В. Волошенюк; за науковою редакцією В.В. Різуна та В.В. Літостанського.– Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. -447 с.

3.Формування медіаграмотності педагогів: Навчально – методичний посібник. Покроєва Л.Д., Акименко О.С., Алфьорова З.І., Дегтярьова Г.А., Казакова Т.В., Косенко В.В., Нурєєва Т.К., Старкова Г.В., за заг. редакцією Л.Д. Покроєвої. – Х.: Харківська академія неперервної освіти, 2014 -236 с.

4. Конспект уроків з основ медіаграмотності учнів загальноосвітніх шкіл. Мокрогуз О.П., Волошенюк О.В., за науковою редакцією Іванова В.Ф. - Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2014.-132 с.

5. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: підручник для вчителя/ Сінді Шейбе, Фейс Рогоу/ Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк –К.: Центр вільної преси, Академія української преси, -2014. -319 с.