

Романюк Світлана Захарівна
кандидат педагогічних наук, доцент
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Завідувач кафедри педагогіки та методики початкової освіти
Шевчук Кристина Дмитрівна
кандидат педагогічних наук, доцент
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Доцент кафедри педагогіки та методики початкової освіти

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Анотація: Розглядається актуалізація факторів медіаграмотності і медіаосвіти у ЗВО в умовах зміни інформаційних парадигм, коли традиційна модель широкого поширення інформації за допомогою засобів масової інформації трансформується під впливом соціальних медіа, змінюючи когнітивні механізми сприйняття студентами навколишньої дійсності, принципи і механізми формування картини світу сучасної людини. Увага акцентується на особливостях формування медіаграмотності у ЗВО.

Ключові слова: медіаграмотність; медіапедагогіка; медіаосвіта; інформаційна парадигма; ЗМІ; інформація; соціальні медіа.

Текст статті: Глобальною метою будь-якої освітньої системи є підготовка молодого покоління до повноцінної участі у всіх сферах діяльності суспільства. Для досягнення цієї мети освітній процес повинен будуватися з урахуванням особливостей розвитку сучасного полікультурного суспільства, для якого характерні, по-перше, множинність взаємодіючих мов і культур, а по-друге, множинність текстів і текстових форматів, що циркулюють в глобальному інформаційному просторі, створюваному сучасними засобами масової комунікації. Однією з ключових компетенцій, необхідних будь-якому фахівцю для ефективного функціонування в такому інформаційному середовищі, стає медіаграмотність, що визначається як здатність адекватно взаємодіяти з потоками медіаінформації в глобальному інформаційному просторі: здійснювати пошук, аналізувати, критично оцінювати і створювати медіатексти, поширювані за допомогою різних засобів масової інформації і комунікації, у всій різноманітності їх форм.

У цих умовах система освіти повинна забезпечити потребу суспільства в критично мислячих, медіаграмотних фахівцях, здатних ефективно використовувати медіасередовище для вирішення різного роду професійних, громадських і особистих завдань.

В умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій відбувається перегляд цінностей в суспільстві, що значно впливає на спосіб життя молодого покоління, його смаки і пріоритети. З одного боку, спрямованість ЗМІ на західний спосіб життя тягне за собою девальвацію багатьох моральних і етичних

цінностей, традиційно важливих для нашого народу. З суспільної свідомості витісняється важливість таких понять, як безкорисливість, доброта, скромність, чесність, совість. Серед студентів стають популярними далеко не найкращі зразки поведінки: егоцентризм, розуміння людини як товару, яким можна розпоряджатися на свій розсуд, сприйняття культури, природи як засобу для задоволення нагальних потреб. З іншого боку, в нинішніх соціокультурних умовах сукупність інформаційно-комунікаційних каналів, в тому числі і динамічна та легкодоступна мережу Інтернет, є дієвим засобом розвитку і реалізації творчого потенціалу особистості, ефективним способом колективної взаємодії, за допомогою якого можна вирішити багато спільних проблем.

Вибудовування парадигми особистісного розвитку, в основі якої знаходяться колективні захоплення місцевих і інтернаціональних співтовариств, в цілому підвищує динамізм розвитку культури і встановлення громадських зв'язків. Однак в століття «цифрового Ренесансу», коли зростає суспільна і культурна роль мультимедіа, молодь не тільки отримує знання і черпає необхідну інформацію з нового ресурсу, а й виявляються під безконтрольним впливом засобів масової комунікації.

Вбираючи нові і модні концепти, які не мають будь-якого естетичного, морального або навіть позитивного чинників, підлітки отримують невірні ціннісні орієнтації. Все це знаходить своє відображення в медіа-кон'юнктурі сучасного суспільства: численні комерційні FM-радіостанції, музичні телеканали і величезний ринок аудіопродукції та ін. В зв'язку з цим дуже важливо сформувати власну шкалу цінностей саме в підлітковому віці, у закладах вищої освіти, найбільш сензитивним для цього процесу, позаяк це період формування цінностей, життєвих пріоритетів, становлення світоглядної позиції студентів.

Таким чином, актуальність статті визначається нагальною потребою створення теоретично і методично обґрунтованого уявлення про ефективність використання медіаосвіти в ЗВО у формуванні ціннісних орієнтацій в умовах інтенсивного збільшення інформаційного потоку.

Мета і завдання статті наступні:

- 1) проаналізувати існуючі підходи до медіаосвіти і визначити основні тенденції медіаосвіти на сучасному етапі його розвитку;
- 2) обґрунтувати сукупність положень, що складають концептуальну основу формування медіаграмотності у студентів
- 3) показати можливості використання аксіологічного підходу в процесі медіаосвіти;

Дослідження будувалося з урахуванням духовних, моральних і етичних питань, а також на аналізі правового поля мультимедіа як креативного феномену і нової форми творчості (С.М. Авдеева, О. Громова, Т. Громова, І.М. Комарова, В.В. Макаєв, М.С. Наливайко, А.В. Пінчук, К. А. Попов, Б.Ю.Щербаков, Л.І. Ястребов, Е.В. Якушина, Е. Ястребцева і ін.).

Мета сучасного виховання у закладах вищої освіти – інтелектуально розвинена особистість, що проявляє економічну, правову, соціальну, комунікативну та інформаційну компетентність, яка сповідує здоровий спосіб

життя, здатна до усвідомленого самовизначення на основі гуманістичних установок. Більшість дослідників вважають за можливе здійснювати підготовку людини до життя в інформаційному суспільстві, розвивати його медіакультуру за допомогою медіаосвіти.

Під медіаосвітою розуміється процес розвитку і освіти особистості за допомогою медіа з метою вироблення культури спілкування з медіа, формування комунікативних, творчих здібностей, критичного мислення, умінь інтерпретувати, аналізувати і оцінювати медіатексти, навчання різноманітних форм самовираження з використанням медіатехнологій.

Медіаосвіта відповідає потребам сучасної педагогічної теорії і практики в розвитку особистості, оскільки розширює спектр форм і методів проведення занять. Комплексне вивчення практично всіх традиційних мистецтв – кінематографа, телебачення, відео, преси, Інтернету, віртуального світу комп'ютера покликане надати допомогу у виправленні суттєвих недоліків традиційної освіти і виховання ЗВО.

В термінологічному плані понятійне поле медіаграмотності знаходиться тільки на етапі свого становлення. Як зазначає А. В. Федоров, часто як синоніми використовуються такі найбільш поширені терміни, як «медіакультура», «медійна культура», «інформаційна культура», «аудіовізуальна культура», «медіаграмотність», «інформаційна грамотність», «аудіовізуальна грамотність», «медіаосвіта», «інформаційна освіченість», «аудіовізуальна освіченість», «комп'ютерна грамотність», «мультимедійна грамотність», «інформаційна компетентність», «інформаційна компетенція», «медіакомпетентність», «медійна компетентність», «аудіовізуальна компетентність», «аудіовізуальна компетенція», «медіакомпетенція», «медійна компетенція» та ін. [5].

У своїй роботі «Медіаграмотність в структурі освіченості сучасної людини» І. А. Стернин трактує медіаграмотність як «вміння користуватися текстами друкованих та електронних ЗМІ, включаючи інтернет» і виділяє такі основні складові медіаграмотності: вміння знаходити інформацію в сучасних ЗМІ та інтернеті; вміння адекватно розуміти і оцінювати інформацію, пропоновану текстами ЗМІ та інтернету (паперові ЗМІ, електронні ЗМІ – ТБ, радіо, інтернет); вміння створювати тексти ЗМІ; знання основних тенденцій розвитку сучасних ЗМІ [1, с. 82].

Більш широке визначення медіаграмотності дає Н. В. Чичеріна, розглядаючи її як «здатність адекватно взаємодіяти з потоками медіаінформації: здійснювати пошук, аналізувати, критично оцінювати і створювати медіатексти, поширювані за допомогою різних засобів масової інформації та комунікації, у всій різноманітності їх форм» [2, с. 58].

Широке поширення інформаційних технологій та їх глобальне проникнення, що дозволили їм стати невід'ємною частиною життя сучасної людини, створюють необхідність відповідального підходу до їх використання, а отже, і до цілеспрямованого навчання членів соціуму правильним підходам до сучасного медіа-простору, правилам існування в цьому просторі, принципам його формування, які вже стають базовими компетенціями для успішного функціонування і розвитку людини в суспільстві.

Освоєння медіакультури включає засвоєння способів взаємодії з інформаційним співтовариством, засобами масової комунікації, оволодіння умінням обробки інформації, вироблення критичного ставлення до негативних явищ навколишньої дійсності. Основоположними при виборі способу взаємодії є ціннісні орієнтації людини, які формуються в процесі засвоєння соціального досвіду і виявляються в цілях, переконаннях, ідеалах, інтересах та інших особистісних проявах. Медіакультура містить у собі компоненти, пов'язані з культурою пізнання, духовністю, культурою формування і трансляції системи цінностей, культурою саморозвитку особистості. Студент сьогодні одночасно виступає в ролі споживача інформаційного контенту, інформаційних технологій і автора, творця медійних продуктів. Залучення студентів до сучасного інформаційного простору відбувається часто стихійно і не супроводжується педагогічною підтримкою. Наприклад, актуальним є навчання студентів етичним нормам комунікації, безпечній поведінці в мережі, ефективному пошуку і відбору інформації і т. д. Необхідно організувати цілеспрямоване включення елементів медіаосвіти в навчальний процес університету. Розвиток медіаграмотності студентів і викладачів слід розглядати як важливу і самостійну освітню задачу в сучасному університеті.

Згідно гуманістичній парадигмі особистісно орієнтованої освіти виховання в процесі медіаосвіти має бути зосереджене на формуванні ціннісних орієнтацій студентів що дозволяє забезпечити гармонійний особистісний розвиток, уникнути маніпулювання свідомістю, виробити несприйнятливність до негативного впливу різних чинників, зберегти спадкоємність поколінь і етнокультуру.

Дуже важливий момент формування власної шкали цінностей в підлітковому віці. Саме в цей період відбувається найбільш інтенсивна трансформація компонентів ціннісних орієнтацій, а головне-виникають нові тенденції їх розвитку. Підліткам дуже важливо відчувати себе причетними до тенденцій і перевагам, поширеним в їх референтній групі спілкування. Реакція групування в даному випадку спрямована на психологічні і соціальні моделі поведінки, спілкування, а в цілому – побутування, обумовлені характером широко поширених в даний час молодіжних ідеологічних конфесій і напрямків. Медіакультура при цьому відіграє дуже велику роль, будучи, по суті, наріжним каменем будь-якого з напрямків молодіжної субкультури. Медіакультура виступає необхідним ефективним фактором освоєння людиною культурної реальності, оволодіння тим багатством, яке вироблено людством, і одночасно представляє саму цю реальність, цінність, яка з'явилася в результаті культурно-творчій діяльності, будучи атрибутом безпосереднього культурного буття.

Виявлено, що в основі процесу формування гуманістичних ціннісних орієнтацій у медіаосвіті повинні лежати наступні принципи: аксіологічного; гуманізму; демократизації відносин; індивідуального і особистісного підходу; творчості; діяльності; культуровідповідності; комплексності та цілісності.

Найбільш ефективною медіаосвітньою моделлю формування ціннісних орієнтацій студентів ЗВО є виховна система, спрямована на формування людини культури, здатного аналізувати, інтерпретувати і оцінювати зміст медіатекстів як

системи втілення загальнолюдських цінностей, які закладені в концептах. Дане наукове положення дозволяє обґрунтувати вибір медіатексту, як оптимальної дидактичної одиниці в ході формування ціннісних орієнтацій студентів, визначити основний принцип відбору текстів – концептний.

Важливе завдання медіапедагогіки – взяти для аналізу на занятті відповідний завданням виховання медіатекст. Медіатекст як базова категорія медіакультури виступає основою формування у студентів в процесі медіаосвіти системи цінностей, що включає наступні аспекти:

- ✓ уявлення про щастя, благо, добро;
- ✓ загальнолюдські поняття (здоров'я, життя, сім'я, освіта, справедливість, рівність, вірність, працьовитість);
- ✓ особистісні цінності (рідна мова та культура, любов до рідного краю, прихильність до свого колективу, віра в особистий успіх, підприємливість, свобода у виборі способу життя, місця проживання);
- ✓ колективістські уявлення про солідарність, взаємодопомогу, інтернаціоналізм і т.д.

У. Дж. Поттер, один з найбільш відомих і авторитетних дослідників, що займаються проблемами медіаграмотності, виділяє сім головних характеристик високого рівня розвитку медіакомпетентності:

- 1) аналіз – виявлення основних елементів медіатексту;
- 2) оцінка – оцінка цінності медіатексту або його фрагмента шляхом порівняння зі стандартом;
- 3) угруповання – визначення схожих елементів, їх групування та порівняння з іншими групами елементів;
- 4) індукція – виведення моделі з спостереження за окремими елементами з подальшим застосуванням моделі до інших елементів набору;
- 5) дедукція – використання загальних принципів для пояснення окремих явищ;
- 6) синтез – здатність повторно збирати елементи в нову структуру;
- 7) абстракція – створення чіткого і точного опису основного змісту повідомлення з використанням меншої кількості слів, ніж в самому повідомленні [6].

У процесі осмислення, аналізу та інтерпретації різних медіаповідомлень виникають певні труднощі для вихованців, оскільки будь-який текст містить в собі як об'єктивний факт, так і суб'єктивне його відтворення, в ході якого відображаються почуття автора, його ставлення до даного факту, оцінка і тлумачення. В остаточному образному узагальненні цього факту відкриваються світосприйняття художника, його ідеологічні, філософські, естетичні погляди. Оцінюючи їх, людина тим самим перевіряє, уточнює, формує власне ставлення до світу, а іноді в емоційно-образній формі мистецтва відкриває для себе навколишній світ заново. У зв'язку з цим одна з найважливіших завдань медіаосвіти - розвиток у студентів здатності повноцінного сприйняття і аналізу медіатекстів. Аналіз медіатексту трактується в українській медіаосвіті як метод дослідження тексту, що містить інформацію і викладеного в будь-якому вигляді і жанрі медіа (телепередачі, фільмі, матеріалі в пресі, Інтернет-сайті тощо)

шляхом розгляду окремих його сторін, складових частин, художнього своєрідності з метою розвитку у аудиторії самостійних суджень, критичного мислення, ціннісної свідомості і поведінки.

Загальна схема аналізу медіатексту, мета якого визначається як формування навички цілеспрямованого багатостороннього сприйняття інформації і різнобічної оцінки творів аудіовізуальних мистецтв, включає роботу з наступними компонентами: визначення виду ЗМІ, категорії повідомлення, пошук можливих помилок і неточностей медіаповідомлень, характеристику медіамови, особливостей звукового рішення, виразних засобів, визначення потенційного адресата медіатексту (тип аудиторії, соціальний статус), цілі медіаповідомлень, відповідність цілей і засобів даного медіатексту і т.д.

Кожне засіб масової комунікації має певні технічні можливості і різноманіття виразних засобів. Постійно зростаючий потік інформації вимагає від сучасного читача, слухача, глядача осмислення і критичного аналізу, виявлення художнього і соціокультурного значення медіатекстів, визначення їх можливостей для виховання підростаючих поколінь і т.д. Розробляючи модель формування ціннісних орієнтацій студентів, слід враховувати негативні аксіологічні функції ЗМІ, які виражаються у використанні маніпулятивної семантики і риторики, технології руйнування свідомості і конструювання специфічної реальності, впровадженні в свідомість індивіда і соціальних груп віртуальної реальності, для якої насправді не знаходиться відповідності. Все вищезгадане в певних соціальних умовах виконує деструктивні функції для свідомості підлітків. Педагогу необхідно враховувати, що сучасні мас-медіа саме засобами мови, використовуючи окремі слова, мовні звороти, конструкції пропозицій, впроваджують у свідомість індивіда переконання, що ведуть до розкладання суспільства.

Ефективності цього процесу сприяє полегшення мови в художні форми. Можна сказати, що відбувається своєрідне «отруєння» свідомості людини, яке посилює негативні аксіологічні функції засобів масової інформації. В сучасних медіаосвітніх концепціях аналізу медіатекстів відведена важлива роль. Українські медіаосвітні моделі спираються на кілька теоретичних платформ: культурологічна, теорія «критичного мислення», семіотична, естетична і соціокультурна. Дану інтеграцію обумовлюють цілі і завдання кожної конкретної моделі, вирішальний ряд завдань, пов'язаних з розвитком особистості (активізація мислення, сприйняття, аналізу, інтерпретації, естетичного смаку, аргументованої оцінки інформації, комунікативних умінь і т.д.).

Більшість медіа-освітніх моделей мають в своїй основі декілька теоретичних платформ. Узагальнивши їх, опираємось на такі концептуальні положення:

1) формування «критичного мислення» за допомогою всебічного аналізу медіапродукції має на меті захисту аудиторії від можливого маніпулятивного медійного впливу і вироблення у аудиторії вміння орієнтуватися в інформаційному потоці;

2) естетична теорія медіаосвіти також на перший план висуває аналіз медіатекстів, але перш за все – з точки зору їх художньої та естетичної складових.

Прихильники даної теорії одними з перших в російській освіті звернули увагу на важливість вміння «кваліфіковано» аналізу медіатекстів і проектування цих вмінь на твори мистецтва (наприклад, літературні);

3) відповідно до «ідеологічної» теорії на перше місце поставлені політичні, соціальні та економічні аспекти медіа. Критичний аналіз медіатексту в даному теоретичному підході заснований на відповідність (або невідповідність) інтересам правлячого політичного ладу. Дана позиція має місце в суспільстві незалежно від політичного ладу і ідеологічної платформи, тому що твору медіакультури, так чи інакше, містять ідеологічне підґрунтя;

4) найбільш близьку позицію по відношенню до аналізу медіатекстів займає культурологічна теорії медіаосвіти. Якщо звернути увагу на цілі даної концепції, то можна помітити, що акцент робиться на осмислення медіатексту, його всебічний аналіз, інтерпретацію і т.д [1, с. 111].

Вивчення і узагальнення праць вітчизняних медіапедагогів дозволило сформулювати в загальному вигляді єдину схему аналізу медіатекстів, що склалася в сучасній медіаосвіті. Традиційно заняття починається зі вступного слова педагога, так званої «установки на сприйняття», в якому викладаються мета і завдання заняття, інформація про авторів медіа-тексту, включаючи короткий огляд їх творчості, роз'яснення процесу виконання того чи іншого завдання. Головна мета установки на сприйняття - зацікавити аудиторію і сприяти її включеності в медіаосвітній процес. Комунікативний етап, як правило, включає в себе безпосереднє сприйняття медіатексту або його частин; вільну дискусію по темі медіаматеріалу; проблемні питання, пропонувані педагогом; моделювання педагогічних ситуацій і т.д. І, нарешті, власне аналіз медіатексту передбачає вирішення цілого комплексу завдань: вибір і детальний аналіз ключових епізодів (образів, ілюстрацій.); осягнення логіки авторського мислення (цілісне відтворення ходу основних конфліктів, ідей, характерів.); виявлення оцінного ставлення аудиторії до даного медіатексту і т.д. Вже згадана вище схема досить умовна, тому що медіаосвітній процес передбачає різноманіття форм проведення занять.

При деяких розбіжностях в підходах до аналізу медіатекстів різних видів і жанрів, в цілому думки багатьох провідних медіапедагогів зводяться до того, що аналіз медіатексту – це творчий процес, який:

- ✓ включає в себе елементи імпровізації, але в той же час вимагає від педагога ретельної підготовки;
- ✓ являє собою вільну дискусію, діалогічне спілкування педагога і студентів, співтворчість;
- ✓ тісно пов'язаний з розвитком сприйняття, творчої уяви, комунікативних умінь, самостійного мислення студентів;
- ✓ включає в себе розвиток вміння виділяти і деталізувати ключові епізоди і дійові особи медіатексту, логіку авторської позиції, оціночні позиції аудиторії;
- ✓ його методичні засади базуються на різноманітних циклах (блоках, модулях) творчих завдань, що включають ігрові вправи, імпровізації, написання міні-сценаріїв, рецензій, імітаційні тренінги.

А. В. Федоров у такий спосіб визначає високий рівень особистісної медіакомпетентності: «Уміння критично аналізувати процес функціонування медіа в соціумі з урахуванням різноманітних факторів на основі високорозвиненого критичного мислення. Аналіз медіатекстів на основі здатності до медіасприйняття, близькому до «комплексної ідентифікації», до аналізу і синтезу просторово-часової форми медіатексту, розуміння, інтерпретація (трактування), що припускає порівняння, абстрагування, індукцію, дедукцію, синтез, критичну оцінку авторської концепції в контексті структури твори, історичному та культурному контекстах (при цьому виражається аргументоване згоду або незгоду з авторською позицією творців медіатексту, критична оцінка моральної, емоційної, естетичної, соціальної значущості медіатексту, вміння співвіднести емоційне сприйняття з понятійним судженням, перенести це судження на інші жанри та види медіакультури, зв'язати медіатекст зі своїм досвідом і досвідом інших людей) [3, с.46].

В цілому виявляється критична автономія особистості, її критичний аналіз медіатексту заснований на високих рівнях «інформаційного», «мотиваційного» і «перцептивного» показників»[4].

У процесі формування ціннісних орієнтацій аналіз медіатекстів різних видів і жанрів здійснюється після оволодіння студентами креативними вміннями в області медіа. В іншому випадку, говорити про повноцінний і всесторонній аналіз було б передчасно, тому що для його здійснення аудиторія повинна бути підготовлена до інтерпретації, аргументованою оцінкою медіатексту, знайома з видами і жанрами медіа.

В ході роботи над формуванням ціннісних орієнтацій студентів в процесі медіаосвіти ми віддаємо перевагу груповим інтерактивним формам навчання (словесно-евристичні методи, вправи, колажі, «творчі лабораторії», дискусії, «мозковий штурм», кейс-технології, ігри (рольові, ділові), аналіз проблемних ситуацій, рефлексія). Суть їх полягає в тому, що виховний процес організовується на принципах взаємодії, в ході якого студенти вчаться мислити критично, знаходити рішення складних проблем на основі аналізу відповідної інформації, обмірковувати альтернативні думки, приймати виважені рішення, брати участь в дискусіях.

Активні (інтерактивні) методи навчання представляють собою, таким чином, види діяльності, що вимагають творчого підходу і забезпечують умови для розкриття індивідуальності кожного студента. Освітній процес ЗВО, організований із застосуванням даних методів, забезпечує краще засвоєння матеріалу, викликає інтерес до предмету, створює комфортні умови навчання для кожного. Інтерактивні методи дозволяють перейти від монологічного системи навчання до діалогу, коли студенти не тільки вільно обмінюються думками, оцінками фактів і явищ, а й вправляються «сперечатися» з викладачем, обстоюючи певну точку зору. Викладач не висловлює готових істин, його завдання - організувати пошук і обговорення. Інтерактивна методика передбачає, що студенти, навчаючи один одного, створюють атмосферу дружельності, терпимості, захищеності, підтримки, взаєморозуміння. Однак це вимагає і обов'язкового введення в кожне заняття спеціальних психологічних розминок,

що використовують форми театральної педагогіки. Становлення індивідуальності в цьому випадку відбувається під знаком взаєморозуміння і становлення позиції діалогу, виявлення діалогового характеру масової інформації та ролі індивідуума, суб'єкта в глобальному діалозі «людина і масова комунікація», що забезпечує ефективність механізмів виховання.

Серед різноманіття використовуваних педагогами методів виховання все більшого значення набувають виховуючі ситуації (успіху, вільного вибору, творчості, емоційного зараження). А також методи самовизначення особистості: самоаналіз, самоконтроль, самооцінка, постановка особистих перспектив, самовиховання, самовдосконалення. Ведучий метод педагогічного спілкування - метод емоційного співучасті, який заснований на взаємоповазі та підтримці гідності суб'єктів спілкування. Для цього організовується індивідуальна, парна і групова робота, дослідницькі проекти, рольові та ділові ігри, робота з документами та різними джерелами інформації, навчальні «мозкові штурми», різноманітні творчі роботи.

Висновки: Таким чином, медіаосвіта – багатовимірне поняття, яке включає в себе когнітивний, поведінковий, емоційний, фізіологічний, моральний, естетичний і інші аспекти. При правильних зусиллях з боку медіапедагогів можливе створення умов для розвитку медіаграмотності, яка не тільки допоможе подолати негативний ефект, який чинить медіа, а й дозволить посилити позитивний вплив медіа. У процесі навчання необхідно змінити кліпове, фрагментарне сприйняття реальності, характерне для сучасних студентів, перейти до цілісної системи знань, елементи якої взаємопов'язані і взаємозумовлені.

У цифрову епоху, коли кожна людина стає своїм власним коштом масової інформації, потрапляє під вплив свого власного оточення, сам впливає на це оточення і може впливати на глобальну медійну мережу, на перший план виходить саме парадигма медіаграмотності, а медіаосвіта має істотний потенціал для розвитку як самостійний і повноцінний напрямки педагогіки – медіапедагогіки.

Список використаних джерел:

1. Атаян, А.М. Дидактичні основи формування інформаційної культури особистості в умовах інформатизації суспільства Текст. / А.М. Атаян. Владикавказ: ВДУ, 2001. - 177 с.
2. Баранов, О.А. Медіаосвіта в школі і вузі Текст. / О.А. Баранов. Твер: Вид-во Твер. держ. ун-ту, 2002. - 87 с.
3. Федоров, А.В. Специфика медиаобразования студентов педагогических вузов Текст. / А.В. Федоров // Педагогика. 2004. - № 4. - С. 43-51.
4. Ястребов, Л.И., Якушина, Е.В. Значение мультимедиа-программ в образовании Электронный ресурс. / Л.И. Ястребов, Е.В. Якушина. Режим доступа: <http://vio.fio.ru/vio34/cdsite/Articles/art36.htm>.
5. Федоров А. В. Медиакомпетентность личности: от терминологии к показателям [Электронный ресурс] // Пси-фактор. – URL: <http://psyfactor.org/lib/fedorov14.htm>.

6. Potter W. James. Media Literacy. 7th Edition. – London : Sage Publication, 2014.

Annotation: The article discusses growing topicality of media literacy and media education in the times of changing information paradigms when traditional model of spreading information via mass media has been transformed under the influence of social media changing cognitive mechanisms of perceiving the surrounding reality, principles and mechanisms of forming modern person's view of the world.

Key words: media literacy; media education; media pedagogics; information paradigm; mass media; information; social media.