

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

**ФАКУЛЬТЕТ ПЕДАГОГІКИ, ПСИХОЛОГІЇ ТА СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ  
КАФЕДРА ПЕДАГОГІКИ ТА МЕТОДИКИ ПОЧАТКОВОЇ ОСВІТИ**

**ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ  
ЗАСТОСУВАННЯ МЕДІАОСВІТИ  
В ПРОЦЕСІ ПІДГОТОВКИ  
МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ  
КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
Рівень вищої освіти –другий (магістерський)**

*Виконала:*

*студентка 6 курсу, 613 групи*

**Лотанюк Богуслава-Тереза**

**Керівник:** кандидат педагогічних наук,  
доцент **Шевчук К.Д.**

*До захисту допущено  
на засіданні кафедри  
протокол № 6 від 22 листопада 2022 р*

*Зав. кафедрою \_\_\_\_\_ проф. Романюк С.З.*

## ЗМІСТ

<b>Вступ .....</b>		<b>3</b>
<b>Розділ 1. Теоретико-методологічні засади медіаосвіти майбутніх учителів початкової школи.....</b>		<b>7</b>
<b>1.1.</b>	Проблема медіаосвіти майбутніх учителів початкової школи у науковій літературі.....	7
<b>1.2.</b>	Зміст та структурні компоненти медіаосвіти майбутніх учителів початкової школи.....	26
<b>1.3.</b>	Соціокультурний потенціал сучасних ЗМК як підґрунтя для реалізації завдань медіаосвіти майбутніх учителів початкової школи.....	42
Висновки до розділу 1 .....		52
<b>Розділ 2. Характеристика педагогічних умов застосування медіаосвіти у процесі професійної підготовки майбутніх учителів початкової школи.....</b>		<b>55</b>
<b>2.1.</b>	Стан сформованості сформованості медіа-грамотності майбутніх учителів початкової школи..	55
<b>2.2.</b>	Впровадження педагогічних умов застосування медіаосвіти у процесі професійної підготовки майбутніх учителів початкової школи.....	68
Висновки до розділу 2 .....		92
<b>Висновки.....</b>		<b>94</b>
<b>Список використаних джерел.....</b>		<b>98</b>
<b>Додатки.....</b>		<b>107</b>

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Глобалізація сучасного інформаційного світу спричинила утвердження медіакультури практично в усіх галузях людського життя – виробництві, суспільній сфері, освіті, комунікації, мистецтві. Утворюються глобальні медіазв'язки між усіма соціальними структурами, країнами, різними спільнотами.

Саме через засоби масової комунікації (друковані засоби, відео-продукція, телебачення, Інтернет, радіомовлення) відбувається процес укорінення цінностей та моделей поведінки, що домінують у певний час розвитку суспільства. Зв'язки між молодим поколінням та глобальною медіасистемою дуже суперечливі. З одного боку, молодь має широкі можливості для поширення кругозору, знайомства з іншими культурами, включення в освітній процес на основі сучасних інформаційних технологій. З іншого – комерційні засади більшості медіаструктур (відеопрокат, супутникове та кабельне телебачення, радіо) створюють умови для проникнення антигуманних, антидуховних, аморальних відео-, теле-, радіопрограм до широкого кола молоді. Крім того, певні деструктивні наслідки некритичного ставлення до інформаційного потоку, зниження якості медійного продукту, можливості широкої маніпуляції свідомістю людей загострюють відносини суспільства із ЗМК, вимагають значної уваги до інформаційно-комунікаційного простору всіх соціальних та освітніх інститутів. Медіа фактично являє собою систему неформальної освіти та просвітництва різних груп населення, суттєво впливає на засвоєння соціальних норм, формування ціннісних орієнтацій особистості

Питання ролі мас-медіа у навчанні і вихованні дітей та молоді знаходять широку підтримку у світовій громадськості (Грюнвальдська декларація з медіаосвіти (1982), резолюція ЮНЕСКО (Париж, 1989) щодо розвитку критичної медіаосвіти, Віденська конференція «Освіта для медіа та

цифрового століття» (1999), Севільська конференція «Медіаосвіта молоді» (2002) тощо).

Особливого значення залучення особистості до медіакультури, організація медіаосвіти набувають у студентському віці в контексті підготовки молоді до взаємодії зі складним інформаційним світом, вільного входження юнацтва в полікультурний простір. Ці процеси важливі для професійної підготовки майбутніх учителів початкової школи, оскільки саме вчитель є представником сучасної культури в соціумі школярів. Від рівня інформаційно-комунікативних знань та вмінь учителя залежить рівень розвитку медіакультури учнівської молоді. Утвердження концепції освіти впродовж життя, філософії відкритої освіти, поширення дистанційного навчання та екстернату вимагають від студента, викладача особливих умінь роботи з інформацією, розуміння ролі та значення медійного світу в професійному та особистісному становленні людини.

**Стан дослідження.** Значна увага в сучасній психолого-педагогічній літературі приділяється питанням теорії і практики вищої педагогічної освіти (А. Алексюк, Є. Белозерцев, О. Глузман, С. Золотухіна, І. Зязюн, В. Лозова, С. Сисоєва та ін.), особистісно орієнтованій підготовці майбутніх учителів початкової школи до професійної діяльності (О. Асмолов, І. Бех, Є. Бондаревська, С. Кульневич, О. Пехота, С. Подмазін та ін.).

Питання масової комунікації є предметом наукового дослідження вчених різних галузей.

Теорія і практика медіаосвіти в сучасному педагогічному дискурсі стає предметом наукового дослідження багатьох учених, активізує увагу до широкого кола проблем: дослідження мас-медіа в цілому, моделей і методів медіаосвіти (Д. Бекінгем, Л. Зазнобіна, Д. Консідайн, Л. Мастерман, С. Пензін, Ю. Усов, О. Федоров, О. Шариков, Е. Харт, Р. Хоббс та ін.), психолого-педагогічні дослідження з питань медіаосвіти (Л. Баженова, О. Баранов, О. Бондаренко, К. Ворсноп, Н.Габор, Р. Куїн, О. Спичкін та ін.); роль засобів масової комунікації у вихованні учнівської молоді (С. Дорогий,

В. Лизанчук, Т. Свистельников, Г. Усова), вітчизняний та світовий досвід медіаосвіти (А. Дилижан, О. Нечай, О. Самарцев, Є. Черкашин).

Результати аналізу практики застосування медіаосвіти у вищих навчальних закладах України свідчать про наявність певних суперечностей між:

- стрімким поширенням масової культури та несформованістю в молодіжної аудиторії навичок критичного сприйняття медіа-текстів;
- визнанням ролі та значення медіакультури, медіаосвіти в цілісному процесі загальноосвітньої та професійної підготовки людини та недостатньою увагою до використання медіаосвіти в ЗЗСО і ЗВО України;
- усвідомленням викладачами ЗВО значного соціокультурного, дидактичного та виховного потенціалу сучасної медіакультури, ЗМК та нерозробленістю методичного забезпечення використання медіаосвіти в освітньому процесі ЗВО, відповідних технологій педагогічної підтримки цього процесу.

Актуальність проблеми, недостатня теоретична та практична її розробка й зумовили вибір теми дослідження **«Педагогічні умови застосування медіаосвіти у процесі підготовки майбутніх учителів початкової школи»**.

**Об'єкт дослідження** – медіаосвіта майбутніх учителів початкової школи.

**Предмет дослідження** – педагогічні умови застосування медіаосвіти в процесі підготовки майбутніх учителів початкової школи.

**Мета дослідження** – теоретично обґрунтувати педагогічні умови застосування медіаосвіти в процесі професійної підготовки майбутніх учителів початкової школи.

Відповідно до мети дослідження було визначено такі **завдання**:

1. На підставі аналізу наукової літератури визначити методологічні та теоретичні засади медіаосвіти майбутніх учителів початкової школи.

2. Обґрунтувати місце медіаосвіти в процесі професійної підготовки майбутніх учителів початкової школи.
3. Дослідити стан сформованості медіаграмотності майбутнього вчителя початкової школи як складової професійної педагогічної культури.
4. Визначити педагогічні умови застосування медіаосвіти для професійного становлення студентів – майбутніх учителів початкової школи.

У роботі використано комплекс **методів дослідження**: *теоретичні*: аналіз філософської, культурологічної, соціологічної, психолого-педагогічної, мистецтвознавчої літератури для здійснення історико-генетичного аналізу проблеми й визначення теоретико-методологічних засад дослідження; вивчення та теоретичне осмислення практики використання медіаосвіти як засобу професійної підготовки студентської молоді; *емпіричні*: анкетування, бесіда; методи математичної статистики для опрацювання результатів роботи.

**Теоретичне значення** дослідження полягає в тому, що обґрунтовано педагогічні умови застосування медіаосвіти в процесі професійної підготовки майбутніх учителів початкової школи.

**Практичне значення роботи** полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані в процесі фахової підготовки та перепідготовки вчителів у ЗВО різного рівня акредитації, у системі післядипломної педагогічної освіти, у діяльності державних та недержавних ЗМК (телебачення, періодична преса тощо), при розробці змісту й технології підготовки майбутніх учителів початкової школи з урахуванням соціокультурних потреб сучасного суспільства, значення медіапростору в розвитку особистості учнівської та студентської молоді.

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до них, загальних висновків, списку використаних джерел, 4 додатків.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ МЕДІАОСВІТИ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ

#### 1.1. Проблема медіаосвіти майбутніх учителів початкової школи у науковій літературі

Людина ХХ століття існує у медіатизованому просторі, який складає середовище її життєдіяльності, реальність сучасної культури. Засоби масової комунікації, нові технології – мультимедіа, аудіовізуальні засоби комунікації – включені в усі галузі життя. Медіа стали провідним засобом виробництва сучасної культури, а не лише механізмом передачі її продуктів. Медіатизація у сучасних умовах визначає численні параметри соціуму, індустріального світу, політики та освіти.

Культурологічні, соціологічні, психологічні, педагогічні, мистецтвознавчі проблеми інформаційно-комунікативного простору розглядаються у контексті загальних гуманітарних досліджень як складова частина сучасного соціуму.

Методологічні та технологічні аспекти вивчення питання зв'язку медіаосвіти та професійного розвитку майбутнього вчителя початкової школи ґрунтуються на дослідженнях відомих фахівців України у галузі медіаосвіти, аудіовізуальної підготовки учнівської молоді (О.Бондаренко, Л.Зазнобіна, О.Спічкін, Б.Потятиник, Ю.Усов та ін.), а також зарубіжних учених (К.Безелгет, К.Ворсноп, Е.Харт, Л.Мастерман, К.Тайнер, (Великобританія), П.Офдерхейд, Р.Кьюбі, Д.Консідайн (США) та ін.) [52, с. 62].

Відповідно вимог суспільства щодо подальшого розвитку освітньої галузі актуальним напрямком у педагогіці визнається медіаосвіта (англ. *media education*, від лат. *media* – засоби), що орієнтує учнівську молодь на

вивчення закономірностей масової комунікації (преси, телебачення, радіо, кіно, відео тощо).

Таке явище як медіаосвіта під дещо іншими назвами (медіакультура/ *media culture* – Британія, екранна освіта/*screen education* – Канада) з'явилося наприкінці 30-х рр. ХХ ст. Однак у його сучасному вигляді стало популярним у Канаді, Британії, Франції, США в 60-х рр. ХХ ст.

Аналіз наукової літератури дозволяє простежити **історико-педагогічний контекст** звернення до проблеми використання засобів масової інформації та комунікації у роботі з дітьми та молоддю. Узагальнюючий матеріал щодо історії медіаосвіти в країнах світу представлено у роботах О.Бондаренко, А.Журіна, А.Новікової, О.Спічкіна, О.Федорова, І.Челишевої та ін.

Необхідність звернення до історико-педагогічного контексту проблеми медіаосвіти учнівської та студентської молоді зумовлена вимогами системного підходу, який спрямовує аналітичну роботу на дослідження не лише предметного та функціонального аспектів тієї чи іншої проблеми, а й на визначення генезису розвитку педагогічного явища (процесу) в широкому історичному, соціокультурному контексті [90, с. 46]. Включення історико-педагогічного аспекту до завдань визначення теоретико-методологічних засад організації медіаосвіти майбутніх учителів початкової школи дозволяє простежити взаємозв'язок та взаємообумовленість загальних процесів соціального та культурного розвитку суспільства, становлення інституцій засобів масової комунікації та складних процесів розвитку освіти учнівської молоді.

Звернення до історико-генетичного аспекту проблеми медіаосвіти актуалізує позицію відомого культуролога ХХ ст. М.Маклюена, який визначав чотири епохи в історії медіакультури: 1) епоха дописьменного варварства, 2) тисячоліття фонетичного письма, 3) так звана «галактика Гутенберга» – п'ятсот років друкованої техніки, 4) «галактика Марконі» – сучасна електронна цивілізація [90, с. 58-59]. У наш час можна ще додати



наступний етап – «ера Інтернету». Саме ці визначені періоди розвитку ЗМК та медіакультури в цілому мають стати орієнтирами у процесі аналізу взаємозв'язку розвитку ЗМК та освітньої галузі суспільства.

Теорія комунікації складає своєрідну паралельну історію людства. Ця історія починається з часів Аристотеля, який у «Риториці» відзначив, що для будь-якого акта людського спілкування потрібні три елементи: людина, яка говорить, промова, яку ця людина промовляє, особа, яка цю промову слухає.

Ще Я.А.Коменський стверджував, що використання газет у навчанні може надати користі у вивченні рідної мови та допоможе забезпечити учнів необхідною інформацією для вивчення історії та географії.

Суспільна увага до преси як соціального явища демонструється в XVII-XVIII ст. у роботах європейських філософів, громадських діячів та письменників (Ж.-П.Марат, Сен-Симон, В.Вейтлінг та ін.).

Введення тих чи інших ЗМК до освітнього поля насамперед шкільних закладів зумовлено інтенсивним розвитком конкретних медійних інституцій, а саме друкованих ЗМК наприкінці XIX ст.

Значний внесок у теоретичне обґрунтування можливостей застосування різних ЗМК та практичне впровадження цих ідей зробив видатний французький педагог XX століття Селестен Френе – яскравий представник міжнародної течії «нового виховання», що здобула поширення у 20-х р. XX ст. [52, с. 81].

Серед педагогічних ідей С.Френе особливої уваги заслуговує концепція використання друкованого слова у навчально-виховному процесі школи. Селестен Френе спирається на друкарство як елемент педагогіки. Його педагогічні ідеї з 1925 року поширювались у Франції зусиллями тисяч учителів. Друкована сторінка розглядалася джерелом письмової практики (практики читання, нових знахідок).

Поява шкільної газети – це був крок до появи нових стосунків між школою та зовнішнім світом. С.Френе вважав, що газета підносить цінність

як всієї групи, так і особистих талантів, вона несе інформацію про життя класу, але також і про життя поза школою тощо. Так, заслуговує на особливу увагу наступна позиція С.Френе: «Через вільну письмову творчість і через газету ми підводимо наших дітей до критичного ставлення до друкованого слова, до прийняття цієї критики та її дослідження» [25, с. 102].

У школі С.Френе запропоновано розвиток такого дидактичного засобу як вільні тексти. Це невеликі твори, у яких діти розповідали про себе, своїх друзів, родину, описували враження, які вони отримали протягом дня. Ці вільні тексти склали основу навчальних посібників, які використовувалися в урочній та позаурочній діяльності.

Таким чином, на думку С.Френе, шкільна друкарня та вільні тексти є обов'язковим елементом нової школи, практичним втіленням ідеї щодо активізації навчально-виховного процесу, розвитку пізнавальних здібностей усіх учнів. Вільний текст – це насамперед важливий соціально-психологічний тест, за допомогою якого можна якнайкраще зрозуміти взаємини дитини із світом. Такі тексти повертають у школу мову як засіб живого спілкування, створюють реальне підґрунтя для розвитку творчих здібностей учнів.

Серед новацій, які поширював педагог, особливе місце мала шкільна стінна газета, провідною функцією якою було визнано стимулювання критичного ставлення усіх дітей до шкільного життя. У роботі «Нова французька школа» педагог відзначає, що «завдяки шкільній друкарні можна постійно тримати руку на пульсі справжніх домінуючих інтересів дітей» [42, с. 215]. Переваги «вільних текстів», створення яких підтримується діяльністю шкільної друкарні, газетою, листуванням між школами, полягають в тому, що вони стимулюють самостійну думку дітей, створюють підґрунтя для колективного обговорення [43, с. 103].

У школі С.Френе увага приділялася й спілкуванню дітей з кіномистецтвом, створенню власних фільмів, які «дивно та безпосередньо відображають наше життя і є тому, так само як й складені учнями тексти,

цінним навчально-виховним засобом» [6, с. 83]. Педагог наголошував, що «завдяки цим кінодокументам наші кіносеанси набувають специфічної моральної та духовної цінності, яка доповнює (що дотепер абсолютно не враховувалося педагогами) навчальну та розважальну функції кінематографа» [6, с. 91]. Такі ж серйозні сподівання С.Френе покладав на телебачення і радіо.

Усі педагогічні ідеї Селестена Френе знаходили широку підтримку в педагогічних колах в усій Європі. Вітчизняні педагоги 20-х рр., зокрема А.Зінкевич, високо оцінювали застосування друкарського станка в школі. Найкращі здобутки С.Френе складають основу теоретичних та практичних надбань сучасної медіапедагогіки.

Значне поширення ідеї звернення до ЗМК в освітній практиці у країнах світу, зокрема в європейських державах, здобули у ХХ столітті. Узагальнюючий матеріал щодо розвитку медіаосвіти у європейських країнах представлено у ґрунтовних дослідженнях А.Новікової, О.Федорова [89; 90]. Дослідники, аналізуючи різні напрямки медіаосвітньої діяльності, насамперед звертають увагу на формування теоретичних засад медіаосвіти, на розвиток процесу інституціоналізації залучення дітей та молоді до вивчення ЗМК.

Початок медіаосвіти як специфічної галузі культурно-освітнього простору відноситься до 30-х рр. ХХ ст. і пов'язується із діяльністю Британського інституту кіно (British Film Institute – BFI).

Теоретико-методологічні засади медіаосвіти формуються у 60-х рр. представлені концепцією «візуальної грамотності» (США), європейською «оцінною концепцією», що спрямована на формування критичного мислення.

Значну популярність у 60-70-ті рр. здобувають освітні проекти у Франції, які реалізовували ідеї навчання із використанням кіно як одного з аспектів культури та телебачення у навчально-виховному аспекті.

Відомі теоретичні та практичні нароби французької «групи нової освіти». Популяризацією ЗМК займалася група «Співробітники», журнал «Педагогічні зошити» (Франція), у 60-х рр. набуває поширення рух щодо створення шкільних телерадіокомпаній у Франції. Крім того, слід відзначити теоретичний рух «Знайомство з аудіовізуальними засобами спілкування» (Бордо). Програми з вивчення ЗМК були запроваджені у сільськогосподарських ліцеях Франції у 60-х рр. ХХ ст. Популярність здобув захід «Активний молодий телеглядач» (Франція, 1975).

З середини 80-х рр. ХХ ст. у Франції почав роботу Центр зв'язків освіти із засобами масової інформації (CLEMI). На цей центр покладено було місію «просувати, зокрема через освітні заходи, різнобічне використання засобів інформації у навчанні, для того, щоб сприяти кращому розумінню дітьми навколишнього світу і розвивати в них критичне мислення» [21, с. 34].

Відзначені факти щодо реалізації завдань медіаосвіти у Франції дозволяють зробити висновок про доволі вагомую позицію Франції, французьких дослідників у світовій медіапедагогіці.

Практичне втілення в освітній простір Західної Європи мали проекти «Вступ у теорію комунікації та засобів масової інформації» (1982), «Візуальне навчання» (Португалія).

Завдання соціокультурної освіти у галузі аудіо- та відеопродукції реалізовував у 90-тих рр. ХХ ст. проект Британського інституту кіно. Основними аспектами даного проекту були визнані наступні: «категорія» (навчання вмінням визначати види продукції (документальний, «мільна опера» тощо) та види засобів інформації (кіно, друковане слово та ін.), специфіку їх впливу на аудиторію), «мова» (візуальний та звуковий ряд), «агентство» (хто створює, стадії виробництва, терміни, вартість), «технології», «аудиторія», «сприйняття зображення». Ці аспекти в сучасних теоретичних концепціях медіаосвіти визнано провідними і саме навколо них

(а саме, категорія, мова, аудиторія, технології) і будуються практичні напрямки організації медіаосвіти з різними групами дітей та молоді.

Аналіз літератури показує, що більшість теоретичних та практичних наробок стосуються організації медіаосвіти шкільної молоді. Відповідно до завдань нашої роботи звернемо увагу на питання організації медіаосвіти учителів початкової школи. На сьогодні в різних країнах світу існує доволі розгалужена система медіаосвіти, зокрема учителів початкової школи:

➤ в Австралії розроблено спеціальні програми з медіаосвіти (Західна Австралія, Вікторія), існує група підтримки медіа у галузі освіти (Australian Teachers of Media), яка видає щоквартальний журнал з медіаосвіти, проводить загальнонаціональні конференції та ін.;

➤ у Німеччині у кожній федеральній землі є спеціальний центр, провідним завданням якого є надання допомоги учителям у медіаосвіті школярів. Загальну координацію здійснює Національний інститут наукового та навчального кіно (National Institut für Film und Bild im Wissenschaft und Unterricht – FWU);

➤ в Ірландії з кінця 60-х рр. XX ст. Католицький центр комунікацій в Дубліні (Catholic Communications Centre) проводить курси медіаосвіти учителів;

➤ у Франції Центр Зв'язку освіти та засобів масової інформації (Centre de l'Enseignement et des Moyens d'Information – CLEMI), заснований у 1982 р., організує національні та регіональні навчальні курси для викладачів, видає спеціальні посібники, організує документальні ресурси сучасної медіаосвіти.

Серед засобів реалізації завдань медіаосвіти превалює використання дистанційних технологій, а саме навчання пошуку в мережі Інтернет, комунікації у мережі Інтернет (чати, форуми, E-mail-проекти, міжнародні телекомунікаційні проекти, он-лайн та офф-лайн тьюторинги, телелекції, телесемінари, Web-навчання, віртуальне навчання та ін. [92, с.14]. Зрозуміло, що всі відзначені форми та методи організації медіаосвіти

становлять суттєвий інтерес і для вітчизняного медіаосвітнього простору, особливо в умовах бурхливого розвитку телекомунікаційних технологій, включення навчальних закладів ( і ЗЗСО, і ЗВО) до глобальної мережі Інтернету.

Виникнення кінематографа привело до появи на початку ХХ століття перших по суті медіаосвітніх форм та засобів. Так, поруч із художніми кінострічками з'являються науково-популярні фільми просвітницького характеру. Датою народження навчального кінематографу вважається 1986 р.

З 1908 р. виходили статті у різних журналах, що були присвячені взаємодії школи та новітніх ЗМК (насамперед кінематографу, газет та журналів).

Наукові дослідження виховного потенціалу різних ЗМК, зокрема телебачення, в нашій країні активізуються з 60-х рр. ХХ ст.

У 70-х рр. було виконано низку досліджень, що особливо цікаві в контексті проблематики медіапедагогіки: психологічні основи використання телебачення у навчанні вивчав А.Степанов (1973), В.Ксенофонов – телебачення як фактор виховання школярів (1976), С.Фейгінов досліджував педагогічні основи взаємодії телебачення та школи у вихованні підлітків (1977).

У 80-х рр. у педагогіці продовжує розвиватися спеціальна медіаосвіта у вигляді мережі кіноклубів, аматорських об'єднань, пов'язаних з кінематографом, відео та ін. Разом з тим у зв'язку з посиленням пропаганди радянського ладу та критики на бік ідеології західного способу життя окремі елементи медіаосвіти з'являються й у традиційних шкільних курсах, насамперед у дисциплінах гуманітарного циклу.

90-ті рр. ХХ століття – період бурхливого розвитку усіх форм та напрямків медіаосвіти. У цей час створюються наукові школи (зокрема, О.Федорова, О.Шарикова, Ю.Усова), проводяться семінари для педагогів (1995, 1996), оформлюються основні напрями медіаосвіти (соціокультурний,

Ю.Усов та ін.; інтегрована медіаосвіта, Л.Зазнобіна та ін.). У 1997 р. Л.Зазнобіною підготовлено стандарт інтегрованої медіаосвіти школярів, у якому медіаосвіта розглядалася як підготовка учнів до життя в інформаційному суспільстві, а цілі медіаосвітньої діяльності розглядалися як складова навчання конкретному предмету [29, с. 108].

Слід констатувати, що, на жаль, в Україні медіаосвіта як спеціальний напрямок наукових досліджень у галузі педагогіки та психології починає розвиватися тільки з кінця 90-х рр. ХХ ст. Найбільш значущими є роботи Б.Потятиника [74], Н.Габор [18], дослідження науковців Львову (Інститут екології масової інформації Львівського національного університету імені Івана Франка) [55]. Питання соціології масової комунікації, інформаційного суспільства досліджувалися О.Вагановою, С.Вовканич, Л.Городенко, О.Гриценко, О.Зернецька та ін. Особливо наголосимо, що зазначені роботи акцентують увагу на ролі мас-медіа у сучасних процесах демократичних трансформацій українського суспільства. Сьогодні в українській гуманітарній думці відбувається процес становлення наукового дискурсу щодо мас-медійних інституцій, взаємозв'язку соціокультурного розвитку суспільства та медіаосвіти дітей та молоді.

Таким чином, узагальнення досліджень з історії розвитку медіаосвіти як вагомого елементу соціокультурного простору людства дозволяє зробити висновок, що протягом усієї історії людства складні питання взаємодії суспільства та різних засобів масової комунікації завжди були в центрі уваги різних галузей науки. Особливої актуальності цей міждисциплінарний науковий напрямок отримав у ХХ столітті, що, зрозуміло, пов'язане із стрімким розвитком таких ЗМК, як кіно, телебачення, Інтернет. Спільні наукові розвідки дослідників у галузі філософії, культурології, соціології, педагогіки, психології дозволять створити теоретичне підґрунтя для розробки педагогічних технологій реалізації завдань медіаосвіти у навчальних закладах різного типу.

У сучасній культурологічній, психолого-педагогічній літературі не існує єдиного підходу до методологічних та практичних засад медіаосвіти, до визначення термінів «медіаосвіта», «медіакультура».

Медіакультура, за термінологією О.Федорова, розглядається як сукупність інформаційно-комунікативних засобів, що вироблені людством в ході культурно-історичного розвитку і сприяють формуванню загальної свідомості та соціалізації особистості [90, с.31]. Ідентичне визначення медіакультури подає Н.Кирилова в монографії «Медіакультура: від модерна до постмодерна». Саме такий підхід до категорії «медіакультура» у контексті нашого дослідження визнається як провідний.

Поняття «медіакультури» можна представити на різних рівнях узагальнення: як умова функціонування усієї системи медіа, що включає культуру передачі інформації та культури її сприйняття; як показник рівня розвитку особистості, яка здатна «читати», аналізувати, оцінювати медіа текст, займатися творчістю у галузі медіа та ін.

Аналіз наукової літератури свідчить про наявність доволі визначень поняття «медіаосвіти», що відрізняються як ступенем узагальнення, так й специфікою реалізації медіаосвітньої практики.

Одне з перших визначень медіаосвіти було запропоновано у 1973 р. Міжнародною радою з кіно та телебачення: «навчання теорії та практичним умінням для оволодіння засобами масової комунікації, які розглядаються як частина специфічної та автономної галузі знань у педагогічній теорії і практиці; її слід відрізнити від використання ЗМК як допоміжного засобу у викладанні інших галузей знань, таких як, наприклад, математик, фізика чи географія» [90, с 86].

У документах ЮНЕСКО медіаосвіта (*media education*) представлена таким чином: «Медіаосвіта пов'язана із усіма видами медіа (друкованими та графічними, звуковими, екранними та ін.) та різними технологіями; воно дає можливість людям зрозуміти, як масова комунікація використовується в їх соціумах, оволодіти здатністю використовувати медіа в комунікації з



іншими людьми; забезпечує людині знання того, як: 1) аналізувати, критично осмислювати та створювати медіатексти; 2) визначати джерела медіатекстів, їх політичні, соціальні, комерційні та/або культурні інтереси, їх контекст; 3) давати інтерпретацію медіатекстам та цінностям, що поширюють медіа; 4) відбирати відповідні медіа для створення та поширення своїх власних медіа текстів та набуття аудиторії, яка буде в них зацікавлена; 5) отримати можливість вільного доступу до медіа, як для сприйняття, так й для продукції. ... Медіаосвіта рекомендується до впровадження в національні навчальні плани усіх держав, у систему додаткової, неформальної освіти, освіти упродовж життя» [52, с. 90].

Британські дослідники К.Безелгет и Е.Харт вважають, що сутність медіаосвіти полягає у вивченні таких ключових понять:

- «джерело медіаінформації» («*media agencies*»),
- «категорії медіа» («*media categories*»),
- «технології медіа» («*media technologies*»),
- «медіамови» («*media languages*»),
- «аудиторія медіа» («*media audiences*»),
- «репрезентації медіа» («*media representations*»).

Розгляд дефініції «медіаосвіта» представлено у сучасній педагогічній енциклопедичній літературі. Так, психолого-педагогічний словник визначає медіаосвіту як «напрямок у педагогіці щодо вивчення школярами закономірностей масової комунікації. Основне завдання медіаосвіти – підготувати нове покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприйняття різної інформації, навчити людину розуміти її, усвідомлювати наслідки її впливу на психіку, оволодіти засобами спілкування на підставі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів і сучасних інформаційних технологій» [22, с. 241]. Це визначення фіксує увагу на психологічних чинниках взаємодії людини та ЗМК, функцію опосередкування ЗМК у просторі людських взаємин.

Американський педагог та дослідник Р.Кьюбі вважає, що мета медіаосвіти полягає в тому, щоб «дати учням розуміння того, як і чому медіа відображає суспільство та людей», «розвивати аналітичні здібності та критичне мислення стосовно медіа».

Поняття «медіаосвіта» представлено у наукових роботах багатьох українських дослідників.

Антонченко М.О. відзначає, що медіаосвіта – це «галузь педагогічної теорії й практики, що вивчає закономірності створення, сприйняття й споживання текстів ЗМІ, роль засобів масової комунікації у формуванні комунікативної, інформаційної, соціальної, естетичної культури людини, а також принципи взаємодії школи й засобів масової комунікації» [1, с. 83].

Узагальнення сучасних підходів до визначення поняття «медіаосвіта», до розуміння значення медіа в освітньому просторі дозволяє погодитися з думкою Л. Баженовою, яка наголошує, що у медіа «одні убачають джерело знань, інші – перешкоду в освіті та вихованні» [5, с. 51]. Тобто медіа розглядається і як *засіб всебічного розвитку особистості*, й як *руйнівний фактор*. Заслуговує на увагу думка Ю Казакова про медіаосвіту не лише як про компонент шкільного та вузівського навчання, а й як про довготривалу громадсько-просвітницьку діяльність, що поширюється на дітей та дорослих [38, с.126]. Прибічники такої позиції розуміють медіаосвіту як неперервний розвиток особистості у суспільстві. Можна погодитися з думкою, що виховання активних та інформованих громадян, формування нової культури спілкування із ЗМК значно сприяє вільному входженню людини у світовий освітньо-культурний простір.

На сучасному етапі питаннями медіаосвіти займаються не лише окремі дослідники, а наукові колективи. Так, дослідженнями у галузі медіаосвіти займаються Інститут екології масової інформації Львівського національного університету імені Івана Франка.

Широку апробацію та обговорення ідеї сучасної медіапедагогіки знаходять на сторінках періодичних видань різних країн:

- електронні журнали «Медіа-освіта» та «Нові шляхи комунікації» Інституту екології масової інформації Львівського національного університету,
- «Media i skolen» (Норвегія),
- «International Research Forum on Children and Media» (Австралія),
- «Media Education Journal» (Шотландія),
- «Media & Values» (США) та ін.),

Проблеми підготовки дітей та молоді до спілкування з медіасвітом обговорювалися на Міжнародних конференціях з проблем медіаосвіти (Львів, 2002; Салоніки, 2001, 1999; Торонто, 2000; Женева, 2000, 1996; Відень, ЮНЕСКО, 1999; Сан-Паулу, 1998; Монреаль, 1997; Париж, ЮНЕСКО, 1997 та ін.). Сформульовані на цих конференціях рекомендації можуть стати підґрунтям для визначення державної політики у галузі медіаосвіти в Україні [90].

Таким чином, аналіз наукової літератури дозволяє визначити медіаосвіту як процес розвитку особистості за допомогою та на матеріалі ЗМК.

У контексті реалізації завдань сучасної української освіти важливими слід вважати:

- розглядати медіа у системі соціокультурних зв'язків;
- реалізовувати діалогічну модель спілкування із світом на різних рівнях;
- виявляти свій творчий потенціал за допомогою медіа,
- розвиток уміння «декодувати» медіатексти,
- оцінювати якість медіатекстів,
- розвивати навички самоосвіти, самостійного пошуку нової інформації;
- формувати індивідуальний механізм коректування інформації, що отримується завдяки ЗМІ.

Аналітичні дослідження О.Федорова, проведені на основі численних робіт вітчизняних та зарубіжних вчених (О.Баранов, К.Безелгет, К.Ворсноп, Л.Зазнобіна, І.Лєвшина, Л.Мастерман, С.Пензін, О.Спічкін, К.Тайнер, Ю.Усов, О.Шаріков, Е.Харт та ін.), свідчать про складання системи основних термінів сучасної медіаосвіти:

- медіавплив – вплив медіатекстів на аудиторію: у галузі виховання та освіти, розвитку свідомості, формування поведінки, поглядів, реакцій, поширення інформації та ін;
- медіасприйняття – сприйняття «медіареальності», почуттів та думок авторів екранних творів (текстів);
- медіаграмотність – вміння аналізувати та синтезувати просторово-часову реальність, вміння «читати» медіатекст;
- медіамистецтва – мистецтва, що засновані на медіаформі (тобто формі засобів масової комунікації) відтворення дійсності (засобами друку, фотографії, радіо, грамзапису, кіномистецтва, художнього телебачення, відеоарту, комп'ютерної графіки та ін.);
- медіакультура – сукупність матеріальних та інтелектуальних цінностей у сфері медіа, а також історично визначена система їх відтворення та функціонування у соціумі; по відношенню до аудиторії «медіакультура» може виступати системою рівнів розвитку особистості людини, яка здатна сприймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, займатися медіа творчістю, засвоювати нові знання у галузі медіа [94, с. 71];
- медіатекст – повідомлення, що містить інформацію;
- методи медіаосвіти – способи роботи педагога та учня, за допомогою яких реалізуються цілі медіаосвіти. Типові методи медіаосвіти: словесні (розповідь, лекція, бесіда, обговорення, аналіз, дискусія та ін.), наочні (перегляд аудіовізуального матеріалу), репродуктивні, дослідницькі, евристичні, проблемні, ігрові (моделювання художньо-творчої діяльності творців

медіатексту, імпровізація та ін.). Методи медіаосвіти ґрунтуються на певних дидактичних принципах: соціокультурний розвиток особистості у процесі навчання, науковість, систематичність та доступність навчання, зв'язок теорії з практикою, наочність, активність аудиторії, стимулювання саморозвитку особистості, позитивний емоційний фон, урахування індивідуальних особливостей учнів.

Саме ці провідні терміни і створюють проблемне поле численних концепцій з медіаосвіти, що з'явилися та плідно розвиваються протягом ХХ – на початку ХХІ ст.

Таким чином, наукові дослідження з проблем медіаосвіти можна умовно поділити на наступні групи:

- дослідження констатувального характеру, у яких містяться відомості про особливості сприйняття медіатекстів у різних країнах та різними віковими категоріями, про критерії та рівні розвитку аудиторії (І.Левшина, Ю.Усов, О.Федоров, С.Шейн, Е.Харт та ін.),
- дослідження загальнотеоретичного характеру, присвячені аналізу концепцій, моделей, методів медіаосвіти та мас-медіа в цілому (К.Безелгет, Д.Бекінгем, Л.Зазнобіна, Р.Кьюбі, Р.Куїн, Л.Мастерман, С.Пензін, О.Спічкін та ін.),
- роботи, пов'язані із питаннями конкретної методики медіаосвіти (Л.Баженова, О.Баранов, О.Бондаренко, К.Безелгет, Д.Бекінгем, К.Ворс ноп, Л.Зазнобіна, С.Пензін, Г.Полічко, О.Спічкін та ін.).

Основними цільовими установками сучасних концепцій медіаосвіти вважаються: «медіаграмотність» (навчання невербальним засобам комунікації, мові медіакультури), «інформаційний захист» (формування критичного мислення аудиторії на матеріалі медіатекстів, вивчення мови медіа), «соціально-педагогічна» (вивчення соціальних, політичних аспектів впливу медіа, вивчення мови медіа) [58, с. 34].

Теорія медіаосвіти представлена **різними концепціями**, які побудовані на певних філософських, естетичних, психолого-педагогічних засадах. Аналіз наукової літератури за проблемою дослідження дозволяє представити наступні концепції медіаосвіти, аналіз яких дозволить визначити найважливіші позиції щодо розробки проблем медіаосвіти майбутніх учителів у сучасних умовах розвитку культурно-освітнього простору України [29]. Такими провідними концепціями медіаосвіти виступають наступні:

- 1) ін'єкційна («захисна», «протекціоністська», «прищеплення»);
- 2) медіаосвіта як джерело «задоволення потреб» аудиторії;
- 3) медіаосвіта як формування «критичного мислення»;
- 4) «ідеологічна» теорія (аналіз політичних, соціальних, економічних аспектів медіа);
- 5) семіотична;
- 6) культурологічна;
- 7) естетична (художня) теорія медіаосвіти.

Узагальнення досліджень вітчизняних та зарубіжних науковців дозволяє зробити висновок, що в концепціях медіаосвіти переважають виховні, навчальні та креативні підходи до використання можливостей медіа. Освітня складова полягає в отриманні знань про історію, структуру, мову та теорію медіа. Розвивальна складова полягає у розвитку навичок сприйняття медіатекстів, активізації уяви, зорової пам'яті, розвитку різних видів мислення (критичного, логічного, творчого, образного). Практична складова передбачає формування різноманітних креативних практичних умінь на матеріалі медіа.

В англійських країнах термін «медіаосвіта» досить часто замінюється аналогом «медіаграмотність» («*media literacy*»). Однак, у французьких країнах поширено саме термін «медіаосвіта» («*l'éducation aux médias*»). Так саме у іспаномовних – «*education para los medios*» (медіаосвіта) або німецькомовних («*Medienpädagogik*» – медіапедагогіка).

Отже, одним з найбільш поширених термінів у понятійному колі медіаосвіти є медіаграмотність. Своє походження цей термін веде від терміну «візуальна грамотність», який був надзвичайно поширений у 60-70-х рр. ХХ ст.

Медіаграмотність не може розглядатися як «усталена категорія, тому що процес формування медіаграмотності триває упродовж усього життя людини. Особливе значення мають медіатексти, що виступають елементами щоденного життя, дозволяють пізнавати світ у численних соціальних варіаціях» [57]. Такі медіатексти сприяють формуванню активних читачів та глядачів, спроможних змінювати ситуацію в інформаційному просторі.

Визначення теоретико-методологічних засад використання медіаосвіти у професійній підготовці майбутнього вчителя початкової школи спирається на різні підходи, що існують в теорії та практиці медіаосвіти:

- *інтегрований підхід* – здійснення медіаосвіти через навчальні предмети (у ЗЗСО) або професійної (у ЗВО) підготовки. Прибічниками цього підходу виступають Л.Зазнобіна, О.Спічкін, Е.Харт, К.Безелгет та ін.),
- *факультативний підхід* – створення мережі факультативів, гуртів, клубів медіаосвітнього циклу (О.Баранов, І.Левшина, В.Монастирський, Г.Поличко, Ю.Усов, О.Федоров, Л.Баженова);
- *спеціальний підхід* – введення нового предмету, спецкурсу, пов'язаного із медіакультурою (С.Пензін, Г.Поличко, Ю.Усов, О.Федоров та ін.).

Кожен із цих підходів має свої переваги та недоліки і тому не може абсолютизуватися в практиці медіаосвітньої діяльності у ЗВО. Специфіка організації освітнього процесу у закладах вищої освіти, завдання, що висуваються перед професійною підготовкою майбутнього вчителя початкової школи зумовлюють використання усіх підходів залежно від етапу професійної підготовки, особливостей конкретного ЗВО.

Проведення аналізу медіатизації сучасного світу за такими напрямками може ефективно впливати на формування критичного мислення, вимогливості щодо ЗМК. Це певною мірою може сприяти нейтралізації маніпуляційних зусиль мас-медіа.

Проблема стосунків дітей та молоді з різними засобами інформації та технологіями, які дедалі стають складовими нашого повсякденного життя (відеоігри, компакт-диски, Інтернет).

Поява телебачення, мобільних способів трансляції інформації привернула увагу багатьох дослідників до проблем взаємозв'язку ЗМК та освіти. Так, К.Поппер у відомій брошурі «Телебачення: загроза демократії» відкрито наголошує на всемогутності телебачення. Відповідно це зумовлює занепокоєність багатьох людей щодо такої «панівної влади» телебачення.

Ж.Гоне називає шкільний підручник служителем і посередником в навчанні, першим засобом масової інформації в школі, «уособленням легітимності знань». Педагог подає надзвичайно цікаве співставлення шкільного підручника та ЗМІ, наголошуючи, що шкільні підручники «прищеплюють стереотипи, причому роблять це ще підступніше, ніж засоби масової інформації» [21, с. 30]. І далі важливий в контексті нашого дослідження висновок: «висвітлення сучасності засобами масової інформації, саме через те, що нам відома їхня обмеженість і брак об'єктивності, породжує в уважного читача критичну обачливість?» [21, с. 30].

Оптимальні шляхи розвитку медіаосвіти сьогодні мають бути пов'язані не лише з теоретичним навчанням учнів/студентів (або дорослої аудиторії) «читати» медіатексти, а й наданням можливості створювати власні медіатексти.

Питання взаємодії мас-медіа і освіти останніми десятиріччями є предметом серйозних дискусій. Однак, доволі часто ці дебати мають ірраціональний характер. Серед причин такої спрямованості можна назвати, по-перше, відчуття, найчастіше підсвідоме, того, що взаємодії ЗМК та освіти



як провідників майбутнього має максимальний вплив саме на це майбутнє. По-друге, загально визнаною є ідея безпосереднього впливу ЗМК на формування політичних орієнтацій суспільства, зокрема майбутніх виборців.

Таким чином, аналіз сучасної філософської, культурологічної та психолого-педагогічної літератури з проблем медіаосвіти дозволяє зробити висновок про те, що медіаосвіта – це насамперед навчання, що прагне розвивати медіакомпетентність, яка розуміється як критичне та вдумливе ставлення до медіа з метою виховання відповідальних громадян, здатних виказувати власні судження на основі отриманої інформації. Це дає можливість використовувати необхідну інформацію, аналізувати її, ідентифікувати економічні, політичні, соціальні та культурні інтереси, які з нею пов'язані. Медіосвіта формує навички інтерпретації, створення власних медіатекстів, що сприяє самовираженню, особистісному розвитку, соціальній активності людини. Особливо важливим є те, що медіаосвіта розглядається як складова навчання упродовж усього життя людини.

Актуальність звернення до медіаосвіти у сучасному соціокультурному просторі зумовлена багатьма чинниками, серед яких провідними можна визначити наступні [4, с. 65-67]:

- насиченість сучасного суспільства засобами масової інформації, високий рівень споживання медіапродукції;
- ідеологічне значення медіа, їх вплив на свідомість суспільства;
- швидке зростання кількості медіаінформації, ускладнення механізмів управління медіапростором,
- зростання значення візуальної комунікації та інформації в усіх галузях життя людини;
- поширення національних та міжнародних процесів приватизації інформації (Л.Мастерман);

- прогностична функція медіосвіти, що полягає у всебічній підготовці школярів та студентів з урахуванням вимог майбутнього.

Таким чином, узагальнення наукових підходів у галузі філоофії, психології та педагогіки до проблем медіаосвіти учнівської та студентської молоді дозволяє зробити наступні висновки. Певні методологічні труднощі у визначенні змісту, форм і методів медіаосвіти пов'язані із загальними проблемами, наявні сьогодні у науковій гуманітарній сфері. Так, сьогодні відсутня загально визнана теорія масової комунікації (є численні теорії різного рівня, що виникли в надрах тієї чи іншої філософської концепції). Різні типи медійного простору сьогодні доволі далеко відстоять один від одного, що пов'язана і з певною локальністю їх споживачів, орієнтацією на конкретний сегмент ринку, прагнення максимально експлуатувати власні особливості. Якщо до питань медіаосвіти звертаються теоретики кіноосвіти та кіномистецтва, то домінують культурологічні та семіотичні аспекти аналізу, а практика спрямована переважно на формування навиків сприйняття та критичного судження. При цьому творчі аспекти розглядаються побічно.

## **1.2. Зміст та структурні компоненти медіаосвіти майбутніх учителів початкової школи**

Теоретико-методологічний аналіз взаємозв'язку медіаосвіти та професійної підготовки майбутнього вчителя початкової школи повинен ґрунтуватися на урахуванні протиріч сучасного культурно-освітнього простору України, зокрема між:

- стрімким зростанням інтенсивності інформаційного потоку (насамперед аудіовізуального: Інтернет, телебачення, відео, кіно) та недостатнім технічним забезпеченням багатьох закладів освіти для його повноцінного освоєння;
- значною роллю медіакультури у формування свідомості та світогляду дітей та юнацтва та її невизначеним місцем у навчальних планах середньої та вищої школи, в структурі традиційної освіти.

Таким чином, сьогодні склалися усі передумови для успішного впровадження медіаосвіти в усі освітні інституції, у систему як середньої, так й вищої школи.

Звернення до функціонального розмаїття сучасних ЗМК, особливо до інформаційної та просвітницької функцій, дозволяє зробити висновок стосовно того, що медіа фактично являють собою систему неформальної освіти та просвітництва різних категорій населення. При цьому не можна не враховувати, що сучасні ЗМК пропонують різноманітні, іноді суперечливі та несистематизовані відомості про різні галузі життя. Слід особливо звертати увагу на те, що медіа суттєво впливають на засвоєння представниками різного віку найширшого спектру соціальних норм та формування ціннісних орієнтацій особистості.

Сучасна освіта не може функціонувати та розвиватися поза використанням інформаційних технологій та засобів масової інформації. Діяльність більш як 70 % дорослого населення світу так чи інакше пов'язана із створенням, переробкою та переданням медіатекстів. Більш як 90 % людей є активними користувачами масової інформації. Однак сьогодні значна частина молоді фактично не готова до повноцінного життя в інформаційному суспільстві, їй не вистачає відповідних знань та вмінь у галузі медіа, потребує додаткової уваги формування медіа грамотності дітей та юнацтва. Дослідники у галузі соціології ЗМІ доводять, що на початку ХХІ століття відбулася остаточна переорієнтація юнацької аудиторії на

аудіовізуальну інформацію. Саме тому система освіти як пріоритетну мету розглядає використання ЗМК та медіапедагогіки для формування умінь орієнтуватися в інформаційному просторі, для протистояння маніпуляції суспільною свідомістю, для адаптації людей до нових соціальних умов життя, що постійно змінюються, для позитивного саморозвитку особистості.

Необхідність урахування складного медіапростору сучасності наголошується практично в усіх державних документах, пов'язаних із функціонуванням культурно-освітнього простору України [7, с. 32].

Велика кількість вчених та практиків виказують стурбованість щодо рівня підготовки підростаючого покоління до життя в динамічному суспільстві, що постійно змінюється. Так, Л.Зазнобіна підкреслює, що «проблема підготовки підростаючого покоління до життя в епоху інформаційного «вибуху», інформаційних технологій, зростання ролі інформації як економічної категорії не актуалізується в контексті шкільної освіти, випускник школи виявляється не готовий до інтеграції у світовий інформаційний простір» [9, с.88]. Багато в чому це наслідок доволі низької медіаграмотності вчительського корпусу.

Ми цілком погоджуємося із думкою В.Мірошніченка, який стверджує, що «вітчизняна теорія і практика виховання виявилася непідготовленою до шквалу інформації, яка увійшла у кожную оселю через мас-медіа. Заперечення, демонстративне непомічання вчителем сучасних відео-, аудіопрограм, періодичних матеріалів призводить до загострення проблеми негармонійного співвідношення вихованцем шкільного та позашкільного досвіду. Нерідко останній витісняє, перекреслює цілеспрямований педагогічний вплив. Тому назріла гостра необхідність у розробці педагогічних технологій, спрямованих на виховання підготовленого сприймача інформації, естетично грамотну особистість, яка могла б протистояти руйнівним, деформуючим процесам» [63, с. 1].

Практично усі провідні західні медіапедагоги переконані в тому, що необхідні медіаосвітні семінари, курси для майбутніх педагогів початкової школи, перепідготовка для учителів-практиків.

Питання щодо необхідності підготовки вчителя до спілкування з мас-медіа цікавило науковців протягом тривалого часу. Ж.Гоне підкреслював, що такий вчитель «може запропонувати своє уміння слухати, сприяти висловленню суперечливих думок, які виникатимуть в учнів, свою здатність до певної упокореності дослідника, і продемонструвати в такий спосіб приклад неупередженого ставлення» [21, с. 88]. ЗМК надають справжньої відкритості усій системі освіти, забезпечують реальну взаємодію усіх соціокультурних інститутів, що беруть участь у формуванні особистості людини. Саме на такій позиції наголошував Ж.Гоне: «Звернення до подій сучасності через мас-медіа надає надзвичайний шанс для розвитку педагогіки обміну, бо функція учителя завжди полягає в тому, щоб невтомно готувати знання для сприйняття перспективи» [21, с. 88].

Клаус Боекман, викладач дидактики мас-медіа з Австрії відзначає деякі причини, за якими медіа-освіта майбутніх учителів початкової школи може гальмуватися: «Вчителі приходять на стажування із сформованими уявленнями, які заважають сприйняття предмета. Вони отримали освіту, де акцент ставився на раціональних аналітичних і літературних цінностях. Ось чому вчителі сприймають використання ЗМІ як щось культурне неповноцінне, пов'язане із розвагами і несерйозне. Вони часто й власне перебування перед телевізором розглядають як марнування часу, не гідне їхнього інтелектуального статусу» [21, с. 92]. Практично в усіх роботах останніх часів ми знаходимо підтвердження такого упередженого ставлення учителів-практиків щодо реального використання ЗМК у навчально-виховному процесі.

Реалізації ідей медіаосвіти у шкільну та вузівську практику багато в чому залежить й від існуючих національних традицій формування громадської думки, зв'язку між різними соціальними інститутами. Так,

наприклад, в Японії практика зв'язку мас-медіа і освіти зіштовхується з труднощами, що є похідними від саме японських традицій, оскільки в Японії дуже поширене побоювання висловлювати своє критичне ставлення.

Існують різні підходи до концепцій взаємодії ЗМР та школи. Бруно Інґман, дослідник з університету м. Роскілле (Данія) пропонує три категорії підходів:

- 1) перша категорія робить акцент на аналізі продукції ЗМІ та економічному й ідеологічному аспектах, що дозволяє зрозуміти механізми діяльності медіа-систем та роль мас-медіа в суспільстві,
- 2) друга категорія зосереджує увагу на експериментальній роботі та задоволення від творчого процесу, який надає учню можливість самовиразитися і відкрити потенційний простір для творчості. Підкреслюється мотиваційний, а іноді й цілющий аспект творчості,
- 3) третя категорія концентрується на процесі спілкування і на значенні особи-«приймача», щоб підкреслити двосторонній аспект взаємодії між учасниками. Тут йдеться про те, щоб вийти за рамки шкільних вправ, сприйняття яких, зазвичай, чисто формальне, щоб відкрити «справжнє» спілкування.

У книзі «Медіаосвіта майбутніх педагогів» О.Федоров наводить численні позиції відомих зарубіжних дослідників стосовно ролі медіаосвіти в сучасному освітньому просторі. Так, відзначається думка щодо особливого значення медіаграмотності, яка стає підґрунтям для більш високого рівня розуміння, управління та оцінки медійного світу. О.Федоров наголошує, що практично усі провідні західні медіапедагоги впевнені в тому, що для майбутніх учителів початкової школи медіаосвітні семінари/курси повинні стати складовою професійно-педагогічної підготовки [90, с. 134].

Практика організації роботи із майбутніми вчителями та учнівською молоддю в цілому переконує, що чим більш освічена людина в інформаційному суспільстві, тим більш цілеспрямовано та повно вона забезпечує себе інформацією, адекватно формує образ реального світу,

ідеальні уявлення про майбутню професійну діяльність. Це дозволяє студенту, майбутньому фахівцю більш повно розкрити свій творчий і духовний потенціал, реалізувати природні здібності та задатки.

**Основні завдання медіаосвіти як компоненту загальної та професійної освіти** полягають у наступному:

- підготувати молоде покоління до життя у сучасних інформаційних умовах, до сприйняття різної інформації;
- формувати навички самостійного критичного оцінювання інформаційного потоку;
- навчити людину розуміти медіатексти, усвідомлювати наслідки їх впливу на психіку, протистояти маніпулятивному впливу засобів масової комунікації;
- оволодівати різноманітними засобами спілкування на підставі медіакультури;
- створювати власні медіатексти мовою різних ЗМІ (преса, телебачення, радіо тощо);
- формувати вміння використовувати естетичний потенціал телебачення та інших засобів масової інформації з метою естетизації навчально-виховного середовища;
- вдосконалювати навички естетичного сприйняття світу [95, с. 157].

Аналіз психолого-педагогічної літератури з проблем медіаосвіти, формування медіакультури учнівської молоді дозволяє виділити наступні функції медіаосвіти як складової професійної підготовки майбутнього вчителя початкової школи:

- адаптаційна;
- просвітницька;
- інформаційна;
- соціалізуюча;
- функція неінституціональної освіти;
- ціннісно-орієнтаційна,

➤ культурно-дозвіллева.

У навчально-виховному процесі вищих педагогічних навчальних закладів можуть бути реалізовані **різні моделі медіаосвіти**:

- *освітньо-інформаційні* (вивчення теорії та історії, мови медіакультури, яке спирається на культурологічну, естетичну, семіотичну, соціокультурну теорії медіаосвіти);
- *етико-виховні моделі* (аналіз моральних, релігійних, філософських проблем на матеріалі медіа, який спирається на етичну, релігійну, ідеологічну, екологічну, протекціоністську та ін. теорії медіаосвіти);
- *практико-утилітарні моделі* (практичне вивчення та застосування медіатехніки, що спирається на теорію «споживання та задоволення» та практичну теорію медіаосвіти);
- *естетичні моделі* (орієнтовані насамперед на розвиток художнього смаку та аналіз кращих творів медіакультури, спираються на естетичну/художню та культурологічну теорії медіаосвіти);
- *соціокультурні моделі* (соціокультурний розвиток творчої особистості щодо сприйняття, уяви, зорової пам'яті, інтерпретації, аналізу, самостійного критичного мислення по відношенню до медіатекстів будь-яких видів та жанрів) [60, с. 234].

На практиці ці моделі здебільшого не існують у «чистому виді», а найчастіше пов'язані між собою, взаємодоповнюють функціональні позиції одна одної. Особливої ефективності, на думку дослідників, набувають синтетичні моделі трьох типів:

- 1) синтез естетичної та соціокультурної моделей,
- 2) синтез естетичної, освітньо-інформаційної та етико-виховної моделей,
- 3) синтез соціокультурної, освітньо-інформаційної та практико-утилітарної моделей [49, с. 17].



Найбільшого поширення та підтримки серед медіапедагогів різних країн світу здобула модель останнього типу. Однак, за умови урахування цілей і завдань конкретного закладу освіти, особливостей культурно-інформаційного простору держави та конкретного регіону, варіативності існуючих підходів до медіаосвіти обирається та модель, що здатна максимально задовольнити потреби учнівської молоді у формування медіакультури, у створенні умов для професійного становлення за допомогою ЗМК.

Важлива особливість зазначених моделей полягає в тому, що вони мають широкий діапазон впровадження: школи, ЗВО, система позашкільних закладів освіти, культурно-дозвіллеві установи тощо.

Ураховуючи особливості кожної із зазначених моделей та специфіку освітнього процесу у закладах вищої освіти ми особливу увагу звертаємо саме на **соціокультурну модель, однак за умови використання елементів освітньо-інформаційної та естетичної моделей.**

Сучасні стандарти вищої професійної педагогічної освіти відзначають, що майбутні учителі початкової школи повинні володіти методами пошуку, обробки та використання інформації, вміти її інтерпретувати, адаптувати відповідно до запитів адресатів. Зазначені взаємозв'язки медіаосвіти та професійної підготовки майбутнього вчителя початкової школи слід розглядати як важливі складові його професійної компетентності.

У сучасному науковому дискурсі, що предметно розглядає питання організації процесу професійної підготовки майбутнього вчителя початкової школи (Н.Волкова, О.Глузман, С.Золотухіна, І.Зязюн, О.Пехота та ін.) ґрунтовно представлені позиції щодо професіографічних вимог до особистості вчителя. Практично всі дослідження фіксують увагу на інформаційній культурі вчителя як елементі його професійної майстерності. Однак, серед переліку компонентів педагогічної культури сучасного вчителя початкової школи, яка й створює підґрунтя для його успішної творчої педагогічної роботи, на жаль, відсутній компонент медіаграмотності

вчителя. Саме тому, відповідно до завдань нашого дослідження пропонується усі медіаосвітні знання, уміння, навички вчителя розглядати в площині його майбутньої професійної роботи, соціального самоствердження. Саме так, медіаграмотність може бути включена як компонент педагогічної культури вчителя початкової школи.

Такі науковці, як О.Федоров, О.Столбнікова, О.Шариков, Л.Казанцеві наголошують, що система педагогічної підготовки майбутнього вчителя початкової школи включає різні компоненти – методологічний, теоретичний, методичний і практичний. Останній компонент пов'язується із технологічною підготовкою педагога, тобто з оволодінням ним спеціальними знаннями, уміннями та навичками, які дозволяють оптимізувати пошук конкретних шляхів вирішення численних навчально-виховних завдань, що виникають у практиці роботи вчителя [89, с.9].

О. Малихін, наголошує, що відповідно з точки методологічного компоненту професійної підготовки медіаосвіта майбутнього вчителя початкової школи передбачає оволодіння знаннями в галузі естетики, філософії, педагогіки й психології стосовно взаємодії особистості та інформаційно-комунікаційного простору, впливу ЗМІ на людину, історичного генезису розвитку медійних процесів в історії людства [51, с. 6].

Теоретична підготовка спрямовується на формування системи знань стосовно функцій ЗМІ, їхньої структури та принципів діяльності, прийомів аналізу медіатексту тощо.

Методична підготовка в контексті медіаосвіти майбутнього педагога включає інформацію про зміст, форми і методи медіаосвіти як компоненту загальної освіти учнівської молоді, інтеграцію медіаосвіти у зміст загальноосвітньої підготовки.

Технологічний компонент зумовлює практичну підготовку майбутніх учителів початкової школи до впровадження медіаосвітніх технологій у навчально-виховний процес закладів освіти.

Суттєва увага у науково-методичному забезпеченні загальноосвітньої та професійної підготовки саме питанням медіаосвіти пов'язана з тим, що засоби масової комунікації на сучасному етапі перетворюються не лише на спосіб інформаційного забезпечення життєдіяльності людини, а й виступають засобом комплексного освоєння особистістю навколишнього світу, його соціальних, моральних, психологічних, художніх аспектів.

Слід визнати справедливим твердження науковців та учителів-практиків, що у більшості закладів освіти, особливо у середній школі, потенціал сучасних медіа недооцінюється, а їхні реальні можливості використовуються не повною мірою. Найпоширенішою є абсолютизація негативного впливу ЗМІ у процесі виховання учнівської молоді.

Значна більшість учителів використовують медіа як елементарний засіб наочної агітації, як доповнення до змістовної складової процесу навчання та виховання і не враховує, на думку І. Ладика, надзвичайно багаті перцептивні можливості екранних мистецтв, «які здатні на інтегральному рівні комплексно вирішувати проблему естетичного виховання та художнього розвитку» [48, с. 39].

Разом з тим, актуалізація уваги до сучасної медіакультури зумовлена можливістю використання пізнавальної, інформаційної, комунікативної, соціальної, компенсаторної, рекреативної, естетичної, катарсичної функцій різних ЗМК як феномену соціокультурного буття людства.

Включення медіаосвіти у процес професійної підготовки майбутніх педагогів дозволяє розширити уявлення студентів ЗВО про арсенал форм і методів навчально-виховної роботи з учнями. Системне вивчення різних засобів масової інформації (преси, кінематографу, телебачення, відео, Інтернет тощо) сприяє створенню цілісного уявлення про медійний простір, про можливості інтеграції різних засобів масової інформації.

Медіаосвіта спрямовує студентів до використання на заняттях проблемних, евристичних, ігрових тощо продуктивних форм навчання, що розвивають індивідуальність, самостійність мислення, стимулюють творчі

здібності школярів через безпосереднє включення в творчу діяльність, аналіз, інтерпретацію медіатекстів [60, с. 34].

Таким чином, аналіз наукової літератури, сучасних підходів до сутності та функцій медіаосвіти переконує в тому, що включення медіакультури та медіаграмотності до системи показників професійної готовності майбутнього вчителя початкової школи до педагогічної діяльності є нагальною потребою часу. Урахування поліфункціональності сучасних ЗМК зумовлює достатню варіативність форм і методів застосування медіаосвіти у професійній підготовці майбутнього вчителя початкової школи.

У контексті завдань підготовки майбутніх учителів медіаосвіта розуміється як процес розвитку особистості майбутнього вчителя за допомогою та на матеріалі засобів масової комунікації (медіа):

- розвиток культури спілкування з медіа,
- розвиток творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення,
- розвиток умінь повноцінного сприйняття, аналізу та оцінки медіатекстів,
- навчання різним формам самовираження за допомогою медіатехніки та ін [49, с. 19].

У процесі медіаосвіти майбутні учителі набувають **медіаграмотність**, яка в майбутньому допоможе активно використовувати соціокультурний простір мас-медіа, сприяє включенню медіазнань та умінь в професійну майстерність майбутнього педагога початкової школи.

Теоретичні аспекти формування медіаграмотності майбутнього вчителя ґрунтовно представлені у роботах О.Федорова [89; 90]. Особливу цінність щодо зазначеної проблеми має навчальний посібник О.Федорова «Медіаосвіта та медіаграмотність» [89], основні положення якої використано для обґрунтування напрямків, форм та методів застосування медіаосвіти у процесі професійної підготовки майбутнього вчителя.

Медіаграмотність майбутнього вчителя початкової школи передбачає:

- «поінформованість у питаннях медійних трактувань різних проблем розвитку сучасного суспільства, зокрема соціокультурних аспектів становлення особистості дітей та молоді,
- знання впливу контактів з медіа на спосіб життя, стосунки та цінності, що набуває особливої важливості відповідно до мети та завдань професійної педагогічної діяльності вчителя;
- використання ключових концепцій медіаосвіти для аналізу медіатекстів;
- розвиток чутливості до тенденцій у медійному світі з урахуванням появи нових інформаційних технологій, поширення мережі Інтернету, посилення манулятивного впливу різних ЗМК на сучасну людину;
- аналіз можливого впливу медіатекстів на прийняття рішення або поведінку, особливо дітей та юнацтва» [56, с. 56-61].

Ми пропонуємо розглядати медіаграмотність у контексті формування метапредметних професійних якостей майбутнього вчителя. Сучасне наукове психолого-педагогічне знання презентує численні розробки з проблеми метаосвіти, формування метазнань та метаумінь фахівців різної спеціалізації як умови забезпечення мобільності, гнучкості професійного шляху людини. «Наприкінці ХХ – на початку ХХІ століття активізуються наукові розвідки щодо концептуальних засад метатеорії, метапроблемності, метаосвіти як вагомого показника постмодерністського аналізу розвитку суспільства в цілому та окремої людини. Звертаючись до метатеорії як універсального методу дослідження культури в широкому значенні С. Шейбе наголошує на необхідності визначення універсальної методології наукового аналізу, яка б дозволила уникнути фрагментарності, однобічності, суб'єктивності методологічних позицій дослідників у різних галузях науки» [92, с. 216].

Дослідження таких вчених як О.Федоров та О.Шаріков, дозволили визначити **критерії сформованості медіаграмотності** майбутнього вчителя початкової школи:

- 1) **«мотиваційний** (мотиви контакту з медіатекстами: жанрові, тематичні, емоційні, інформаційний, гедоністичний, інтелектуальний, естетичний, терапевтичний та ін.);
- 2) **контактний** (частота спілкування/контакту з медіатекстами);
- 3) **інформаційний** (знання термінології, теорії та історії медіакультури, процесу масової комунікації);
- 4) **інтерпретаційно-творчий** (уміння давати інтерпретацію, аналізувати медіатексти на підставі певного рівня сприйняття, критична автономія, уміння створювати/поширювати власні медіатексти)» [89, с. 34].

Саме ці критерії показники медіаграмотності були використані про проведенні експериментальної роботи за проблемою дослідження.

Педагог, який володіє медіаграмотністю, буде мати можливість «заохочувати та розвивати в учнів проблемне мислення, пов'язане із медіа, спонукати до самостійного пошуку медіаінформації, розвивати здібності використовувати численні медіаджерела для вирішення навчальних завдань, міркувати над власним медійним досвідом та ін» [78, с. 318].

Аналіз завдань діяльності вчителя щодо медіапідготовки учнівської молоді переконує, що провідними серед них слід визнати саме розвиток медіакомунікативних здібностей та критичного мислення.

Медіаосвіта, таким чином, «виступає важливою складовою професійної підготовки вчителя. Майбутні педагоги мають усвідомити та принести до школи нові ідеї, сучасне знання про інформаційні технології та засоби масової інформації» [69, с. 90].

Медіакультура у сукупності усіх своїх проявів володіє широким спектром можливостей для розвитку особистості, для становлення її емоційної та інтелектуальної сфери, для розвитку критичного мислення

тощо. Поінформованість та практичні навички у галузі медіа дозволять активізувати знання, що отримуються у процесі вивчення традиційних дисциплін гуманітарного циклу. Однак, як ми вже зазначали, у більшості ЗВО значення потенціалу сучасних медіа недооцінюється, а достатньо великі можливості ЗМК не використовуються.

Разом з тим, слід відзначити значну популярність сучасних інформаційних засобів у молоді. Інтерес до медіатекстів зумовлений низкою факторів, зокрема можливістю використання терапевтичної, компенсаторної, рекреативної, естетичної, пізнавальної, інформаційної, комунікативної, моральної, соціальної, катарсичної та ін. функцій мистецтва, видовищно-розважальних жанрів з опорою на стандартизацію, серійність, сенсаційність, емоційну перенасиченість, ефект гіпнозизму та ін.

Використання медіаосвіти у ЗВО дозволяє не лише поглибити знання, вміння та навички у галузі медіа, а й значно розширити спектр методів та форм організації аудиторної та позааудиторної діяльності студентів. Комплексне вивчення преси, кінематографа, телебачення, відео, Інтернет, віртуального світу комп'ютера дозволяє подолати певні недоліки традиційного художньо-естетичного виховання у ВНЗ: однобічне, ізольоване звернення до музики, літератури, живопису тощо.

Медіаосвіта передбачає проведення вузівських занять, заснованих на проблемних, евристичних, ігрових та ін. продуктивних формах навчання, що особливо розвиває індивідуальність, самостійність мислення, стимулює творчі здібності студентів через безпосереднє включення у творчу діяльність, сприйняття. Важливим постає інтерпретація та аналіз структури медіатексту, засвоєння знань про медіакультуру [68, с. 100].

Теоретична підготовка майбутніх педагогів у контексті завдань медіаосвіти обов'язково включає опанування різними питаннями щодо ЗМК, взаємодії медійного світу та суспільства, теорії та історії медіакультури. Інформаційний запас у галузі теорії та історії медіаосвіти складатиме підґрунтя не лише для успішної комунікативної практики у

галузі медіа, а для створення власних програм медіа освітньої спрямованості у процесі майбутнього самостійної педагогічної роботи у школі.

Крім теоретичної підготовки студентів у галузі медіа важливе значення надається відпрацюванню практичних навичок та умінь, що проєктуються у майбутню самостійну педагогічну діяльність вчителя. Вивчення методів та форм медіаосвіти аудиторії, акцентування уваги на вікових особливостях сприймання медіатексту, звернення до діагностичного інструментарію визначення медіаграмотності суттєво доповнює професійну педагогічну підготовку майбутнього вчителя.

Специфіка професійної підготовки майбутнього вчителя початкової школи зумовлює особливу увагу на розвиток професійних знань та вмінь, що необхідні педагогам для вдосконалення власної педагогічної культури. Такі професійні знання та вміння можуть бути визначені за такими показниками:

- 1) мотиваційний (мотиви медіаосвітньої діяльності, прагнення до вдосконалення власних знань та умінь у галузі медіа освіти);
- 2) інформаційний (рівень інформованості, теоретико-педагогічних знань у галузі медіа);
- 3) методичний (методичні вміння у галузі медіаосвіти);
- 4) діяльнісний (якість медіа освітньої діяльності у процесі навчальних занять різного типу);
- 5) креативний (рівень творчого начала у медіаосвітній діяльності) [15, с. 113].

Обов'язковою складовою роботи є проведення самостійних досліджень, які включають аналіз місцевої періодики, вивчення змісту радіо- і телевізійних програм, прослуховування аудіоматеріалів, перегляд відеопродукції; кількісну і якісну характеристики реципієнтів інформаційних джерел.

Важливим для подальшої професійної роботи вчителя є й наступні вміння:



- критичний аналіз медійних образів та стереотипного відображення різних соціальних груп (зокрема, образу учителя, учня і т. п.),
- аналіз ролі ЗМК у формуванні професійних орієнтацій учнівської молоді, у політичному виборі молодіжної аудиторії,
- аналіз негативного впливу на аудиторію сцен насилля, що транслюються різними ЗМК (насамперед, телебаченням),
- вивчення впливу на аудиторію маніпулятивних елементів медійного впливу, включаючи рекламу;
- аналіз професійних та етичних проблем, що виникають внаслідок впровадження нових інформаційних та комунікаційних технологій в медійну практику [11].

Таким чином, аналізуючи вимоги до вчителя початкової школи відповідно до специфіки нинішньої соціокультурної ситуації, слід відзначити, що сучасний учитель повинен:

- навчити школярів оцінювати якість інформації;
- навчити учнів користуватися медіа;
- навчити учнів «декодувати» повідомлення;
- розвивати критичне мислення;
- розвивати комунікативні здібності школярів;
- створити умови для самовираження за допомогою медіа;
- підготувати школярів до включення у систему соціокультурних зв'язків суспільства.

Усе вищезазначене свідчить про те, що сучасні шкільні учителі та викладачі ЗВО повинні бути медіаграмотними. Саме тому такої актуальності набуває питання розробки практичних шляхів взаємозв'язку медіаосвіти та процесу професійної педагогічної підготовки майбутнього учителя початкової школи.

### **1.3. Соціокультурний потенціал сучасних ЗМК як підґрунтя для реалізації завдань медіаосвіти майбутніх учителів початкової школи**

Сучасне соціокультурне середовище відзначається насиченістю, інтенсивністю, багатством джерел впливу на людину, різноманіттям та суперечливістю цінностей, які функціонують у соціумі. Відповідно загострюються питання орієнтації молоді у моральних, естетичних цінностях, цілепокладання, захисту від інформаційного маніпулювання, повноцінного креативного розвитку тощо.

Розробка теоретико-методологічних підходів до медіаосвіти майбутніх учителів початкової школи має враховувати специфіку функціонування засобів масової комунікації в сучасному соціокультурному світі.

Медіасвіт сьогодні стрімко розширюється. По суті медіапростір – це єдиний у нашій цивілізації простір, який може невпинно розширюватися. Це простір отримав специфічну назву «інфосфера» [7, с. 31]. Цей простір відкритий для взаємодії людей різного віку, професій, соціального стану, національностей тощо. Разом з тим, така відкритість полегшує проникнення у систему людських взаємин усіх негативних чинників, що супроводжують розвиток людства. Саме тому людина ХХІ століття, яка буде жити саме в інфосфері має навчитися декодувати інформацію, розуміти увесь складний потенціал медіа, максимально використовувати медіакультуру з метою особистісного та професійного зростання.

До термінологічного поля найбільш важливих категорій медіаосвіти входить категорія ЗМК – засоби масової комунікації, крім того такі поняття, як «мас-медіа», «медіа». Відповідно до завдань дисертаційного дослідження розглянемо сутність відзначених категорій.

Уперше в гуманітарній науковій думці ХХ століття термін «медіа» було введено канадським ученим Гербертом Маршаллом Маклюеном. У контексті його досліджень комунікативних каналів в культурі термін

«медіа» використано для позначення різних засобів комунікації. Г.Маклюен наголошував на розгляді засобів масової комунікації як «метафор, що діють» [13, с. 16].

Звернемо увагу, що Г.Маклюен відносить до медіа не лише традиційні ЗМК. До сфери медіа вчений відносив й усне мовлення, і рекламу, і транспортні засоби тощо, тобто все те, що забезпечує комунікацію людини з навколишнім світом та реорганізує способи світосприйняття людини. Звісно, такий підхід значно розширює та ускладнює соціокультурний простір медіа і не знаходить підтримку у багатьох наукових роботах з соціології ЗМК.

Аналітичні розвідки щодо засобів масової комунікації ХХ століття представлено у дослідженнях видатного вченого у галузі семіотики Ролана Барта, який підкреслював, що у людському світі усе соціально осмислене, а тому може бути піддано критичному аналізу.

У середині ХХ ст. поняття медіакультура доволі часто пов'язувалось із аудіовізуальним мистецтвом. На думку таких дослідників, як Ф.Джеймисон, Ж.Бодрийяр, П.Вірило, медіакультура – це галузь культури, пов'язана із трансляцією динамічних образів, що отримали широке розповсюдження завдяки сучасним технічним засобам запису та передання зображення та звуку (кіно, телебачення, відео, системи мультимедіа).

Медіа, на думку сучасних культурологів, соціологів, не просто система ЗМІ та масових комунікацій. Цей феномен являє собою доволі конкретну «матрицю» – систему культурно-інформаційних монополій, які сьогодні становлять підґрунтя будь-якої держави, будь-якої соціально-політичної інституції. Саме таке поширене розуміння феномену медіа спрямовує не лише філософське, соціологічне, культурологічне осмислення цього явища, а й наявність психолого-педагогічних підходів до формування культури взаємодії людини та суспільства із медіа. Такий напрямок і складає основи медіаосвіти, медіапедагогіки в сучасному педагогічному науковому дискурсі [23, с. 10].

Медіакультура передбачає культуру передачі інформації та культуру її сприйняття, відображає рівень розвитку особистості щодо здатності «читати», аналізувати, оцінювати медіатексти, займатися медіа творчістю, засвоювати нові знання завдяки медіа.

Важливим напрямком аналізу медіакультури є використання семіотики, інформаційно-семіотичної точки зору на медіа (відповідно до поглядів Р.Барта, М.Бахтіна, В.Біблера, Л.Виготського, Ю.Лотмана, У.Еко та ін.). Семіотичний підхід зумовлює аналіз медіакультури у трьох аспектах: як систему артефактів, систему символів та знаків.

До сутності впливу ЗМК на гуманітарну сферу звертаються різні наукові дисципліни. Соціологія, соціальна психологія акцентують увагу на типології ЗМК, на поведінці дійових осіб та аудиторії. Лінгвістика, семіотика описують знаки, зміст, контекстуальну основу функціонування ЗМК. Економіка, політичні науки висвітлюють ринкову логіку ЗМК, політичні можливості різних мас-медійних інституцій.

Сьогодні освіта є визначальним чинником подальшого розвитку усього суспільства, тому основні чинники, що сприяють або заважають функціонуванню такої важливої інституції, завжди знаходять в центрі уваги і теоретиків, і практиків. Слід наголосити, що у XXI столітті відбувається більш прискорене втручання медіатизації у перебіг усіх соціокультурних подій. Так, дослідники сучасного інформаційного суспільства відзначають, що [42, с. 90-98]:

- інформація, що подається у ЗМК, все частіше обертається пропагандою,
- стрімке поширення тієї чи іншої інформації через канали ЗМК прискорює події у галузі економіки та політики;
- ЗМК стають інструментами дії, спонукання людини до певних вчинків, сприяють виникненню відчуття «причетності» до певних подій (зокрема, політичних);

- ЗМК спроможні викривати приховане у різних галузях економіки, політики, культури, що, безумовно, формує насправді «відкритий світ»;
- за допомогою ЗМК досягається видовищність усіх форм життєдіяльності сучасного суспільства;
- медіатизована подія іноді витискає інші події із свідомості людини, що впливає на становлення ціннісної сфери особистості;
- ЗМІ модифікують історичний масштаб (за журналістською логікою всі події, про які вони розповідають, кваліфікуються як історичні, іноді відбувається викривлення ієрархії фактів).

Понятійне поле дослідження включає такі поняття: «інформація», «комунікація», «засоби масової комунікації», «засоби масової інформації». Розгляд цих понять створює умови для адекватного визначення теоретичних засад використання медіаосвіти у професійній підготовці майбутнього вчителя початкової школи.

Ю Казаков узагальнює різні підходи до визначення поняття «комунікація» (зокрема, позиції Ф.Шаркова, В.Донецької, Г.Почепцова та ін.):

- 1) передача інформації, ідей, оцінок або емоцій від однієї людини (або груп) до іншої (або інших) головним чином через символи,
- 2) система, у якій здійснюється взаємодія, та процес взаємодії, і способи спілкування, що дозволяють створювати, передавати і приймати різноманітну інформацію,
- 3) соціально зумовлений процес передачі та сприйняття інформації в умовах між особистісного та масового спілкування за різними каналами за допомогою різних комунікативних засобів (вербальних, невербальних та інших),
- 4) процеси перекодування вербальної у невербальну і невербальної у вербальну сфери... для комунікації суттєвим є перехід від говоріння *Одного* до дій *Іншого* [40, с. 21-22].

Саме остання позиція (за Г.Почепцовим), на думку Т.Науменко, є найбільш придатною для розгляду комунікації як соціального феномена.

На думку О. Гриценко: комунікація – «інформаційний вплив суб'єкта комунікації та об'єкт, що переслідує цілі, задані суб'єктом» [24, с. 12]. Таке визначення фіксує увагу на соціальній комунікації і виключає її технічні аспекти, що слід віднести до *засобів* комунікації.

Принциповим питанням у дослідженнях, що присвячені проблемам масової комунікація, є розмежування понять «комунікація» та «спілкування». Таке розмежування, на нашу думку, має достатньо серйозне значення і для визначення психолого-педагогічних аспектів взаємозв'язку мас-медіа і освіти, оскільки доволі часто відбувається підміна понять або спрощення розуміння таких важливих понять сучасної гуманітарної сфери наукового знання.

У контексті дослідження існує необхідність визначити щодо диференціації таких понять як «комунікація» та «інформація». Принциповість такого розведення пов'язана із функціонування у сучасному соціокультурному просторі таких категорій, як «засоби масової інформації» (ЗМІ) та «засоби масової комунікації» (ЗМК) і, відповідно, необхідністю вибору адекватного термінологічного забезпечення дослідження проблеми медіаосвіти учнівської молоді. Дослідники вважають, що принципової суперечності між цими термінами не існує, оскільки вони позначають доволі різні явища [43, с. 90].

Ми дотримуємося думки О. Гриценко, яка вважає, що «інформація є засобом актуалізації комунікації як процесу, одна не навпаки, оскільки інформація актуалізується в свідомості індивіда різними засобами, наприклад, спостереженням за навколишнім середовищем, в біологічних системах – завдяки передачі генетичних кодів. Комунікація будь-якого виду передбачає, на відміну від інформації, наявність свідомості» [25, с. 145-150]. Оскільки у сучасному соціокультурному просторі провідна функція належить не інформації як самодостатньому явищу, а комунікації як

соціальному процесу, який реалізую свої функції за допомогою інформації, то й термінологічний апарат дослідження включає, насамперед, поняття «засоби масової комунікації» (ЗМК). Підкреслимо окремо, що масова комунікація розглядається як масово-інформаційна діяльність, тобто сутність масової комунікації виявляється за допомогою масової інформації.

Процес медіаосвіти відбувається в соціокультурних умовах сучасності, які за твердженням філософів, соціологів можуть бути визначені як інформаційне суспільство. О.Рубанець наголошує, що «інформаційне суспільство постає у вигляді інформаційного середовища, в якому існує будь-яке суспільство з часів письмової, або книгодрукарської, «інформаційної технології» (К.Маклюен); то у вигляді гіперреальності, що статус реальності, але є сукупністю образів (Дебор, Бодрійяр), то у вигляді віртуального кіберпростору глобальної мережі, формування мереженого засобу буття суспільства, мереженого суспільства» [189, с. 11].

О.Рубанець, досліджуючи саме сучасний простір формування інформаційного середовища, особливу увагу привертає до питання ототожнення інформаційного суспільства та Інтернету. «Погляд на Інтернет, – відзначає дослідник, – як на комунікацію не перетворює його на основу, що трансформує чи витісняє діюче суспільство з його політичними. Масовими комунікаціями» [75, с. 16]. «Глобальне інформаційне суспільство – це ніщо інше, як концептуальне визначення загального напрямку сучасного глобалізаційного розвитку цивілізації, а не загальна уніфікована конструкція, до якої всі країни йдуть одним шляхом» [75, с. 17].

Сьогодні інформаційне суспільство втрачає риси реального суспільства, стає технологічною симуляцією соціальних ролей і соціальних відносин, зводиться до віртуальних форм і процесів, що існують у кіберпросторі *Супермережі*, чи до світу образів штучної гіперреальності, створеними традиційними ЗМІ, теле-, аудіо-, відео технологіями.

Один з найвідоміших сучасних українських фахівців у галузі медіа Б.Потятиник в своїй роботі «Медіа: ключі до розуміння» відзначає, що «мас-

медіа – певна сукупність медіумів, що об'єднує, як правило, телебачення, радіо, газети, журнали, кіно, книжки, записи на магнітних носіях чи цифрових компакт-дисках і т.п. Це – засоби донесення інформації до масової аудиторії» [74, с. 5].

С. Довгий вважає, що ЗМК слід віднести газети, радіо, телебачення [27, с. 32]. Зрозуміло, що сьогодні до ЗМК слід додати Інтернет, як засіб, що задовольняє саме вимогам щодо таких комунікаційних засобів. Хоча остання позиція щодо віднесення Інтернету до ЗМК залишається дискусійним.

У наукових розвідках щодо ЗМК представлені критерії, за якими ті чи інші засоби комунікації можна віднести до ЗМК [54, с. 32-34]:

1. Максимальна доступність для аудиторії. Доступність у фізичному сенсі та у фінансовому сенсі, тобто споживання інформації доступне самим широким масам населення.
2. Інформація адресована великим масивам розрізненої та анонімної для джерела аудиторії.
3. Система ЗМК функціонує як промислове виробництво.
4. Джерело інформації для системи ЗМК є не особистість, а формальна організація зі своїми стандартами якості і професійними вимогами до працівників.
5. Технологічність виробництва інформації, що включає створення, відбір, переробку та розподіл повідомлень.
6. Стійкість, регулярність стосунків аудиторії із ЗМК, що певною мірою авансується підпискою на друковану продукцію, покупкою радіо- та телеприймачів.
7. Взаємодія ЗМК та споживачів відбувається за законами ринка.

Саме на такі ми орієнтувалися, коли до ЗМК у процесі здійснення медіаосвіти у ВНЗ відносили телебачення, радіо, газети, Інтернет.

Таким чином, узагальнення позицій науковців щодо функціонального простору ЗМК дозволяє зробити таке узагальнення щодо функцій ЗМК, на які ми орієнтуємося у процесі медіаосвіти:



- інформативна,
- виховна,
- просвітницька,
- функція досягнення емоційно-раціонального балансу,
- задоволення пізнавальної потреби,
- розважальна, рекреативна,
- гедоністична.

Засоби масової комунікації можна розглядати як фактор соціалізації, насамперед як мезофактор соціалізаційного процесу дітей та учнівської молоді. Ті чи інші засоби масової комунікації (зокрема, газети, телеканали, радіоканали) мають свою специфічну аудиторію, яка відзначається віковими, статевими, соціокультурними особливостями.

ЗМК об'єктивно формують слухача, глядача, тобто певною мірою споживача (наприклад, словник сучасних підлітків, юнаків досить суттєво відчуває впливу лексики теле- та радіоканалів). Чи стане надалі молода людина не лише споживачем медійного світу, а й активним суб'єктом медіа культури залежить від багатьох додаткових умов: підготовленість людини до взаємодії із ЗМК (у школах сьогодні переважно готують лише «читача»); включеності ЗМК в реальну життєдіяльність людини; у сферу професійного і буденного життя. Особливе значення у такому процесі формування культури взаємодії з медіакультурою має сім'я, родинне оточення. Будь-яка інформація, що транслюється через телевізійний та інші канали інформації має бути пропущена через своєрідний «фільтр» інтелекту дорослих членів родини або спілкування із однолітками [94, с. 72].

Таким чином, слід наголосити, що вплив ЗМК на конкретну людину має опосередкований характер. З одного боку, такий вплив зумовлений феноменом «двоступеневого потоку інформації»: ідеї поширюються від ЗМК до «лідерів думок» (найчастіше неформальним), а потім від них – до менш активних користувачів інформації. По-друге, як відзначає американський дослідник І.Клеппер, більшість людей мають тенденцію

користуватися тими повідомленнями ЗМК, які співвідносяться, узгоджуються з інтересами та настановами, що вже має людина.

Останнім часом ЗМК все активніше перетворюються на сферу самореалізації особистості, тобто значно збільшилась кількість передач з прямою участю слухачів та глядачів. Розвиток електронних систем зумовив появу абсолютно нового виду комунікації і самореалізації – спілкування, взаємодія людини з тими, то розділяє її думки, інтереси у глобальній мережі Інтернету. Ігнорування необхідності формування культури такої Інтернет-взаємодії є неприпустимою помилкою педагогічних працівників і має стати предметом окремих психолого-педагогічних досліджень.

Інформація, яку отримують учні із повідомлень мас-медіа відрізняється від інформації зі шкільних джерел. Перш за все, вона емоційно забарвлена, оскільки навіть не про дуже цікаві речі журналісти розповідають яскраво, натхненно тощо. По-друге, слід звернути увагу на актуальність інформації. По-третє, мас-медіа доволі чутливі до субкультурних особливостей дітей та молоді (мовлення, естетичні уподобання, традиції дозвілля тощо). Все це надає ЗМК більшої привабливості саме для дітей та юнацтва. Таким чином, можна погодитися з думкою не лише самих ЗМК, але й науковців і учителів-практиків, що школярі та студенти є, по суті, найбільш активними споживачами інформації мас-медіа. Однак, відсутність у структурі особистісної культури саме медіакультури не дозволяє молоді адекватно розуміти смисл повідомлення, що може бути прихованим, мотиви та механізми його створення, виказувати уміння виділяти головне в інформаційному повідомленні, наводити аргументи «за» та «проти» тієї чи іншої думки [69, с. 91].

У сучасних умовах, коли зміст та шляхи поширення інформації в мережах масових комунікацій практично не контролюються, проблема формування особистості учнів та студентів під впливом інформаційного простору потребує специфічної роботи, яку й здатне проводити медіаосвіта.

Поширення культури, медіаінформації остаточно втратило будь-який зв'язок із географічними кордонами, тобто культурний простір стає єдиним і є серйозними підстави для того, щоб поставити питання стосовно не лише самого факту комунікації у транснаціональному комунікативному середовищі, а й самого смислового наповнення такого акту культурної взаємодії між людьми.

Освітньо-культурне значення ЗМК ґрунтується на особливостях мультимедійних технологій, специфічних кодах екранної культури, її аудіовізуальній мові, психології екранного простору та часу, синтетичності екранного образу, специфічному впливі ефекту присутності тощо.

Таким чином, глобалізація сучасного інформаційного світу привела до закріплення медіакультури майже в усіх сферах життя людини – виробництво, суспільна сфера, освіта, комунікація, мистецтво. Утворюються глобальні медіазв'язки між усіма соціальними структурами, між країнами, різними спільнотами. В сучасному освітньому просторі серед функцій мас-медіа в цілому і телебачення зокрема все більше уваги приділяється культуротворчій, перетворюючій, стимулюючій функцій. Культурологічні, соціологічні, психологічні, педагогічні, мистецтвознавчі проблеми телекомунікації розглядаються у контексті загальних гуманітарних досліджень як важлива складова частина сучасного соціуму.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Проблеми медіаосвіти дітей та молоді розглядаються в контексті сучасних досліджень педагогіки, психології, філософії, соціології, культурології, мистецтвознавства. Важливим підґрунтям постають наукові розвідки загальної теорії комунікації, лінгвокультурології, семіотики, нейролінгвістики, рецептивної естетики, теорії наративу тощо.

Потенційні можливості медіа визнавалися прогресивними педагогами ще на початку ХХ ст. у період бурхливого розвитку преси, становлення кінематографу.

Таке явище, як медіаосвіта під дещо іншими назвами (медіакультура / *media culture* – Британія, екранна освіта / *screen education* – Канада) з'явилося наприкінці 30-х рр. ХХ ст. Однак у його сучасному вигляді стало популярним у Канаді, Британії, Франції, США в 60-х рр. ХХ ст., коли й формуються теоретико-методологічні засади медіаосвіти, зокрема концепція «візуальної грамотності» (США), європейська «оцінна концепція», що спрямована на формування критичного мислення в процесі спілкування з інформаційним простором (Л. Мастерман). Значну популярність у 60 – 70-ті рр. здобувають освітні проекти у Франції, які реалізовували ідеї навчання з використанням кіно як одного з аспектів культури та телебачення в навчально-виховному аспекті.

У вітчизняній педагогіці ґрунтовні дослідження виховного потенціалу ЗМК, насамперед кіно та телебачення, починаються з 60-х рр. ХХ ст. (роботи Л. Пресмана, С. Пензіна, А. Степанова та ін.).

В Україні, на жаль, питання медіаосвіти як спеціальний напрямок наукових досліджень у галузі педагогіки та психології починає розвиватися тільки з кінця 90-х рр. ХХ ст. Найбільш значущими є роботи Б. Потятиника, Н. Габор, учених Інституту екології масової інформації Львівського національного університету імені Івана Франка. Позитивним стало проведення «круглого столу» «Перспективи розвитку медіа-освіти в

Україні» (2001), загальнонаціональної Інтернет-конференції «Медіа-освіта в Україні: стан і перспективи» (2003).

Аналіз наукової літератури засвідчує наявність різних підходів до визначення сутності медіаосвіти:

- навчання теорії та практичним умінням щодо оволодіння сучасними засобами масової комунікації (документи ЮНЕСКО);
- вивчення таких ключових понять: «джерело медіаінформації» «категорії медіа», «технології медіа», «медіамова», «аудиторія медіа», «репрезентації медіа» (К. Безелгет і Е. Харт);
- медіаосвіта як громадянське виховання (Ж.Гоне), як формування медіаграмотності (Р. К'юбі, К. Тайнер та ін.);
- процес освіти й розвитку особистості за допомогою й на матеріалі засобів масової комунікації (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь інтерпретації, аналізу й оцінки медіатексту (Ю.Усов, О. Федоров);
- вивчення закономірностей створення, сприйняття й споживання текстів ЗМІ, ролі засобів масової комунікації у формуванні комунікативної, інформаційної, соціальної, естетичної культури людини (Н.Леготіна),
- безперервний розвиток особистості у суспільстві (Н. Кирилова) тощо.

Узагальнення цих підходів дозволяє визначити медіаосвіту як процес розвитку особистості засобами й на матеріалі засобів масової комунікації (медіа), формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних умінь, критичного мислення, умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу та оцінки медіатекстів, навичок творчого самовираження на основі сучасних медіа.

Зміни у соціокультурному просторі зумовлюють трансформацію вимог до педагога, професійно-педагогічна культура якого має відповідати

тенденціям сучасної освіти. Майбутній учитель початкової школи повинен бути готовим не лише до сприйняття і перероблення значного потоку інформації, а й вміти грамотно вибрати необхідну інформацію, використовувати можливості медіатехнологій у загальноосвітній школі.

Відповідно до завдань професійної підготовки майбутнього вчителя початкової школи доцільним є використання позицій семіотичної, культурологічної та естетичної теорій та концепції розвитку критичного мислення.

Практична реалізація завдань медіаосвіти втілюється в таких напрямках: 1) *спеціальна (або соціокультурна) медіаосвіта*, що здійснюється в межах окремого курсу в навчальному закладі або в межах додаткової освіти; 2) *інтегрована медіаосвіта* (формування вмінь працювати з інформацією мас-медіа в процесі навчання); 3) *факультативний підхід* (створення мережі факультативів, гуртків, клубів медіаосвітнього циклу).

Медіаграмотність майбутнього вчителя початкової школи передбачає знання закономірностей сприйняття і розуміння інформації, психологічних аспектів впливу медіа на спосіб життя, стосунки та цінності особистості, використання ключових концепцій медіаосвіти для аналізу медіатекстів, формування умінь і навичок пошуку інформації, інтерпретації та критичного аналізу медіатекстів, створення власних медіатекстів, адекватних завданням і умовам комунікації.

## РОЗДІЛ 2

### ХАРАКТЕРИСТИКА ПЕДАГОГІЧНИХ УМОВ ЗАСТОСУВАННЯ МЕДІАОСВІТИ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ

#### **2.1. Стан сформованості медіа-грамотності майбутніх учителів початкової школи**

Розробка педагогічних умов застосування медіаосвіти у процесі професійної підготовки майбутнього учителя початкової школи передбачає вивчення реальної практики взаємозв'язку сучасної студентської молоді та медіакультури. Констатувальний етап експериментальної роботи було спрямовано на вивчення ставлення майбутніх учителів до засобів масової комунікації, до потенційних можливостей медіа у вирішенні завдань освітньої практики.

Аналіз експериментальних даних, що були отримані на початковому етапі дослідження використовувалися у процесі обґрунтування критеріїв сформованості медіа грамотності майбутніх учителів початкової школи, оскільки вагомого значення набуває реальна практика підготовки молоді до спілкування з медіа.

Відповідно до мети цього етапу експерименту було проведено анкетування серед студентів факультету педагогіки, психології та соціальної роботи Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (Додаток А).

Опитування було спрямоване на з'ясування жанрових мотивів контактів з медіатекстами, тематичних мотивів контактів с медіатекстами, психологічних, емоційних, пізнавальних, моральних, інтелектуальних, творчих, естетичних мотивів контактів з медіатекстами.

Також з'ясувалась частота контактів з творами медіа культури, знання термінології медіа культури, знання історії та теорії медіакультури.

Загальна вибірка складала 128 студентів 2-3 курсів. За результатами анкетування було отримано наступні результати.

Абсолютна більшість респондентів мають наміри використовувати у майбутній професійній діяльності ті чи інші засоби масової комунікації.

Щодо конкретних ЗМК відповіді розподілено таким чином:

- Інтернет – 87%;
- преса – 61%;
- телебачення – 58%;
- кіно – 15%.

При цьому 65 % опитуваних передбачають використовувати відразу декілька ЗМК.

На питання «Що ви передбачаєте обрати як предмет аналізу повідомлень ЗМК?» відповіді розподілено таким чином:

- фактичний та життєвий матеріал – 65 %,
- проблематика програм та моральні цінності – по 42 %;
- форма подання матеріалу – 11, 5 %.

За даними опитування жоден студент не вбачає необхідності у вивченні ЗМК як самостійного об'єкту.

Особливу увагу на початковому етапі експериментального дослідження було приділено теоретичним знанням майбутніх учителів початкової школи у галузі ЗМК. За результатами тестування було зафіксовано середній та низький рівень теоретичних знань у медіагалузі. Слід особливо підкреслити, що ці знання складаються з стихійно-побутових уявлень студентів про засоби масової комунікації. Провідним джерелом таких уявлень виступає щоденне споживання інформації завдяки різноманітним каналам масової комунікації (насамперед, телебачення, Інтернет).



У процесі опитування переважна більшість учасників виказала бажання використовувати ЗМК у роботі із учнями, однак практично всі вони не мають уявлення про те, яким чином це можна здійснювати. Слід наголосити, що студенти пропонують обговорювати з учнями художні телефільми, газетні, журнальні та телевізійні матеріали, що зацікавили школярів.

Результати первинного анкетування засвідчили, що студенти відносять до ЗМК традиційний «набір»: Інтернет, телебачення, преса, деякі відзначили радіо.

На думку більшості опитованих, ЗМК повинні виконувати тільки розважальну функцію. Респонденти зазначили наявність великої кількості недостовірної та необ'єктивної інформації, що транслюється ЗМК, особливо телебаченням та Інтернетом.

Досить цікавим виявився факт, що практично всі респонденти визнають необхідність державного регулювання діяльності ЗМК, особливо щодо вікового цензу перегляду телевізійних програм або фільмів, що пропагують певний образ життя, містять еротичні сцени, сцени насилля тощо. Показовим є також висновок студентів стосовно того, регламентацією якості рекламної продукції повинні займатися державні органи, що певною мірою ілюструє відсутність готовності самостійно протистояти маніпулятивному впливу мас-медіа.

Результати численних соціологічних опитувань, дані анкетування у межах нашого дослідження свідчать, що саме студенти є найбільш активними споживачами медіаінформації. При цьому відзначаємо домінуючий вплив саме однолітків на вибір інформаційного джерела, перевагу спрямованості ЗМК (інформаційні, розважальні та ін.). Однак, на питання щодо факторів впливу ЗМК на людину переважна більшість респондентів відмітила, що медіа позитивно впливає на людину. Як бачимо навички критичного аналізу медійного простору у студентів відсутні.

Маніпулювання з боку ЗМК респонденти або не відчували ніколи, або тільки іноді. Більшість розраховує на власні сили у протистоянні впливу ЗМК, а також на допомогу з боку батьків та ЗВО.

Аналіз медіаграмотності студентів на констатувальному етапі експериментальної роботи було проведено на підставі виділених критеріїв (Табл. 1.1.).

Критеріальна база дослідження була розроблена з урахуванням теоретичних та практичних напрацювань таких дослідників, як О.Федоров, О.Столбнікова.

Таблиця 2.1.

**Критерії розвитку медіаграмотності майбутніх учителів  
початкової школи**

<b>№</b>	<b>Критерії медіаграмотності</b>	<b>Зміст показників розвитку медіаграмотності майбутнього учителя початкової школи</b>
1.	Мотиваційний	Мотиви контакту з медіа текстами: жанрові, тематичні, емоційні, гедоністичні, психологічні, моральні, інтелектуальні, терапевтичні та ін.
2.	Контактний	Частота спілкування/контакту з творами медіакультури (медіатекстами)
3.	Інформаційний	Знання термінології, теорії та історії медіакультури, процесу масової комунікації
4.	Інтерпретаційно-творчий	Уміння давати інтерпретацію, аналізувати медіатекст на основі певного рівня медіасрпийняття, критична автономія, уміння створювати/поширювати власні медіа тексти,

		Наявність творчого підходу у різних аспектах діяльності, пов'язаної із медіа (перцептивної, ігрової, художньої, дослідницької та ін.)
--	--	---

Для здійснення аналізу рівня сформованості медіа грамотності у майбутніх вчителів початкових класів визначено рівні : високий, середній, низький.

Характеристики *високого рівня розвитку медіаграмотності*:

- визначення головного смислу медіатексту;
- аналіз: виявлення основних елементів медіатексту;
- порівняння: визначення схожих та унікальних фрагментів медіатексту;
- оцінка цінності медіатексту або його фрагменту, судження на підставі порівняння згідно з визначеним критерієм;
- реферування: здатність створювати лаконічний, ясний та точний опис медіатексту;
- узагальнення;
- дедукція: використання загальних принципів для пояснення окремих фактів;
- індукція: виведення загальних принципів на підставі спостереження за окремими фактами;
- синтез: здатність збирати елементи у нову структуру.

Для низького рівня розвитку медіаграмотності характерне таке:

- «слабка пам'ять», що дозволяє запам'ятовувати лише найважливіші речі;
- тематична залежність, відсутність проникливості (тобто нерозуміння того, що найважливіше у повідомленні), потреба у допомозі з боку іншої людини;

- невпевненість у собі, нерозуміння багатозначності медіа текстів;
- негативне ставлення до нових повідомлень, які не відповідають звичним категоріям,
- неточність у сприйнятті медіаповідомлення внаслідок високої імпульсивності у прийнятті рішень» [61, с. 123].

Змістовне наповнення рівнів окремих показників розвитку медіаграмотності представлено у Таблицях 2.2 – 2.4.

Таблиця 2. 2.

### Рівні мотиваційного показника розвитку медіаграмотності

№	Рівень	Характеристика мотиваційного показника
1.	Високий	<p>Широкий комплекс жанрових, тематичних, емоційних, гедоністичних, інтелектуальних, психологічних, творчих, етичних, естетичних мотивів, що включають:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ вибір різноманітного жанрового та тематичного спектру медіатекстів при обов'язковому включенні не розважальних жанрів;</li> <li>➤ прагнення отримати нову інформацію;</li> <li>➤ прагнення до рекреації, компенсації розваг (у помірних дозах);</li> <li>➤ прагнення до ідентифікації, співпереживання;</li> <li>➤ прагнення до підтвердження власної компетентності у різних галузях життя та медіа культури;</li> <li>➤ прагнення до пошуку матеріалів для навальних, наукових та дослідницьких ідей;</li> <li>➤ прагнення до художніх вражень;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ прагнення до діалогу (інтелектуальному, етичному, естетичному) з творцями медіа тексту, до критики їхньої позиції;</li> <li>➤ прагнення навчитися створювати медіатексти самостійно, вивчаючи конкретні приклади творчості професіоналів.</li> </ul>
2.	Середній	<p>Комплекс жанрових, тематичних, емоційних, гедоністичних, інтелектуальних, психологічних, творчих, етичних, естетичних мотивів, що включають:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ вибір різноманітного жанрового та тематичного спектру медіа текстів при домінуючій орієнтації на розважальні жанри;</li> <li>➤ прагнення до гострих відчуттів;</li> <li>➤ прагнення до рекреації, розвагам;</li> <li>➤ прагнення до ідентифікації, співпереживанню;</li> <li>➤ прагнення отримати нову інформацію;</li> <li>➤ прагнення до виведення моральних уроків з медіатексту;</li> <li>➤ прагнення до компенсації;</li> <li>➤ прагнення до психологічного «лікування»;</li> <li>➤ прагнення до художніх вражень;</li> <li>➤ слабка вираженість або відсутність інтелектуальних, креативних мотивів контактів з медіа текстами.</li> </ul>
3.	Низький	<p>Вузький спектр жанрових, тематичних, емоційних, гедоністичних, етичних, психологічних мотивів, що включає:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ вибір тільки розважального жанрового та тематичного спектру медіатекстів;</li> <li>➤ прагнення до гострих відчуттів;</li> <li>➤ прагнення до рекреації, розваг;</li> <li>➤ прагнення до компенсації;</li> <li>➤ прагнення до психологічного «лікування»;</li> </ul> <p>відсутність естетичних, інтелектуальних, креативних мотивів контактів з медіа текстом.</p>
--	--

Саме на широкий та диференційований комплекс мотивів контактів аудиторії з медіа звертають увагу багато дослідників. Зрозуміло, що зазначені мотиви залежать від різних чинників: середовище (мікро- та макро-), спадковість, освіта/виховання, вік, гендерні особливості, художні уподобання, традиції сімейного виховання та ін.

Змістовне наповнення рівнів контактного показника розвитку медіаграмотності майбутнього вчителя початкової школи представлено у Таблиці 2.3.

Таблиця 2.3.

### Рівні контактного показника розвитку медіаграмотності

№	Рівні	Характеристика контактного показника
1.	Високий	Щоденні контакти з різними видами медіатекстів
2.	Середній	Контакти з різними видами медіатекстів декілька разів на тиждень
3.	Низький	Контакти з різними видами медіатекстів не більш як декілька разів на місяць.

При аналізі контактів студентської молоді з різними медіатекстами слід звернути увагу на амбівалентність даного показника. З одного боку,

високий рівень контактів майбутніх учителів початкової школи з медіа не позначає високого рівня медіаграмотності в цілому. Зрозуміло, що можна цілий день дивитися соцмережі і, водночас, не вміти аналізувати медіатексти. З іншого боку, низький рівень контакту з різноманітними медіа може, на думку О.Федорова, не лише позначати «прагнення швидко уникнути повідомлень, що являють складність, звузити контакти з медіа текстами до мінімальної кількості, щоб завжди залишатися із тим, що знайомо та захищати себе від необхідності витратити додаткові розумові зусилля» [90, с.28], але й підвищену вибірковість індивіда, який не бажає споживати низькоякісну, на його думку, медіапродукцію.

Суттєва увага у процесі експериментального дослідження приділялася інформаційному показнику медіаграмотності майбутнього вчителя початкової школи. Змістовна характеристика визначених рівнів за цим показником представлено у Таблиці 2.4.

Таблиця 2.4.

### **Рівні інформаційного показника розвитку медіаграмотності**

<b>№</b>	<b>Рівні</b>	<b>Характеристика інформаційного показника</b>
1.	Високий	Знання більшості базових термінів, теорій, основних фактів історії розвитку медіакультури, творчості діячів медіакультури, розуміння процесу масової комунікації та недейний впливів в контексті реального світу
2.	Середній	Знання окремих базових термінів, теорій, деяких фактів історії розвитку медіакультури, масової комунікації, медійних впливів, творчості окремих діячів медіакультури
3.	Низький	Відсутність знань (або мінімальні знання у цій галузі) базових термінів, теорій, фактів історії розвитку медіакультури, масової комунікації,

		недійних впливів, творчості діячів медіакультури.
--	--	--

Інформаційний показник розвитку медіаграмотності студентів співвідноситься із загальними вимогами щодо інформаційно-комунікативного забезпечення професійної підготовки майбутнього вчителя, який має знати галузі сучасних засобів масової комунікації, їх структуру, походження та тенденції розвитку, психологічні особливості впливу медіа на свідомість людини, специфіку зв'язку медіапростору та суспільства та ін.

У межах контактного критерію доцільно звернутися до перцептивних показників розвитку медіаграмотності. Тому далі у процесі експериментальної роботи ми звертали увагу на особливості ідентифікації, тобто рівня ототожнення з автором медіатексту. Розглядалися такі напрямки:

- ототожнення з автором медіатексту за умови збереження основних компонентів «первинної» та «вторинної» ідентифікації (крім наївного ототожнення дійсності із змістом медіатексту), тобто здатність співвіднесення з авторською позицією, яка дозволяє передбачити хід подій медіа тексту на підставі емоційно-сміслового співвіднесення елементів сюжету, сприйняття авторської думки в динаміці звукозорового образу, синтезу думок та почуттів глядача в образних узагальненнях» (за позиціями Ю.Усова);
- ототожнення з персонажем медіатексту, тобто здатність співпереживати, поставити себе на місце героя, розуміти його психологію, мотиви вчинків, сприйняття окремих компонентів медіа образу (деталь і т. ін.);



- емоційний, психологічний зв'язок зі середовищем, фабулою медіа тексту, тобто здатність сприймати послідовність подій у медіатексті (наприклад, окремі епізоди та сцени фабули, наївне ототожнення дійсності із змістом медіатексту, асиміляція середовища (емоційне освоєння реальності, представленої у медіатексті і т. п.).

Аналіз особливостей перцепції у контексті формування медіаграмотності аудиторії майбутніх учителів має враховувати відомий факт, що більшість людей пам'ятають лише 40 % того, що побачили, та 10 % того, що почули.

О.Бондаренко розроблена класифікація рівнів медійного сприйняття співвідносна визначеним рівням сформованості медіаграмотності майбутнього вчителя початкової школи:

- 1) «побутовий рівень (обмежений побутовими мотивуваннями сюжету, характерів персонажів);
- 2) рівень соціуму (більш глибокі характеристики персонажів та психологічне мотивування вчинків, урахування можливості впливу того чи іншого медіаповідомлення на певну аудиторію);
- 3) рівень художнього образу (детальна характеристика образу, визначення смислових одиниць медіа тексту, характеристика їх взаємодії,
- 4) рівень розуміння авторської концепції (вміння робити висновки про те, яку ідею прагнув виразити автор, виходячи з конкретної системи художньої образності даного твору),
- 5) рівень виникнення власної концепції щодо проблем, яких торкається автор, та полемічного діалогу з авторською концепцією твору» [24, с.22-23].

На початку констатувального етапу дослідження нас цікавило питання щодо основних джерел інформаційного забезпечення у студентів та учителів-практиків.

Опитування серед учителів було проведено в загальноосвітніх школах м. Чернівці та Чернівецької області. Було отримано наступні результати: більшість студентів віддали перевагу Інтернету, а педагоги були одностайні щодо книг, наукової літератури.

Така розбіжність привертає надзвичайно серйозну увагу і має бути врахована при організації медіаосвітньої роботи із студентами, майбутніми учителями початкової школи.

Друге місце за пріоритетами щодо провідних джерел корисної інформації було розподілено таким чином: студенти – друзі, колеги; учителів – преса. Як бачимо, молодь більш довіряє своєму оточенню, учителі схильні до певної ідеалізації достовірності друкованого слова.

Було представлено питання: «Назвати позитивні та негативні фактори впливу медіа на людину».

Серед позитивних факторів респонденти відзначили отримання нових знань за допомогою інформаційно-просвітницьких програм (зокрема за каналами «Культура», «National Geographic», «Discovery», «History»), телевізійні програми пізнавального, інтелектуального характеру, поширення завдяки ЗМК свого кругозору.

Тільки 26,7 % опитуваних до позитивних факторів віднесли можливості професійного розвитку.

До негативних факторів було віднесено:

- недостовірність інформаційного поля,
- перенасиченість телевізійного простору сценами насилля, розбещеності, криміналу, пропаганда шкідливих звичок,
- дратівний вплив реклами та ін.

На пропозицію визначитися щодо пріоритету у позитивному чи негативному впливі ЗМК студенти чітко відзначили позитивний вплив ЗМК на розвиток людини, педагоги ж у процесі оцінки переважного впливу ЗМК відзначили його як негативний.

Аналіз опитування студентської молоді свідчить, що ця аудиторія практично не здатна відчувати маніпулятивні прийоми медіа або внаслідок відсутності інформації про цю специфіку сучасних ЗМК, або внаслідок не сформованості навичок критичного мислення щодо повідомлень ЗМК.

Така ситуація актуалізує питання організації цілеспрямованої медіаосвіти саме у ЗВО. Майбутні педагог практично не готові використовувати медіа у власній професійній діяльності. Наявна відсутність умінь орієнтувати в інформаційному просторі зумовлює неспроможність протистояти інформаційному потоку, який стрімко зростає кожного року.

Теоретико-методологічний аналіз сучасних підходів до застосування медіаосвіти у процесі професійної підготовки майбутнього вчителя початкової школи дозволяє визначити низку умов, які сприятимуть більш ефективному впливу медіа освіти на формування медіаграмотності майбутнього вчителя як складової його професійної культури. Спрямованість саме на ці умови пов'язана із особливістю організації процесу професійної підготовки майбутнього вчителя початкової школи в педагогічному ВНЗ, результатами, отриманими під час констатувального етапу дослідження, вихідними теоретико-методологічними позиціями щодо застосування медіаосвіти у процесі професійної підготовки майбутнього вчителя.

Ми визначаємо наступну низку умов:

- розгляду медіаграмотності майбутнього вчителя початкової школи як складової професійної педагогічної культури;
- інтеграції медіаосвіти в зміст фахової педагогічної підготовки майбутнього вчителя початкової школи;
- «введення спецкурсів медіаосвітньої спрямованості відповідно до спеціального (соціокультурного) напрямку медіаосвіти;
- формування навичок та вмінь роботи з медіатекстами як метапредметних професійних якостей майбутнього вчителя,

формування потреби у взаємодії з медіатекстами в майбутніх учителів початкової школи;

- цілеспрямованого використання засобів масової комунікації, які на основі актуалізованих смислів і знаків, системних текстів і гіпертекстів впливають на формування знань, умінь і навичок взаємодії майбутнього вчителя з сучасною медіакультурою» [78].

Обґрунтування шляхів реалізації визначених педагогічних умов представлено у наступному підрозділі роботи.

## **2.2. Впровадження педагогічних умов застосування медіаосвіти у процесі професійної підготовки майбутніх учителів початкової школи**

Теоретико-методологічне обґрунтування використання медіаосвіти у процесі професійної підготовки майбутнього вчителя початкової школи, визначення соціокультурного потенціалу счасного недійного простору, різних ЗМК дозволило визначити сукупність педагогічних умов, що забезпечують ефективність зазначеного процесу у процесі професійної підготовки майбутнього вчителя початкової школи.

У процесі теоретичного дослідження за проблемою медіаосвіти майбутніх учителів було сформульовано дві взаємопов'язані умови ефективності застосування медіаосвіти у педагогічному ВНЗ: інтеграція медіаосвіти в зміст фахової педагогічної підготовки майбутнього вчителя початкової школи та введення спецкурсів медіаосвітньої спрямованості відповідно до спеціального (соціокультурного) напрямку медіаосвіти.

Реалізація цих умов передбачає:

- «у межах курсів з фахових та психолого-педагогічних дисциплін – включення медіаінформації у змістовне наповнення навчальних

занять, використання системи навчально-творчих завдань на матеріалі медіатекстів, використання проектних методик;

- у межах спецкурсів медіаосвітньої спрямованості – теоретичні та практичні заняття з творчими завданнями різного типу, цикл ігрових занять, виконання міні-проектів на матеріалі медіатекстів тощо» [2; 11; 10; 51].

Змістовне наповнення курсів з фахових та психолого-педагогічних дисциплін має включати навчальні матеріали, спрямовані на наступні медіаосвітні уміння:

- виділяти головне в інформаційному повідомленні, відокремлювати його від так званого «білого шуму»;
- розуміти цілі комунікації, спрямованість інформаційного потоку;
- розуміти навчальні завдання у різних формулюваннях та контекстах;
- аргументувати власні висловлювання;
- сприймати альтернативні точки зору та виказувати обґрунтовані аргументи «за» та «проти» кожної з них;
- знаходити помилки в інформаційних повідомленнях, вносити пропозиції щодо їх виправлення;
- знаходити потрібну інформацію у різних джерелах;
- систематизувати запропоновану або самостійно дібрану інформацію за заданими параметрами;
- збирати та систематизувати тривалий час (навчальний рік, семестр та ін.) тематичну інформацію;
- встановлювати асоціативні зв'язки між інформаційними повідомленнями;
- виокремлювати із запропонованої інформації ті чи інші дані та представляти їх у табличній або графічній формі;
- складати рецензії, анонси інформаційних повідомлень;

- переводити візуальну інформацію у вербальну знакову систему а навпаки;
- трансформувати інформацію, змінювати її обсяг, форму, знакову систему, носій та ін., виходячи з різних цілей комунікативної взаємодії та особливостей аудиторії.

Вказані медіаосвітні уміння слід віднести до метапредметних умінь, оскільки вони виходять за межі конкретного змісту тієї чи іншої навчальної дисципліни та виконують роль міждисциплінарних загально навчальних умінь та навичок. Таким чином, акцентується на формуванні навичок та вмінь роботи з медіатекстами як метапредметних професійних якостей майбутнього вчителя початкової школи [60, с. 236].

На заняттях з базових дисциплін елементами культурно-інформаційного середовища виступають:

- інформаційна мережа Інтернет,
- підручник,
- масова періодична преса,
- художня література,
- телебачення,
- відео,
- комп'ютер (навчальні програми, ігри, мультимедіа).

Організація навчальних занять з гуманітарних дисциплін та дисциплін психолого-педагогічного блоку передбачає використання варіативних завдань з урахуванням спеціалізації професійної підготовки студентів.

У межах курсу «Основи педагогічної майстерності» є чимало можливостей для відпрацювання навичок роботи з медіаінформацією. За темою «Культура педагогічного спілкування» або за темою «Взаємодія вчителя з батьками» пропонується розробити систему етичних бесід на матеріалах мас-медіа.

Звертаючись до організації позакласної роботи зі школярами акцентуємо увагу на телевізійних уподобаннях школярів різного віку. Так,

пропонуємо порівняти ціннісні орієнтації вітчизняних та зарубіжних мультиплікаційних фільмів, підкреслюючи, що, на жаль, мультфільми Уолта Діснея насправді пропагують цінності, які не співвідносяться із цінностями та моральними настановами нашого народу.

Заняття з методики викладання мовної освітньої галузі повинні включати аналіз рекламного матеріалу, пропонованого ЗМК, зокрема Інтернетом та телебаченням. Такі завдання викликають великий інтерес у майбутніх учителів, оскільки поєднують медіаосвітню підготовку та спрямованість на майбутню професійну діяльність вчителя початкової школи.

У даний час найбільш перспективною є тенденція до впровадження спеціального (соціокультурного) напрямку медіаосвіти.

З метою реалізації даного напрямку слід вводити спецкурси «Естетичне виховання школярів засобами медіа» та «Медіаосвіта школярів початкової школи».

Вибір саме Інтернет і телебачення як підґрунтя для залучення майбутніх учителів до медіаосвітньої діяльності, формування медіаграмотності студентської молоді обумовлено, по-перше, поліфункціональністю їх як одних з провідних ЗМК, по-друге, тим, що саме Інтернет займає перше місце у системі недейних уподобань сучасної молоді.

Студентам пропонується поглиблене вивчення особливостей створення інформаційних повідомлень різних ЗМК, а також аналіз ідеологічної функції ЗМК і їх тенденції до маніпулювання масовою свідомістю.

Для студентів – майбутніх викладачів образотворчих дисциплін насамперед важливим буде напрямок аналізу особливостей засобів виразності ЗМК, реалізації завдань естетичного виховання за допомогою медіа [63, с. 4].

Подібні можливості для поглибленого вивчення якої-небудь сторони повідомлень ЗМК можна виявити практично для будь-якої спеціальності педагогічного напрямку.

Особливе місце у роботі із студентами слід приділяти використанню навчально-творчих завдань, які розробляються з урахуванням існуючої практики проведення медіаосвітніх занять із школярами та студентами.

При проведенні семінарських занять можна запропонувати два цикли творчих завдань:

- 1) цикл завдань для розвитку в аудиторії навиків аналізу медіатексту;
- 2) цикл завдань для оволодіння креативними вміннями на матеріалі медіа.

Для розвитку креативних умінь на матеріалі медіа, зокрема на матеріалі телебачення, пропонуються літературно-імітаційні та образотворчо-імітаційні творчі завдання (за технологією О.Федорова). При застосуванні таких завдань відбувається освоєння категоріального поля медіаосвіти засобами телебачення, що включає такі поняття, як «фабула», «сюжет», «тема», «конфлікт», «композиція», «кадр», «план», «монтаж» ін.

За спрямованістю такі завдання можна прозділити на групи:

- 1) імітаційно-літературні (написання мінісценаріїв медіатекстов та ін.);
- 2) ситуативні (інсценування тих або інших епізодів медіатексту, процесу створення медіатексту і т.д.);
- 3) образотворчо-імітаційні (створення афіш, фотоколажів, малюнків на теми творів медіакультури і т.д.).

Літературно-імітаційні творчі завдання найбільш успішно реалізуються в ігровій формі. Так, наприклад, студентам пропонується ідентифікувати себе з сценаристами медіатекстов і написати:

- заявку на оригінальний сценарій (сценарний план) твору медіакультури будь-якого вигляду і жанру (репортаж зі Свята першого дзвоника, нарис «Школа майбутнього» тощо);



- сценарну розробку – «екранізацію» епізоду відомого літературного твору (відповідно до власних літературних уподобань);
- оригінальний мінісценарій твору медіакультури, пов'язаний із майбутньою педагогічною діяльністю;
- за написаним літературним мінісценарієм (або сценарною розробкою епізоду) підготувати «режисерський сценарій» твору медіакультури (фільм, радіо/телепередача, комп'ютерна анімація і т.д.): з позначкою системи планом;
- оригінальний текст (стаття, репортаж, інтерв'ю і ін.) для газети, журналу, інтернетного сайту.

У процесі виконання подібних завдань майбутні учителі початкової школи мають можливість на практиці познайомитися з такими важливими категоріями медіаосвіти, як «ідея», «тема», «заявка на сценарій», «фабула», «сюжет», «конфлікт», «композиція», «сценарій», «екранізація» і т.д.

Практичне заняття може включати такі елементи, як вступне слово педагога, який надалі спрямовував свою діяльність не як джерело інформації, а як консультант, помічник у реалізації студентами своїх власних проектів, власних творчих здібностей.

Оскільки зазначені завдання мають практико-орієнтовану спрямованість, то студенти, майбутні учителі початкової школи повинні бути готові до того, щоб розглядати такі завдання в контексті майбутньої діяльності із школярами різного віку.

Написані у процесі занять мінісценаріїв, інтернетних сайтів пропонуються для колективного обговорення, кращі з них рекомендувалися для використання під час педагогічної практики.

Робота над завданнями медіаосвітньої спрямованості вимагає від студентів аналізу ресурсного забезпечення медіаосвіти, оскільки пропонується оцінити матеріальні можливості ЗВО (а у майбутньому й загальноосвітньої школи) щодо використання тієї чи іншої медіатехніки, декорацій, приладів тощо) [39, с. 302].

Разом з тим, слід підкреслити, що наявні сьогодні можливості мультимедійних технологій, сучасних інформаційних технологій дозволяють не обмежувати фантазію, оскільки за допомогою комп'ютера, відеоприладів, Інтернету існує реальна можливість випробувати себе у різних ролях (режисер, оператор тощо). При цьому сучасна техніка дозволяє проектувати та реалізувати різні, навіть найфантастичніші сюжети та задуми.

Таким чином, навчально-творчі завдання, побудовані за логікою літературно-імітаційних завдань дозволяють майбутнім учителям початкової школи випробувати себе у ролі автора-сценариста в створенні медіатекстів різної спрямованості, розвивати творчі здібності, уяву та фантазію. Підкреслимо також, що завдання такої спрямованості відіграють особливу роль у розвитку мовлення, комунікативних здібностей студентів, що є надзвичайно важливим в умовах об'єктивного скорочення мовленнєвої практики молоді в сучасних умовах організації навчально-виховного процесу у ЗВО (превалювання письмових заліків та іспитів, значне скорочення кількості практичних занять тощо).

Відпрацювання мовленнєвих навичок, культури педагогічної взаємодії на заняттях розглядаються як логічне продовження процесу формування педагогічної культури майбутнього вчителя початкової школи. Необхідність виконання літературно-імітаційних завдань спонукає студентів до формування вміння лаконічно формулювати сценарний задум, відстоювати свою точку зору у процесі колективного обговорення. Внаслідок цього розвивається індивідуальне, творче мислення, що відповідає інтерпретаційно-творчому критерію сформованості медіаграмотності [93, с. 90].

У процесі роботи над формуванням медіаграмотності майбутніх учителів початкової школи використовуються ситуативні творчі завдання, виконання яких передбачає підготовку та презентацію власних медіатекстів на матеріалі телебачення та інших ЗМК (короткометражні фільми,

телепередачі, радіопередачі, стаття в газеті, повідомлення для Інтернет-сайту, веб-сайт та ін.).

Психолого-педагогічним підґрунтям підготовки та проведення занять ситуативного характеру виступає методика організації та проведення рольових ігор, включення майбутніх учителів у квазіпрофесійні педагогічні ситуації (відповідно до методології контекстного навчання А.Вербицького).

Так, ситуативне заняття за логікою рольової гри передбачає розподіл ролей: «режисерів», «операторів», «дизайнерів», «акторів» мінісценаріїв і сценарних епізодів.

Щодо тематики таких рольових ігор, то вона визначається інтересами студентів у сучасній соціальній та культурній галузі (конференція «Молодь і мода», круглий стіл «Політика – це молодіжна справа?», теледебати «Освіта майбутнього» і т. ін.), спрямованістю на майбутню педагогічну діяльність (відеофільм «Приватна школа: очима дітей та батьків», Інтернет-сайт, присвячений педагогічним інноваціям сучасності, телепередача «Діти-індіго: міф чи реальність?» і т. ін.).

Відзначимо, що конкретика рольових ігор зумовлена в тому числі й впливом сучасних ЗМК, які намагаються активно впливати на молодіжну аудиторію.

Етапи виконання ситуативних завдань включають підготовчий (сценарний) період, репетиційний період та безпосередню практичну роботу із створення оригінального медіатексту. У процесі роботи із студентами слід враховувати ідеї О.Федорова щодо створення «авторських» команд, які змагаються між собою, виконуючи ситуативне завдання на одну й ту ж тему, за одним й тим же сценарієм тощо. Момент колективного оцінювання, обговорення вважається вкрай необхідним саме з точки зору формування критичного мислення як одного з показників медіаграмотності [49, с. 18].

Роль педагога в процесі виконання аудиторією подібних завдань зводиться до демонстрації основ функціонування медіатехніки (відеозйомки, відеозаписи і відеопроєкції, роботи з комп'ютером), до

тактової корекції ходу виконання завдань й участі в обговоренні отриманих результатів. Іншими словами, аудиторії надається як можна більший простір для фантазії, уяви, пошуку виразу індивідуальності свого мислення, творчості.

О.Федоров пропонує використовувати наступні завдання:

- журналістські (ведення телепередач, інтерв'ю, репортажів з місця події, практичне макетування Інтернет-газети або журналу, включення в сайт підготовлених раніше текстів);
- режисерські (загальне керівництво процесом зйомки згідно режисерської розробки мінісценарію: вибір акторів (телеведучих), визначення головних акторських, операторських, оформлювальних, звуко-музичних, кольорових рішень, урахування жанрово-стилістичних особливостей твору і т. д.);
- робота працівників освітлення (використання можливостей розсіяного, направленою, штучного і природного світла, і т.д.);
- звукооператори (використання шумів, музичного супроводу і т.д.);
- декоративно-художнє (використання природних декорацій, костюмів, дизайн Інтернет-сайтів, комп'ютерної анімації і т.д.);
- акторські (виконання ролей в навчальному відеофільмі, телепередачі);
- електронних спецефектів (використання можливостей сучасної відео і комп'ютерної техніки при створенні медіатексту) [89, с. 213].

Забезпечення сучасних ЗВО комп'ютерною технікою, мультимедійним обладнанням дозволяє безпосередньо у процесі виконання завдання здійснювати корекцію, змінювати, вдосконалювати ті чи інші творчі рішення (робота з монітором, відеокамерою і т.п.). Таке технічне забезпечення дозволяє не лише оптимізувати виконання певного завдання з технічної точки зору, а, на нашу думку, насамперед забезпечує варіативний підхід до одного задуму медіатексту, можливості колективного пошуку

найкращого варіанту. Це стосується й «акторських» відеопроб, і «режисерської» діяльності, і дизайнерської роботи щодо оформлення конкретної медійної продукції.

Відзначимо також, що окрім ігрових сюжетів на практичних заняттях можливо здійснення творчих задумів аудиторії і у галузі документальних, анімаційних медіатекстів і т.д. Зрозуміло, що підготовлені студентами документальні відео- та телероботи не можуть претендувати на професійний рівень і не спрямовані на створення довершених творів медіа культури. Однак, особистісна зацікавленість і медіаформою і сюжетною лінією педагогічного характеру надає роботі професійно-орієнтованій спрямованості, особистісної зацікавленості щодо конкретного творчого результату. Таким чином, ми постійно наголошуємо, що важливий не результат, а процес розвитку творчого потенціалу, формування медіаграмотності, набуття знань, умінь і навичок у галузі сучасних ЗМК.

У цілому, введення до практичних занять творчих завдань різного типу дозволяє спрямувати аудиторну та позааудиторну роботу на формування відповідних компонентів медіаграмотності, які аналізуються через визначені критерії (мотиваційний, контактний, інформаційний, інтерпретаційно-творчий):

- знання категоріального поля медіаосвіти, особливостей створення медіатекстів (зокрема телевізійних), функцій авторів медіа повідомлень різних жанрів в видів (інформаційний критерій),
- усвідомлення варіативності мотивів спілкування із медіа (пізнавальні, емоційні, художні, гедоністичні та ін.) (мотиваційний критерій),
- творчі здібності у різних формах сприйняття, створення медіа текстів (інтерпретаційно-творчий критерій).

Введення ігрової форми проведення занять зі студентами дозволяє створити позитивну психологічну атмосферу, стимулювало виявлення фантазії, творчого мислення кожного студента.

Показником ефективності виконання ситуативних творчих завдань можна вважати здатність студента на власному досвіді в ігровій формі практично освоїти ази створення медіатексту.

Відповідно до класифікації навчально-творчих завдань О.Федорова у процесі роботи із студентами слід використовувати образотворчо-імітаційні творчі завдання.

Відповідно до реального процесу функціонування творів медіакультури, який включає етап презентації, реклами того чи іншого медіатексту, пропонуються творчі завдання, що спрямовані на розвиток уяви, фантазії, асоціативного мислення:

- створення афіші-реклами власного медіатексту (оригінальний малюнок, колаж, графічна дизайнерська робота для Інтернет-сайту та ін.);
- створення малюнків і колажів на тему сучасних творів медіакультури;
- створення мальованих коміксів за мотивами тих або інших медіатекстів, розрахованих на певну вікову аудиторію.

Особливий інтерес в аудиторії викликає створення коміксів, зокрема на педагогічну тематику. Це можна пояснити, по-перше, значним поширенням коміксів як лаконічного та оперативного жанру медіа культури сучасності і, по-друге, природним потягом молоді до жартів, гумористичного світосприйняття.

Будь-яке завдання образотворчо-імітаційного характеру обов'язково проходить ситуацію публічної презентації, публічного захисту, обговорення, що сприяло подальшому формуванню навичок критичного аналізу та самоаналізу медіатекстів, уміння комунікативної взаємодії із однолітками, партнерами по творчому процесу[62, с. 141].

Завдання образотворчо-імітаційного характеру включають відпрацювання навичок передачі у невербальній формі тих чи інших вражень від сприйняття творів медіакультури.

Важливим компонентом медіаграмотності майбутнього вчителя виступають вміння та навички сприйняття медіатекстів, творів медіакультури. Такий напрямок роботи реалізовано:

- 1) за допомогою обговорення медіатекстів професійних авторів;
- 2) те ж саме, але з попереднім циклом практичних творчих завдань, що вводили аудиторію в лабораторію створення медіатекстів [39, с. 303].

Другий варіант є продуктивнішим. Після занять творчого характеру майбутні учителі початкової школи не тільки більш вільно володіють специфічною термінологією, але й більш продуктивно виявляють ті чи інші творчі здібності, які можуть надалі реалізовуватися не лише у процесі роботи над матеріалом мас-медіа. Обговорення текстів медіа є компонентом практично усіх відомих концепцій медіаосвіти, оскільки без наявності умінь описати свої враження не можна говорити про повноцінний аналіз медіатексту.

Практичні заняття медіаосвітньої спрямованості включають обов'язкові завдання на розвиток у студентів повноцінного сприйняття медіатекстів.

Прикладами таких завдань можуть бути завданням на відновлення в пам'яті динаміки просторово-часових, аудіовізуальних образів кульмінаційних епізодів творів медіа культури (як позитивного, так й негативного характеру).

У даному випадку ми спираємося на висловлену Ю.Усовим тезу про те, що «сприйняття звуко-зорового образу» – це візуальне переживання темпу, ритму, підтексту пластичної форми кінорозповіді. Результатом такого переживання є певні асоціації, що виникають внаслідок сприйняття цілісного образу медіатексту, усвідомлення авторської концепції, значущості художньої ідеї.

У процесі розробки практичних занять можуть бути використані методичні матеріали з досліджень О.Мурюкіної, О.Федорова, О.Шарикова та ін.

Приклади завдань.

1) Моделювання сюжетних стереотипів. Кожна команда (5-6 людей) вибирає жанр, в якому суперники мають «працювати». Вихідна позиція пов'язана із тим, що структура фабул багатьох медіатекстів доволі схожа:

Герой/героїня	Фактор змін	Проблема	Пошуки рішень проблеми	Повернення до стабільності
---------------	-------------	----------	------------------------------	----------------------------------

2) Розробка концептуальної основи видання про кінематограф (телебачення). Необхідно визначити основні параметри: аудиторія, на яку розраховане видання, частота видання, жанрові переваги, форми взаємодії із читачами, оформлення обкладинки тощо).

3) Прес-конференція із «зірками» кіно/телесеріалів. Підготувати питання відповідно до концептуальної основи того чи іншого видання.

4) Створення сценарної схеми кінофільма, телефільма. Найважливіше – це формулювання критеріїв ефективності.

Методика реалізації імітаційних творчих завдань ґрунтується на ігрових, проблемних і ролевих елементах.

З метою засвоєння таких понять як «установка на медіасприйняття», «процес медіасприйняття», «умови медіасприйняття», «співпереживання», «співтворчість», «рівні медіасприйняття», «типологія медіасприйняття», «система емоційних перепадів», «феномен масового успіху», «функції медіакультури» і т.д., важливих для розуміння теми, аудиторії пропонується:

- описати основні ознаки кращої (гіршої) установки на сприйняття конкретного твору медіакультури;



- описати кращі (гірші) об'єктивні (обстановка під час перегляду і т.д.) і суб'єктивні (настрій, індивідуальні психофізіологічні дані і т.д.) умови сприйняття медіатекстів;
- скласти розповідь від імені головного героя або другорядного персонажа медіатексту: із збереженням особливостей його характеру, лексики і т.п.
- поставити героя медіатекста в змінену ситуацію (із зміною назви, жанру, часу, місця дії медіатексту, його композиції: зав'язки, кульмінації, розв'язки, епілогу і т.д.; віку, статі, національності персонажа і т.д.);
- скласти розповідь від імені одного з неживих предметів, що фігурують в медіатексті, змінивши тим самим ракурс оповідання в парадоксальну, фантастико-ексцентричну сторону;
- пригадати прозаїчні, поетичні, театральні, живописні, музичні твори, що асоціюються з тим або іншим твором медіакультури, обґрунтувати свій вибір;
- скласти монологи (листи в редакції газет і журналів, на телебачення, в Міністерство культури і т.п.) представників аудиторії з різними віковими, соціальними, професійними, освітніми і іншими даними, що знаходяться на різних рівнях медіасприйняття (первинна ідентифікація, вторинна ідентифікація, комплексна ідентифікація, орієнтація на розважальну, рекреативну, компенсаторну і інші функції медіакультури і т.д.);
- на прикладі конкретного медіатексту масової (популярної) культури розкрити суть механізму «емоційного маятника» (чергування епізодів, що викликають позитивні (радісні, веселі) і негативні (шокові, сумні) емоції у аудиторії, тобто опора на психофізіологічну сторону сприйняття);
- за списком найпопулярніших медіатекстів спробувати обґрунтувати причини їх успіху (опора на міф, фольклор, жанр,

систему емоційних перепадів, наявність розважальної, рекреаційної, компенсаторної і інших функцій, щасливий кінець, авторська інтуїція і т.д.);

- за рекламними анотаціями (роліками) скласти прогноз глядацького успіху нових медіатекстів [39, с. 305].

Кажучи про умови медіасприйняття, студенти можуть звернутися до власного глядацького досвіду, відзначаючи, як істотно порушується сприйняття при неетичній поведінці частини глядачів в кінотеатрі, інтернет-клуби (гучні розмови, шум, хуліганські витівки і т.д.), при похмурому, пригніченому настрої глядача і т.п.

Ігрове заняття по складанню «розповіді від імені героя» проводиться на конкурсній основі. Спочатку аудиторія знайомиться з конкретним медіатекстом, потім - пише розповіді від імені головних або другорядних його персонажів, а потім проводиться колективне обговорення отриманих результатів, визначаються найбільш вдалі, близькі до оригіналу розповіді. Так досягається мета занять: аудиторія проникає в лабораторію авторів твору медіакультури.

Важливу роль у формуванні умінь сприйняття і подальшого аналізу творів медіакультури грають творчі завдання, направлені на зміну різних компонентів творів. Студенти придумують, а потім обговорюють різні варіанти назв медіатекстів, переконавшись при цьому, як істотно змінюється сприйняття однієї і тієї ж історії, вирішеної в тому або іншому жанрі. Міняючи в своїх роботах час і місце дії, жанр, композицію медіатексту, студенти можуть проявити свої творчі здібності, фантазію уява [45, с. 30].

Показником виконання творчих завдань «розповідь від імені героя», «герой в зміненій ситуації» є здатність студенти ототожнити себе з персонажем, зрозуміти і вербально відтворити його психологію, лексику, обґрунтувати мотиви його дій і вчинків (включаючи уявні, відсутні в реальному творі). Показником ефективності творчих занять, що виявляють зв'язки між різними творами різних мистецтв, є розвиненість у студента

асоціативного мислення, розуміння їм взаємозв'язки звукових, зорових, просторових, тимчасових, звукозорових і просторово-часових мистецтв різноманітних видів і жанрів.

У результаті весь комплекс занять творчого характеру служить доповненням до знань і умінь, одержаних аудиторією на попередніх заняттях: у студентів розвиваються пізнавальні інтереси, фантазія, уява, асоціативне, творче, критичне, індивідуальне мислення, аудіовізуальна письменність. Одержані знання і уміння з'єднуються з поняттями з курсів літератури (тема, ідея, сюжет і т.д.), світової художньої культури (колір, світло, композиція, ракурс і ін.), музики (темп, ритм і ін.). Аудиторія глибше засвоює такі поняття як установка на сприйняття, співпереживання герою, ідентифікація і т.д.

Практичному засвоєнню типології медіасприйняття сприяють творчі завдання, що пропонують аудиторії імітувати листи різного роду інстанції, написані від імені представників аудиторії різного віку, рівня освіти, художнього сприйняття і смаку і т.д. Показником засвоєння матеріалу може служити здібність до ідентифікації з уявним реципієнтом, що володіє тим або іншим рівнем сприйняття творів медіакультури [28, с. 198].

Методика проведення ситуативних творчих занять заснована на етюдах, що театралізуються, пов'язаних з тими ж поняттями і проблематикою, що і на етапі імітаційних занять. Обидва етапи взаємно доповнюють один одного, розвивають різні сторони креативних здібностей аудиторії.

За аналогією з послідовністю імітаційних занять аудиторії пропонується:

- розіграти акторськими засобами різні варіанти установки на сприйняття (наприклад, вступне слово провідного відео/кіноклубу);
- розіграти етюди, що театралізуються, на тему об'єктивних і суб'єктивних умов медіасприйняття і т.д.

Розігруючи дані етюди, можна імітувати галасливу поведінку аудиторії під час перегляду, стресові ситуації, одержані глядачами напередодні контакту з медіатекстом (крупний виграш в лотерею, відрахування з школи і т.д.), діалогами, суперечками декількох представників різних типів сприйняття. Словом, у веселій формі глибше осягати особливості процесу сприйняття творів медіакультури.

У цілому ж весь комплекс занять з розвитку медіасприйняття готує аудиторію до наступного етапу - аналізу медіатекстів.

Важливого значення у процесі роботи із студентами набувають заняття, спрямовані на розвиток у аудиторії вміння аналізу медіатекстів.

Основні етапи даного циклу виглядають таким чином:

- виявлення і розгляд змісту епізодів медіатекстів, з максимальною яскравістю тих, що утілюють характерні закономірності твору в цілому;
- аналіз логіки мислення авторів медіатекста: у розвитку конфліктів, характерів, ідей, аудіовізуального, просторово-часового ряду, монтажу і т.д.;
- визначення авторської концепції і обґрунтування особистого ставлення кожного студента до тієї або іншої позиції авторів медіатекста [39, с. 306].

Методична реалізація даних етапів ґрунтується на циклі практичних занять, присвячених аналізу конкретних медіатекстів.

При цьому, треба, по-перше, йти від простого до складнішого: спочатку вибирати для обговорення, аналізу ясні по фабулі, авторській думці, стилістиці медіатексти. А по-друге, - прагнути врахувати жанрові, тематичні переваги аудиторії.

Зрозуміло, тут знов використовуються творчі, ігрові, евристичні і проблемні завдання, що істотно підвищують активність і зацікавленість аудиторії.

Евристична форма проведення заняття, в ході якої аудиторії пропонується декілька помилкових і вірних думок, істотно полегшує для аудиторії аналітичні завдання і служить як би першим ступенем до подальших ігрових і проблемних форм обговорення медіатекстів.

В ході реалізації евристичних підходів методики проведення занять аудиторії пропонуються:

- справжні і помилкові трактування логіки авторського мислення на матеріалі конкретного епізоду медіатексту;
- вірні та невірні варіанти авторської концепції, що розкривається в конкретному медіатексті.

Подібна евристична форма проведення занять особливо ефективна в аудиторії із слабкою початковою підготовкою, з переважною відсутністю особового початку, незалежного, самостійного мислення. Такій аудиторії, поза сумнівом, потрібні опорні тези, на базі яких (плюс власні доповнення і т.д.) можна сформулювати ту або іншу аналітичну думку.

Важливого значення у процесі медіаосвіти майбутніх учителів початкової школи набувають форми роботи критичного характеру [60, с. 218]:

- зіставлення і обговорення рецензій (статей, книг) професійних медіакритиків, журналістів;
- підготовка рефератів, присвячених теоретичним проблемам медіакультури;
- усні колективні обговорення (за допомогою проблемних питань педагога) медіатекстів;
- письмові рецензії студентів на конкретних медіатексти різних видів і жанрів.

Логіка послідовності творчих завдань виходить з того, що критичний аналіз медіатекстов починається із знайомства з роботами медіакритиків-професіоналів (рецензії, теоретичні статті, монографії, присвячені

медіакulturе і конкретним медіатекстам), за якими аудиторія може судити про різні підходи і форми такого роду робіт.

Аудиторія шукає відповіді на наступні проблемні питання:

У чому автори рецензій бачать переваги та недоліки даного медіатексту?

Наскільки глибоко рецензенти проникають в задум автора?

Чи згодні ви чи ні з тими або іншими оцінками рецензентів? Чому?

Чи є у рецензентів свій індивідуальний стиль?

Якщо так, то в чому він виявляється (стилістика, лексика, доступність, наявність іронії, гумору і т.п.)?

Медіатексти якої тематичної, жанрової спрямованості підтримує автор статті, книги? Чому?

Чому автор побудував композицію своєї книги так, а не інакше? і т.д.

Потім - робота над рефератами. І тільки потім - самостійне обговорення медіатекстів.

Заняття по формуванню умінь аналізу і синтезу медіатекстів направлені на тренування пам'яті, на стимуляцію творчих здібностей майбутніх учителів, на імпровізацію, самостійність, культуру мислення, здатність застосувати одержані знання в нових педагогічних ситуаціях, на психологічну, етичну роботу, роздуми про моральні і художні цінності і т.д.

Загальна схема обговорення медіатексту:

- вступне слово викладача (мета - дати коротку інформацію про авторів медіатексту, нагадати попередні їх роботи, щоб аудиторія могла вийти за рамки конкретного твору і звернутися і до інших творів цих авторів; якщо є в тому необхідність, зупинитися на історичному або політичному контексті подій, у жодному випадку не стосуючись художніх, етичних і інших оцінок авторської позиції, і, зрозуміло, не переказуючи фабулу твору), тобто установка на медіасприйняття;
- колективне читання медіатексту (комунікативний етап);

□ обговорення медіатексту, підбиття підсумків заняття [39, с. 302].

Обговорення медіатекстов починається (згідно рекомендаціям Ю.Усова) з щодо простіших для сприйняття творів масової (популярної) культури з наступними етапами:

- вибір епізодів, що найбільш яскраво виявляють художні закономірності побудови всього фільму;

- аналіз даних епізодів (спроба розібратися в логіці авторського мислення - в комплексному, взаємозв'язаному розвитку конфлікту, характерів, ідей, звукозорового ряду і т.д.);

- вияв авторської концепції і її оцінка аудиторією.

Завершується обговорення проблемно-перевірочним питанням, що визначає ступінь засвоєння аудиторією одержаних умінь аналізу медіатекста (наприклад: З якими відомими вам медіатекстами можна порівняти даний твір? Чому? Що між ними загального? і т.д.).

Показником здатності аудиторії до аналізу аудіовізуальної, просторово-часової структури медіатекстів є уміння осмислення багат шаровості образного світу, як окремих компонентів, так і твору в цілому: логіки звукозорового, пластичного розвитку думок авторів в комплексній, цілісній єдності різноманітних засобів організації зображення і звуку.

Відомо, що одне з основних завдань медіаосвіти в сучасних умовах – формування і розвиток у аудиторії критичного мислення щодо тих або інших медіатекстів, поширюваним по каналах масової комунікації.

Проте розвиток у аудиторії критичного мислення неможливий без попереднього її знайомства з типовою метою, методами і прийомами маніпулятивного медіавпливу, його соціально-психологічними механізмами, без проблемного аналізу інформації. Знаючи конкретні прийоми подібної дії, що вчаться зможуть критично сприймати будь-яку інформацію, що поступає по каналах преси, телебачення, кінематографа, радіо, Інтернету і т.д.

Маніпулятивна дія медіа на аудиторію здійснюється на різних рівнях:

- психофізіологічний рівень дії на прості емоції, коли на підсвідомому рівні разом з діями персонажа медіатексту приймається і світ, в якому, наприклад, мета виправдовує засоби, а жорстокість і насильство сприймаються, як щось природне;
- соціально-психологічний рівень, заснований багато в чому на ефекті компенсації, коли читачу, слухачу, глядачу дається ілюзія здійснення своїх заповітних бажань шляхом ідентифікації з персонажем медіатексту;
- інформаційний рівень, суть якого у віддзеркаленні корисних для аудиторії утилітарно-побутових відомостей: як досягти успіху в любові, уникнути небезпеки, зуміти постояти за себе в критичній ситуації і т.п.
- естетичний рівень, розрахований на «просунуту» частину аудиторії, для якої формальна майстерність творців медіатексту може служити основою для виправдання, наприклад, натуралістичного зображення насильства і агресії, якщо вони подані естетизовано, неоднозначне, амбівалентне і т.д. [46, с. 82]

Таким чином, технологія формування медіаграмотності майбутніх учителів початкової школи являє собою комплекс, що включає:

- результати навчання, що плануються, і які полягають в формуванні медіаграмотності майбутніх учителів;
- методи діагностування поточного стану медіа грамотності студентської молоді (анкетування, спостереження, тестування, рецензування, аналіз продуктів творчої діяльності студентів та ін.),
- модель навчання, що включає три блоки:
  - 1) підготовчий – констатація рівня сформованості медіаграмотності майбутніх студентів, їх здатності до критичного аналізу медіа текстів різного рівня та спрямування, оскільки без цього не можна об'єктивно оцінювати успішність діяльності студентів за запропонованим



спецкурсом. Важливо також з'ясувати медійні переваги студентів, їх уподобання в галузі телебачення (жанрові, тематичні та інші мотиви звернення до медіатекстів телебачення та інших ЗМК), що дозволить максимально забезпечити особистісно орієнтований підхід у взаємодії із студентами та досягти варіативності навчальних занять;

- 2) основний – а) знайомство майбутніх педагогів із основними питаннями історії та теорії медіа культури, характерними особливостями сучасної соціокультурної ситуації, розвиток навичок аудіовізуального сприйняття та умінь аналізу медіа текстів різного рівня (насамперед, на матеріалі телебачення), б) практичні заняття, спрямовані на оволодіння студентами творчими уміннями на матеріалі різних ЗМК (однак, переважно телебачення),
- 3) заключний етап (результативно-оцінний етап): з'ясування рівні медіа грамотності майбутніх учителів, формулювання рекомендацій щодо подальшої траєкторії становлення медіа культури кожного студента [58, с. 278].

Практичні заняття включають різні творчі завдання, моделювання педагогічних ситуацій, що допомагали студентам поглибити знання у галузі медіа культури, сприяли підвищенню рівня медіаграмотності, спрямовували їх діяльність на перспективу, тобто на майбутню професійну педагогічну діяльність.

Зазвичай хід заняття будується таким чином:

1. Вступна частина (3-5 хвилин). Вступне слово викладача. Цільові настанови, створення позитивної психологічної атмосфери, сприятливої мотивації та творчу взаємодію.
2. Основна частина (30-35 хвилин).
  - 2.1. Творче завдання, конкурс з метою повторення та закріплення робочого матеріалу.
  - 2.2. Демонстрація та аналіз завдань, виконаних самостійно.

2.3. Лекція викладача за основними позиціями нової теми, що включає дискусійні, проблемні питання, звернення до теле- та відеосюжетів.

2.4. Виконання творчих завдань відповідно до структурних частин спецкурсу.

3. Заключна частина (5-7 хвилин). Аналіз результатів заняття, рефлексивна діяльність студентів щодо активності, творчої спрямованості, позитивних та негативних емоційних моментів заняття.

На різних дисциплінах студентам можна пропонувати підготувати реферат медіа освітньої тематики.

Теми рефератів для студентів:

- Педагогіка і медіа в епоху цифрових технологій.
- Людина ХХІ ст. - «homo sapiens» чи «homo televisius»?
- Соціальна інфантильність та телевізійне споживання людини у медіасвіті.
- Реклама – носій морально-естетичних цінностей.
- Телебачення як інформаційна та соціопсихологічна складова життєвого простору сучасного школяра та студента.
- Особливості телевізійного дискурсу.
- Роль соціальної міфології у телевізійному просторі сучасного школяра.
- Молодіжна субкультура на телевізійному екрані.
- Психолого-педагогічні умови впливу віртуального зображення на особистість.
- Телебачення та маніпулятивна функція ЗМІ.
- Вплив ЗМІ на формування культури мовлення сучасної молоді.
- Психологічний портрет телевізійної програми для дітей та молоді.
- Екологія телевізійної реклами на сучасному етапі.

- Проектування телевізійного середовища для школярів різного віку.
- Педагогічні умови використання телевізійного образу у вихованні дітей.
- Телекомунікація як фактор соціалізації сучасних школярів.
- Методика створення та використання естетично орієнтованого медіатексту у навчально-виховному процесі середньої школи.
- Діалог та співавторство юнацької аудиторії та тележурналіста.
- Естетика віртуального зображення у сучасній педагогіці мистецтва.
- Теорія соціального навчання та її відображення у телевізійних програмах для дітей.
- Вікова динаміка телевізійних орієнтацій школярів.
- Вплив телебачення на формування ціннісних орієнтацій сучасних підлітків.
- Медіаосвіта як компонент художньо-естетичного виховання сучасних школярів.

Ефективність занять залежить від наступних організаційних умов: забезпечення студентів дидактичним матеріалом, використання мультимедійної апаратури (телевізор, відео, музичний центр та ін.), застосування різноманітних форм проведення занять, здійснення диференційованого підходу до студентів, а також проведення поточного контролю, періодичних зрізів медіа грамотності майбутніх учителів.

## ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

З урахуванням визначених особливостей медіаосвіти майбутніх учителів, значення медіаграмотності в процесі становлення професійної культури педагога були визначені критерії сформованості медіаграмотності (мотиваційний, контактний, інформаційний, інтерпретаційно-творчий) та відповідні рівні (високий, середній та низький).

Застосування комплексу діагностичних методик (анкетування студентів, учителів-практиків, тестування) на констатувальному етапі експериментальної роботи дозволило зробити висновок про недостатню увагу до соціокультурного потенціалу медіаосвіти в сучасних закладах освіти різного рівня, у превалюванні спрощеного підходу до визначення місця ЗМК у змісті та методичному забезпеченні процесу навчання й виховання учнівської молоді (наголошується здебільшого на інформаційній функції ЗМК, їх ілюстративних можливостях). Зазначимо, що надзвичайно поширеною серед учителів-практиків є позиція щодо абсолютизації негативного впливу ЗМК, особливо телебачення, Інтернету на формування дітей та юнацтва, деструктивної ролі медіа в процесі виховання учнівської молоді.

Результати констатувального етапу свідчать про значний пріоритет Інтернету та телебачення серед медійних уподобань студентів. Відповіді студентів зазначили наявність протиріччя щодо місця преси в системі власного інформаційно-комунікативного простору (3-є рангове місце) та в майбутній педагогічній роботі (5-е рангове місце). За даними опитування, жоден зі студентів не відчуває необхідності у вивченні ЗМК як самостійного об'єкта, що значно актуалізує необхідність формування відповідної мотивації, потреби в опануванні медіаграмотністю як складової професійної педагогічної культури.

На підставі теоретичного аналізу досліджуваної проблеми, результатів констатувального етапу експерименту були обґрунтовані педагогічні умови

та визначені провідні форми й методи застосування медіаосвіти в процесі професійної підготовки педагога.

Визначені педагогічні умови передбачають: у межах курсів з фахових та психолого-педагогічних дисциплін – включення медіаінформації у змістовне наповнення навчальних занять, використання системи навчально-творчих завдань на матеріалі медіатекстів, використання проектних методик; у межах спецкурсів медіаосвітньої спрямованості – теоретичні та практичні заняття з творчими завданнями різного типу, цикл ігрових занять, виконання міні-проектів на матеріалі медіа текстів тощо.

Урахування поліфункціональності сучасних ЗМІ зумовлює достатню варіативність форм і методів застосування медіаосвіти у професійній підготовці майбутнього вчителя. Відповідно до обраної в дослідженні інтегративної концепції медіаосвіти та з урахуванням концептуальних позицій відомого дослідника О. Федорова була визначена типологія та розроблені алгоритмічні варіанти побудови навчально-творчих завдань, що пропонувалися в межах курсів фахової та психолого-педагогічної підготовки. Відзначимо такі групи завдань: «deskриптивні» (переказ медіатексту), «особистісні» (опис відносин, емоцій, спогадів, асоціацій, що викликає медіатекст, зокрема телевізійний), «аналітичні» (аналіз структури медіатексту, мовних особливостей, точок зору, авторських концепцій тощо), «класифікаційні» (визначення місця конкретного медіатексту в соціокультурному контексті), «пояснювальні» (формування суджень про медіатекст у цілому або про його частини), «оцінні» (формування суджень про особливості, специфіку медіатексту на основі особистісних, естетичних, моральних або формальних критеріїв).

## ВИСНОВКИ

У кваліфікаційному дослідженні наведено теоретичне узагальнення та практичне розв'язання наукової проблеми застосування медіаосвіти в процесі професійної підготовки майбутніх учителів, що виявилось в обґрунтуванні педагогічних умов застосування медіаосвіти майбутніх учителів початкової школи.

Аналіз науково-педагогічної літератури з проблеми дослідження дає підстави стверджувати, що медіатизований простір становить середовище життєдіяльності сучасної людини, у якому засоби масової комунікації, нові технології мультимедіа включені в усі сфери професійного, громадського життя суспільства. Значення ЗМК (друковані засоби, відеопродукція, телебачення, радіомовлення, Інтернет) у формуванні ціннісних орієнтацій дітей та молоді, становленні соціального досвіду та навичок соціокультурної взаємодії із суспільством зумовлює міждисциплінарний статус вивчення ЗМК, медіаосвіти в цілому. Наукові позиції філософії, соціології, культурології, педагогіки, психології складають теоретико-методологічні засади визначення сутності, особливостей медіаосвіти у професійному становленні майбутнього вчителя.

На підставі аналізу сучасної філософської, культурологічної, психолого-педагогічної літератури визначено, що медіаосвіта – це процес розвитку особистості засобами й на матеріалі засобів масової комунікації (медіа), формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних умінь, критичного мислення, умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу та оцінки медіатекстів, навичок творчого самовираження на основі сучасних медіа. Пріоритетними у дослідженні визнані семіотична, культурологічна, естетична теорії медіаосвіти, концепція розвитку критичного мислення.

Медіаосвіта майбутніх учителів початкової школи здійснюється в культурно-інформаційному середовищі вищого педагогічного навчального

закладу, яке є відкритою системою з існуванням педагогічно упорядкованих та неупорядкованих джерел інформації, що впливають на особистісне і професійне становлення майбутнього педагога.

Основні тенденції розвитку культурно-освітньої системи України, розширення інформаційно-комунікативного простору, орієнтація у професійній підготовці майбутнього вчителя на компетентнісний підхід, зокрема на такі ключові компетенції, як комунікативна, соціально-інформаційна, міжкультурна зумовлює включення медіаграмотності до компонентного складу професійної педагогічної культури майбутнього вчителя початкової школи.

Медіаграмотність майбутнього вчителя початкової школи передбачає знання закономірностей сприйняття і розуміння інформації, психологічних аспектів впливу медіа на спосіб життя, стосунки та цінності особистості, використання ключових концепцій медіаосвіти для аналізу медіатекстів, формування умінь і навичок пошуку інформації, інтерпретації та критичного аналізу медіатекстів, створення власних медіатекстів, адекватних завданням і умовам комунікації. Важливими визнано також формування навичок роботи з комп'ютерними мережами, зокрема з Інтернетом, з електронними банками інформації тощо.

Особливості сучасного культурно-освітнього простору, теоретико-методологічні засади аналізу проблем дослідження дозволили виділити такі критерії сформованості медіаграмотності майбутнього вчителя: мотиваційний, контактний, інформаційний, інтерпретаційно-творчий. Застосування комплексу діагностичних методик (анкетування студентів, учителів-практиків, тестування) на констатувальному етапі експериментальної роботи дозволило зробити висновок про недостатню увагу до соціокультурного потенціалу медіаосвіти в сучасних закладах освіти різного рівня, у превалюванні спрощеного підходу до визначення місця ЗМК у змісті та методичному забезпеченні процесу навчання й

виховання учнівської молоді (наголошується здебільшого на інформаційній функції ЗМК, їх ілюстративних можливостях).

У дослідженні наголошується на спрямованості медіаграмотності на розвиток метапредметних професійних якостей майбутнього вчителя, які забезпечують формування метазнань та способів дії із цими знаннями як умови вільного оперування особистістю інформацією в будь-якому проблемному полі. Ідея метапредметних професійних якостей ґрунтується на сучасних позиціях науковців щодо необхідності формування вміння самостійно здобувати, обробляти та синтезувати знання.

Принципового значення в процесі медіаосвіти майбутнього вчителя початкової школи набувають особистісно орієнтований, культурологічний, аксіологічний, компетентнісний підходи, на підставі яких було визначено педагогічні умови, принципи, форми й методи застосування медіаосвіти в професійному становленні майбутнього вчителя

У процесі дослідження теоретично обґрунтовані педагогічні умови застосування медіа освіти у процесі професійної підготовки майбутнього вчителя:

- розгляд медіаграмотності майбутнього вчителя як складової професійної педагогічної культури;
- інтеграція медіаосвіти в зміст фахової педагогічної підготовки майбутнього вчителя;
- введення спецкурсів медіаосвітньої спрямованості відповідно до спеціального (соціокультурного) напрямку медіаосвіти;
- формування навичок та вмінь роботи з медіатекстами як метапредметних професійних якостей майбутнього вчителя, формування потреби у взаємодії з медіатекстами в майбутніх учителів у процесі професійної підготовки;
- цілеспрямоване використання засобів масової комунікації, які на основі актуалізованих смислів і знаків, системних текстів і



гіпертекстів впливають на формування знань, умінь і навичок взаємодії майбутнього вчителя з сучасною медіакультурою.

Саме ці педагогічні умови, на нашу думку, забезпечать ефективне застосування медіаосвіти у професійній підготовці майбутніх учителів початкових класів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонченко М.О. Internet-медіа в інформаційному освітньому середовищі. Проблеми та перспективи розвитку сучасної науки в країнах Європи та Азії: матеріали XIII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. Переяслав-Хмельницький, 28 лютого 2019 р. С. 82-84. URL: [https:// cutt.ly/8hd0div](https://cutt.ly/8hd0div)
2. Антонченко М.О. Медіаінформаційна грамотність як складова інформаційно-цифрової компетентності педагога. Інформаційно-цифрова компетентність педагога: теорія і практика : збірник наукових праць; випуск 3- й; за заг. Редакцією Л.Г. Петрової. Суми : ВВП «Мрія», 2019. С. 2–10.
3. Атаян, А.М. Дидактичні основи формування інформаційної культури особистості в умовах інформатизації суспільства Текст. / А.М. Атаян. Владикавказ: ВДУ, 2001. 177 с.
4. Баженова Л.М. Медіаосвіта молодших школярів // Мистецтво і освіта. 2001. № 4 (18). С. 65-67.
5. Баженова Л.М. Медіаосвіта як засіб художнього розвитку молодших школярів // Поч. шк. 2002. № 5. С. 50-54.
6. Балл Г.О. Сучасний гуманізм і освіта: Соціально-філософські та психолого-педагогічні аспекти. Рівне: «Ліста-М», 2003. 128 с.
7. Беляк, О. Особливості розвитку медіаосвіти в Україні. Гірська школа Українських Карпат. 2013. № 8–9. С. 31–33.
8. Больц Норберт. Абетка медіа / За загал. ред. В. Ф. Іванова; Переклад з німецької В. Климченка. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2015. 177 с.
9. Бондаренко Є.А., Журин О.О. Стан медіаосвіти в світі // Педагогіка. 2002. № 3. С. 88-98.
10. Будник О.Б. Підготовка вчителя до розвитку цифрової грамотності учнів Нової української школи. Освітні обрії. 2020. №1(50). С. 140-145. [https:// doi.org/10.15330/obrii.50.1.140-145](https://doi.org/10.15330/obrii.50.1.140-145)

11. Бути медіаграмотним: десять необхідних компетентностей. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/18961/2017-05-24-buti-mediagramotnim-desyat-neobkhidnikhkompetentnostei/>
12. Ваганова О. В. Роль засобів масової комунікації у процесі глобалізації. К., 2003. 20 с.
13. Вовканич С. Інформація, інтелект, нація. Львів: Євросвіт, 1999. 415 с.
14. Волинський В.П., Головка Н.І. Використання відеоінформації як засобу навчання // Педагогіка і психологія. 2005. № 3. С.71-76.
15. Волкова Н.П. Професійно-педагогічна комунікація: Навч. посібник. К.: ВЦ «Академія», 2006. 256 с.
16. Всесвітній словник української мови : сайт. URL : <https://uk.worldwidedictionary.org/%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%B9>
17. Державний стандарт повної загальної середньої освіти : постанова КМУ № 898 від 30.09.2020 р. URL : [https://osvita.ua/legislation/Ser\\_osv/76886/](https://osvita.ua/legislation/Ser_osv/76886/)
18. Габор Н. Медіаосвіта по-...// Тези Міжнародної конференції «Медіаосвіта як частина громадянської освіти». Львів, 2002. С.49-53.
19. Глузман О.В. Професійно-педагогічна підготовка студентів університету. К.: Пошук, 1999. 256 с.
20. Глузман О.В. Сучасний стан і тенденції розвитку університетської педагогічної освіти в Україні // Вісник Львівського університету. Серія педагогічна. Львів, 2001. Вип.15. Ч.1. С.3-13.
21. Гоне Жак. Освіта і засоби масової інформації / Пер. з фр. М. Марченко. К.: К.І.С., 2002. 100 с.
22. Гончаренко С. Український педагогічний словник. К.: Либідь, 1997. 376 с.
23. Городенко Л.М. Засоби масової комунікації у контексті громадської думки. К., 2003. 20 с.
24. Гриценко О.М. Мас-медіа в процесах демократичних трансформацій українського суспільства. К., 2003. 31 с.

25. Гриценко О.М. Мас-медіа у відкритому інформаційному суспільстві й гуманістичні цінності: Монографія. Київ: КНУТШ Київський університет, 2002. 204 с.
26. Гузій Н.В. Основи педагогічного професіоналізму: Навч. посіб.; Нац. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова. К., 2004. 156 с.
27. Довгий С.О., Ільницький Д.О., Литвин В.М., Макаренко О.В., Максимова С.В. Інформація, зв'язок і телекомунікації в Україні: економіка, право, управління / С.О. Довгий (ред.), Б.І. Холод (ред.). К.: Укртелеком, 2001. 783 с.
28. Журба О. Розвиток медіакомпетентності педагогів в умовах реалізації Концепції «Нової української школи». Інноваційна педагогіка. Випуск 14. Т. 2. 2019. С. 197-200. URL: [http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2019/14/part\\_2/42.pdf](http://www.innovpedagogy.od.ua/archives/2019/14/part_2/42.pdf)
29. Зазнобіна Л. Медіаосвіта у школі: як вижити у світі ЗМК // Людина. 1999. № 1. С. 107-113.
30. Занюк С.С. Психологія мотивації: Навч. посібник. К.: Либідь, 2002. 304 с.
31. Зернецька О.В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини. К.: Освіта, 1999. 351 с.
32. Зернецька О.В. Нові засоби масової комунікації. К.: Наукова думка, 1993. 131 с.
33. Золотухіна С.Т. Виховання особистості вчителя // Педагогічна майстерність учителя: Навч. посібник для студентів і викладачів. Харків, 2000. С. 4-19.
34. Золотухіна С.Т. Вчитель як виховуючий фактор: історико-педагогічний аспект // Гуманізація навчально-виховного процесу: Зб. наук.-метод. пр. Вип. 11. Слов'янськ: Видавн центр СДПУ, 2001. С. 103-107.
35. Зязюн І.А. Культуротворча функція виховання студентів педагогічного вузу // Вища педагогічна освіта. Полтава, 1994. Вип. 17. С. 66-72.
36. Зязюн І.А., Сагач Г.М. Краса педагогічної дії: Навч. посібник. К.: Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1997. 302 с.

37. Інтеграція інфомедійної грамотності у навчальний процес. Навчально-методичні матеріали проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». К.: IREX в Україні, 2019-2020.
38. Казаков Ю.М. Медіаосвіта учнівської молоді засобами телебачення // Ціннісні пріоритети освіти у XXI столітті: Матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (11-13 листопада 2003 р., м. Луганськ). Ч. 3. Луганськ: Альма-матер, 2003. – С. 123-129.
39. Казаков Ю.М. Організація роботи з медіатекстом в умовах активного залучення майбутніх учителів до медіаосвіти // Вісн. Луган. нац. пед. ун-ту імені Тараса Шевченка. 2005. № 7 (87). С. 300 – 306.
40. Казаков Ю.М. Роль засобів масової інформації в процесі розбудови сучасної освіти // Освіта Донбасу. 2002. № 4 (94). С.21-22.
41. Казаков Ю.М. Функції медіаосвіти в професійній підготовці майбутнього вчителя // Вісн. Луган. нац. пед. ун-ту імені Тараса Шевченка. 2006. № 6 (101). С. 272 – 278.
42. Квіт С. Масові комунікації. Друге видання, виправлене і доповнене. [Текст] / С. Квіт. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с.
43. Клепиков А.О. Феномен комунікації в світі культури. К., 1996. 200 с.
44. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (2016 р.) URL: <https://cutt.ly/fhd0x75>
45. Коропатник М.М. Інформаційно-цифрова компетентність – одна з ключових компетентностей «Нової української школи»: теоретико-практичні орієнтири для медіапедагога. Методичний посібник із медійної та інфомедійної грамотності. Чернігів: ЧОППО імені К. Д. Ушинського, 2018. 99 с.
46. Крикун Л. Профілактика комп'ютерної залежності (Тренінг для педагогів) // Безпечне користування сучасними інформаційно-комунікативними технологіями: навчально-методичний посібник / за

- заг. ред. Бережної Т.І., Удалової О.А., Волосюк Т.В., Буянової Г.В. Київ: Україна, 2018. 136 с.
47. Курмишева Н. Інфомедійна грамотність у педагогічній суб'єкт-суб'єктній взаємодії. 2020. URL: <https://medialiteracy.org.ua/infomedijnagramotnist-u-pedagogichnij-sub-yekt-sub-yektnijvzayemodiyi/>
48. Ладика І. Медіаграмотність як сучасна потреба інформаційного суспільства. Збірник статей Шостої міжнародної науково-методичної конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи». Київ: ЦВП, АУП, 2015. С. 37–40. URL: <https://cutt.ly/Sh62qaN>
49. Литвин А. Використання технологій мультимедіа у професійній підготовці . Педагогіка і психологія професійної освіти. 2005. № 2. С. 7–22.
50. Максимчук Н.П. Психологічні особливості становлення ціннісних орієнтацій майбутнього вчителя у процесі професійної підготовки. К., 2000. 20с.
51. Малихін О.В. Формування у майбутніх учителів потреби в професійній самоосвіті. Харків, 2000. 16 с.
52. Мартинюк С.Є. Генезис інформаційної цивілізації: Монографія. Запоріжжя: Просвіта, 2002. 192 с.
53. Масова комунікація: Підручник /А.З.Москаленко та ін. К.: Либідь, 1997. 212 с.
54. Медиафилософия. Основные проблемы и понятия / Под редакцией В. В. Савчука.СПб.:Санкт-Петербургское Философское общество,2008.346 с.
55. Медіа-атака: Матеріали міжнародної конференції «Медіа-освіта як частина громадянської освіти».Львів: Західноукраїнський медіа-центр «Нова журналістика», 2002. 56 с.
56. Медіаграмотність педагога : навчальний посібник / укладач: М.О. Антонченко. Суми : НВВ КЗ СОППО, 2019. 100 с.

57. Медіаграмотність у запитаннях та відповідях для науково-педагогічних, педагогічних працівників, студентів закладів вищої освіти та осіб, які прагнуть досягти взаєморозуміння з медіа: Навчальна програма /Літостанський В.В., Іванов В.Ф., Іванова Т.В., Волошенюк О.В., Даниленко В.І., Мележик В.П. Київ, 2014 <https://aup.com.ua/uploads/prall.pdf>
58. Медіаграмотність: Підручник для вчителів / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу/ Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2017. 319 с
59. 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
60. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник для студентів педагогічних коледжів / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За наук. ред. В. В. Різуна. Вид. 3- є зі зм. та доп. Київ: Центр Вільної Преси, 2014. 431 с.
61. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього простору М 42 торів: монографія / за наук. ред. Л. А. Найдьоновой, Н. І. Череповської; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. К. : Міленіум, 2014. 348 с.
62. Мелков Ю.О. Віртуальна реальність як сфера самореалізації особистості // Людина в лабіринті перспектив / А.В.Толстоухов, О.Є.Перова, О.М.Рубанець та ін. К.:Видавець ПАРАПАН, 2004. С.140 – 165.
63. Мирошниченко В.І. Підготовка вчителів до естетичного виховання школярів у сучасному інформаційному просторі. К., 2001. 20 с.
64. Науково-практичні аспекти організації навчальної і методичної роботи в університеті: Монографія / Заг.ред. В.П.Шевченка. Донецьк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2004. 256 с.
65. Неперервна професійна освіта: проблеми, пошуки, перспективи: Монографія / За ред. І.Зязюна. К.: Віпол, 2000. 636 с.

66. «Нова українська школа»: концептуальні засади реформування середньої школи. 2016. С. 11. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf>  
[https://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2021/03/infor\\_gramot.pdf](https://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2021/03/infor_gramot.pdf)
67. Омеляненко Ю.І. Телерадіомовлення України: Шляхи становлення і розвитку. К.: Раритет, 1997.100 с.
68. Онкович Г. В. Медіадидактика як інтенсифікатор освітнього процесу. Медіасфера и медиаобразование: специфика взаимодействия в современном социокультурном пространстве : сборник статей / редкол.: С. В. Вендиктов (отв. ред.) [ и др.]. Могилев : Могилев. институт МВД, 2019. С. 99-106.
69. Онкович Г.В. Медіаосвіта в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку. Матеріали II Міжнародного семінару «Навчально-виховне середовище та моральність у XXI столітті». Київ-Вінниця, 2010. С. 89 – 92.
70. Онкович Г.В. Теоретичні основи використання засобів масової інформації у навчанні української мови студентів-нефілологів. К., 1995. 45с.
71. Педагогічна майстерність вчителя: Навч. посібник / За ред. проф. В.М.Гриньової, С.Т.Золотухіної. Вид. 2-е, випр, доп. Харків, 2006.
72. Пехота О.М. Особистісно орієнтована освіта і технології // Неперервна професійна освіта: проблеми, пошуки, перспективи: Монографія / За ред. І.А.Зязюна. К.:ВПОЛ, 2000.
73. Пітерс Дж. Слова на вітрі: історія комунікації / Пер. с англ. А.Іщенко. К.:Вид. Дім «КМ Академія», 2004 . 302 с.
74. Потятиник Б.В. Медіа: ключі до розуміння. Серія: Медіакритика. Львів: ПАІС, 2004. 312 с.



75. Рубанець О.М. Інформаційне суспільство: когнітивний креатив постнекласичних досліджень: Монографія. К.: Вид. ПАРАПАН, 2006. 420 с.
76. Салагуб Л. І. Концептуальні засади медіаграмотності через призму історичної освіти. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Медіаосвіта як інструмент розвитку громадянського суспільства в Україні» (м. Маріуполь, 29 листопада 2019 року). С. 90–91.
77. Сарновська С.О. Сучасна соціальна комунікативна культура. К., 2000. 190 с.
78. Світлана Романюк, Кристина Шевчук. Особливості формування медіаграмотності у закладах вищої освіти. Інфомедійна грамотність – невід’ємна складова навчального процесу закладу вищої освіти : збірник статей / Редкол. : В. Ф. Іванов (голов. ред.) [та ін.]. Київ : Академія української преси, IREX, Центр Вільної преси, 2021. С. 316–326.
79. Сібірякова О.О. Відеокommунікація в структурі сучасної культури: еволюція впливу на людину. К., 1998. 13с.
80. Скульський Р.П. Підготовка майбутніх учителів до педагогічної творчості. К.: Вища школа, 1992. 135с.
81. Смоляна Я.В. Негативний вплив засобів масової комунікації на особистість і медіапедагогіка як засіб його мінімізації // Соц. педагогіка: теорія та практика. 2004. №1. С.49-58.
82. Сорока Ю. Г. Схема сприймання соціального просторув текстах масової комунікації. Харків, 1999. 16 с.
83. Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на 2021–2031 роки. Київ, 2020. URL: [http://www.reform.org.ua/proj\\_edu\\_strategy\\_2021-2031.pdf](http://www.reform.org.ua/proj_edu_strategy_2021-2031.pdf)
84. Табачек І.В. Формування та розвиток особистості сучасного вчителя. К., 2005. 20 с.

85. Темех Н. Д. Українське телебачення і проблеми формування духовності молоді. Львів, 2005. 20 с.
86. Тепляков М.М. Психосемантичний аналіз ефективності засобів комунікативного впливу. К., 2002. 20 с.
87. Тулодзєцький Г., Герціг Б., Графе С. 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
88. Усов Ю.Н. Екранне мистецтво – новий вид мислення // Мистецтво і освіта. 2000. № 3. С. 48-69.
89. Федоров А.В. Медіаосвіта і медіаграмотність: Навч. Посіб. Для вузів. Т., 2004. 339 с.
90. Федоров А.В., Новікова А.А. Медіаосвіта в країнах Заходу. К., 2005. 270 с.
91. Харрис Р. Психологія масових комунікацій / Пер. с англ. С.Рысев. М., 2001.
92. 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.
93. Шумаєва С.П. Розвиток мас-медійних навчальних технологій у середніх закладах освіти США. Житомир, 2005. 120 с.
94. Шумаєва С.П. Медіаосвіта: історичні та культурологічні аспекти розвитку // Рідна школа. 2003. №5. С. 70-73.
95. Шумаєва С.П. Медіа-підготовка та загальна мас-медійна просвіта американських вчителів // Науковий вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету. Ізмаїл: «ІДГУ», 2004. Вип.16. С. 155-160.
96. Щолокова О.П. Основи професійної художньо-естетичної підготовки майбутнього вчителя: Монографія. К.: Віпол, 1996. 172 с.

## ДОДАТКИ

### Додаток А

#### Анкета на виявлення рівня медіаграмотності майбутнього вчителя початкових класів

**1. Питання для виявлення рівня мотиваційного показника медіаграмотності** (можна вибирати декілька варіантів відповіді)

**1.1.1.** Які жанри привертають вас у пресі?

- a. інформаційні (замітка, звіт, інтерв'ю, репортаж і т.п.)
- b. аналітичні, публіцистичні (стаття, рецензія, огляд, нарис, портрет, памфлет і т.п.)
- c. літературні (роман, повість, розповідь, новела, вірш і т.п.)
- d. ігри/конкурси (кросворди і т.д.)
- e. реклама
- f. ніякі

**1.1.2.** Які жанри привертають вас в радіопередачах? а. інформаційні (звіт, інтерв'ю, репортаж і т.п.)

- b. аналітичні, публіцистичні (огляд, рецензія, нарис, портрет і т.п.)
- c. драматичні для літератури (радіоп'єси різних жанрів, розповідь, новела, вірш і т.п.)
- d. музичні (у передачах з класичною музикою)
- e. музичні (у передачах з джазовою музикою)
- f. музичні (у передачах з фольклорною музикою)
- g. музичні (у передачах з поп-музикою)
- h. ігри/конкурси
- i. реклама
- j. ніякі

**1.1.3.** Які жанри привертають вас в телепередачах?

- a. інформаційні (звіт, інтерв'ю, репортаж і т.п.)

- b. аналітичні, публіцистичні (огляд, рецензія, нарис, портрет і т.п.)
- c. драматичні для літератури, кінематографічні (телевізійні п'єси, фільми, серіали, реаліті-шоу різних жанрів, розважальні шоу і т.п.)
- d. музичні (у передачах з класичною музикою)
- e. музичні (у передачах з джазовою музикою)
- f. музичні (у передачах з фольклорною музикою)
- g. музичні (у передачах з поп-музикою)
- h. ігри/конкурси
- i. реклама
- j. ніякі

**1.1.4. Які жанри привертають вас в інтернет-сайтах?**

- a. інформаційні (замітка, звіт, інтерв'ю, репортаж і т.п.)
- b. аналітичні, публіцистичні (стаття, рецензія, огляд, нарис, портрет, памфлет і т.п.)
- c. літературні (роман, повість, розповідь, новела, вірш і т.п.)
- d. телевізійно-кінематографічні (файли з фільмами, серіалами, розважальними шоу, реаліті-шоу різних жанрів і т.п.),
- e. музичні (у файлах з класичною музикою)
- f. музичні (у файлах з джазовою музикою)
- g. музичні (у файлах з фольклорною музикою)
- h. музичні (у файлах з поп-музикою)
- i. ігри/конкурси
- j. реклама
- до. ніякі

**1.1.5. Які жанри привертають вас у фільмах/телесеріалах?**

1	вестерн	11	притча
2	водевіль	12	сатира
3	детектив	13	казка
4	драма	14	трагедія

5	комедія	15	тріллер
6	мелодрама	16	фантастика
7	міф	17	фільм катастроф
8	мюзикл	18	фільм жахів
9	оперета	19	синтез жанрів
10	пеплум	20	ніякі

**1.2.1.** Які теми привертають вас в пресі, радіо/телепередачах, інтернет-сайтах, комп'ютерних іграх?

1	військова	11	політична
2	історична	12	пригодницька
3	космічна	13	виробнича (бізнесу)
4	кримінальна	14	психопатологічна
5	любовна	15	релігійна
6	містична	16	сучасна
7	молодіжна	17	спортивна
8	науково-технічна	18	екологічна
9	етична	19	еротична
10	педагогічна	20	ніякі

**1.3.1.** Назвіть основні мотиви ваших контактів з медіа (пресою, телебаченням, кінематографом, радіо, Інтернетом і т.д.)

1.	прагнення до розваги	11.	прагнення до філософського/інтелектуального спору/діалогу з творцями медіатексту
2.	прагнення до ідентифікації (до співпереживання, до	12.	прагнення навчитися створювати медіатексти

	ототожненню себе з персонажем/ведучим медіатексту		самому, вивчаючи конкретні приклади творчості професіоналів
3.	прагнення одержати нову інформацію	13.	прагнення просто зайняти вільний час
4.	прагнення до компенсації (до віртуального отримання чого-небудь, чого не дістає в реальному житті)	14.	пошук матеріалів для навчальних, наукових дослідницьких цілей
5.	прагнення до рекреації відпочинку (до віртуального відходу від проблем реального життя)	15.	прагнення до підтвердження власної компетентності у різних галузях життя і медіакультури
6.	прагнення до гострих стресових відчуттів під час контакту з динамічним, медіатекстом активної дії	16.	прагнення почути улюблену музику
7.	прагнення до естетичних вражень (до насолоди майстерністю авторів медіатексту)	17.	прагнення прочитати/побачити/почути твір улюбленого автора
8.	прагненню до пошуку етичних уроків з медіатексту	18.	прагнення прочитати/побачити/почути улюбленого актора/ведучого
9.	прагнення до психологічного «лікування» (до терапевтичного позбавлення від психологічного	19.	немає ніяких мотивів для контактів з медіатекстами

	дискомфорту в процесі контакту з медіатекстом)		
10.	прагнення до критики змісту медіа тексту, позиції його авторів	20	інші мотиви контактів з медіатекстами. які саме?

**2. Питання для виявлення рівня контактного показника медіаграмотності** *(потрібно вибрати один варіант відповіді)*

2.1.1. Як часто ви читаете пресу?

- a. щодня
- b. кілька разів на тиждень
- c. кілька разів на місяць
- d. рідко
- e. ніколи

2.1.2. Як часто ви слухаете радіо?

- a. щодня
- b. кілька разів на тиждень
- c. кілька разів на місяць
- d. рідко
- e. ніколи

2.1.3. Як часто ви дивитесь телевізор?

- a. щодня
- b. кілька разів на тиждень
- c. кілька разів на місяць
- d. рідко
- e. ніколи

2.1.4. Як часто ви використовуєте Інтернет?

- a. щодня
- b. кілька разів на тиждень
- c. кілька разів на місяць

d. рідко

e. ніколи

2.1.5. Як часто ви граєте у відео/ комп'ютерні ігри?

a. щодня

b. кілька разів на тиждень

c. кілька разів на місяць

d. рідко

e. ніколи

### **3. Питання для виявлення рівня інформаційного показника медіаграмотності**

Виберіть правильне закінчення наступних фраз (*потрібно вибрати тільки один варіант відповіді*)

#### **3.1.1.Медіатекст – це ...**

a. субтитри.

b. конкретний результат медіапродукції – повідомлення у будь-якому вигляді і жанрі медіа.

c. текст, нанесений на поверхні корпусів медіатехніки у вигляді знаків і символів.

d. текст, що міститься в інструкціях по використанню медіатехніки.

#### **3.1.2.Медійний монтаж – це...**

a. збірка окремих блоків медіаапаратури.

b. зручне розміщення медіатехніки в інтер'єрі будь-якого приміщення.

c. процес створення медіатексту шляхом поєднання єдиного цілого з окремих частин.

d. технічний пристрій для мультимедійних спецефектів.

#### **3.1.3.Категорії медіа – це...**



- a. різні види і форми медіаапаратури.
- b. різні градації вартості медіатехніки.
- c. різні по структурі медіаагентства.
- d. різні види, форми і жанри медіатекстів.

#### **3.1.4. Медіатека – це...**

- a. магазин, що продає медіатехніку.
- b. структурний підрозділ установи, що включає інформаційні і мультимедійні засоби різних видів, доступні для тих або інших категорій користувачів.
- c. прокатний пункт комп'ютерних дисків, відеокасет і DVD.
- d. терапевтичний центр медитації.

#### **3.1.5. Медіакультура – це...**

- a. сукупність матеріальних і інтелектуальних цінностей у області медіа, а також історично певна система їх відтворення і функціонування в соціумі; по відношенню до аудиторії «медіа культура» може виступати системою рівнів розвитку особи людини, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, займатися медіаторчістю, засвоювати нові знання у області медіа.
- b. здатність людини культурно поводитися в медіатеці.
- c. здібність культурної людини до медитації.
- d. культура продажу медіатехніки різних форм і видів.

#### **3.1.6. Медіасприйняття – це...**

- a. виявлення технічної якості медіатехніки.
- b. сприйняття об'єктів навколишньої дійсності в процесі медитації.
- c. сприйняття медіатекстів будь-яких видів і жанрів.
- d. засвоєння медичних термінів різного ступеня складності.

**3.1.7. Мова медіа – це...**

- a. дизайн медіаапаратури різних видів.
- b. розмова під час медитації.
- c. параметри медіани.
- d. комплекс засобів і прийомів виразності, використовуваних при створенні конкретних медіатекстів.

**3.1.8. Медіаграмотність – це...**

- a. Здатність людини до сприйняття («читання»), інтерпретації, оцінки, створення і передачі медіатекстів різних видів і жанрів.
- b. здатність людини розбиратися в технічних параметрах медіаапаратури різного рівня складності.
- c. Здатність людини до грамотної медитації в просторі віртуального світу.
- d. здібність людини до дбайливого поводження з медіатехнікою різних видів.

**3.1.9. Фабула медіатексту – це...**

- a. переказ сюжету медіатекста вголос
- b. частина медіатекста без прологу і епілогу
- c. ланцюг подій в сюжеті медіа тексті, сюжетна схема медіатекста
- d. образотворчий ряд медіатекста

**3.1.10. Медіарепрезентація – це...**

- a. презентація нового медіатексту на ринку
- b. різні види і форми уявлення, переосмислення реальності в медіатексті через систему знаків, символів
- c. презентація авторів нового медіатексту в засобах масової інформації.
- d. презентація нових технологій створення медіатекста.

**Питання для анкетування на тему**  
**«Ставлення вчителів до проблеми медіаосвіти»**  
*(за О.Федоровим)*

1. Ваше ставлення до медіаосвіти (тобто до освіти засобами й на матеріалі медіа – преси, телебачення, кінематографа, Інтернету, відео і т.д.)?

1.	У медіаосвіті школярів немає необхідності
2.	Медіаосвіта школярів повинна бути обов'язковою
3.	Медіаосвіта школярів повинна бути факультативною, гуртковою
4.	У медіаосвіті студентів немає необхідності
5.	Медіаосвіта в педагогічних ВНЗ повинна бути обов'язковою
6.	Медіаосвіта студентів повинна бути тільки факультативною
7.	Необхідно ввести нову педагогічну спеціальність «Медіапедагогіка», щоб готувати кваліфікованих медіапедагогів для середніх навчальних закладів і ВНЗ
8.	Медіаосвіта школярів і студентів повинна бути інтегрованою з обов'язковими дисциплінами (літературою, історією, біологією, географією, інформатикою і т.д.)
9.	Медіаосвіта в школі і ВНЗ повинна бути автономною, у вигляді окремого заняття
10.	Медіаосвіта в школі і ВНЗ повинна бути синтезом автономних і інтегрованих занять

2. Які, на вашу думку, основні завдання медіаосвіти?

*(виберіть 5 найважливіших, на вашу думку, варіантів відповіді)*

1.	Виховання хорошого естетичного сприйняття, смаку, оцінки естетичних якостей медіатекстів, розуміння медіатекстів, пропаганда шедеврів медіакультури
2.	Розвиток критичного мислення, критичної автономії особи щодо медіа
3.	Захист від шкідливого впливу медіа (наприклад, від дії сцен насильства на екрані, від пропаганди поганого смаку, від творів низької художньої якості і т.д.)
4.	Задоволення різних потреб аудиторії у галузі медіа
5.	Навчання аудиторії практичним умінням роботи з медіатехнікою
6.	Розвиток здібностей аудиторії до ідеологічного аналізу різних аспектів медіа, медіакультури
7.	Розвиток здібностей аудиторії до сприйняття, розуміння і аналізу мови медіатекстів (аудіовізуального ряду, композиції, стилістики, символіки і т.д.), «декодування» медіатекстів
8.	Розвиток здібностей аудиторії до аналізу медіатекстів у широкому культурологічному, соціокультурному контексті з урахуванням таких понять, як «джерело інформації» (агентство медіа), «категорія медіа» (тип, жанр медіа), «технологія медіа», «мова медіа», «аудиторія медіа», «репрезентація»
9.	Підготовка людей до життя в демократичному суспільстві
10.	Розвиток комунікативних здібностей особистості
11.	Розвиток умінь самовиражатися за допомогою медіа, створювати медіатексти
12.	Отримання аудиторією знань з історії медіа, історії медіакультури
13.	Отримання аудиторією знань з теорії медіа і медіакультури (включаючи такі поняття, як «агентство медіа», «категорія медіа», «мова медіа», «технологія медіа», «репрезентація медіа», «аудиторія медіа» і т.д.)

14.	Розвиток здібностей аудиторії до морального, етичного, психологічного аналізу різних аспектів медіа, медіакультури
-----	--

3. Чи використовуєте ви елементи медіаосвіти на своїх уроках/заняттях? (виберіть один варіант відповіді)

1. Так.
2. Ні.
3. Важко відповісти

4. Якщо ви використовуєте елементи медіаосвіти на своїх заняттях, то наскільки часто? (виберіть один варіант відповіді)

1. На кожному уроці, факультативному занятті, занятті гуртка.
2. При проведенні більшості уроків, факультативних, гурткових занять.
3. Дуже рідко або ніколи.

5. Якщо ви не використовуєте елементи медіаосвіти на своїх заняттях, то що вам заважає це робити? (виберіть від 1 до 3-х варіантів відповіді)

1. Не вистачає знань про теорію і методику медіаосвіти.
2. Немає бажання займатися медіаосвітою школярів.
3. Немає матеріальної зацікавленості в проведенні медіаосвітніх уроків.
4. Не знаю, як поводитися з медіатехнікою.
5. Немає рекомендацій з приводу медіаосвіти із сторони шкільної адміністрації.
6. Інше (що саме?)

**Словник термінів**

(складено за роботами О.Федорова, Л.Зазнобіної, О.Шарикова, О.Спічкіна)

- адресат медіаосвіти – школяр, студент, учитель, викладач, працівник медіагалузі (медіатеки, учбового телебачення і т.д.);
- завдання медіаосвіти – навчити грамотно «читати» медіатекст; розвинути здібності до сприйняття й аргументованої оцінки інформації, розвивати самостійність думок, критичного мислення, переваг, естетичного смаку; інтегрувати знання й уміння, що одержуються на різних заняттях, у процесі сприйняття, аналізу і творчої діяльності;
- кадр – основна одиниця структури екранного твору, одна частина аудіовізуального тексту (існує «настановний кадр»; «кадр загального плану», «кадр середнього плану»)
- кіноосвіта – процес освіти і розвитку особистості засобами й на матеріалі кіномистецтва з метою формування культури спілкування з екраном, творчих, комунікативних здібностей, умінь інтерпретації, аналізу і оцінки кінотексту, навчання різним формам самовираження за допомогою кінотехніки.
- колаж – використання об'єктів і фактур різного стилю в одному медіатексті;
- критична автономія – сформована на базі критичного мислення незалежність думок й аналізу медіатексту;
- засоби масової комунікації – технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, розповсюдження, сприйняття інформації і обміну її між суб'єктом (автором медіатексту) і об'єктом (масовою аудиторією);
- медіасприйняття – сприйняття «медіареальності», відчуттів і думок авторів екранних творів (текстів);

- медіаграмотність – уміння аналізувати і синтезувати просторово-часову реальність, уміння «читати» медіатекст;
- медіакультура – сукупність матеріальних і інтелектуальних цінностей у галузі медіа, а також певна система їх відтворення і функціонування в соціумі; по відношенню до аудиторії «медіакультура» або «аудіовізуальна культура» може виступати системою рівнів розвитку особистості людини, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, займатися медіаторчістю, засвоювати нові знання у галузі медіа;
- медіаосвіта – процес освіти і розвитку особистості з допомогою і на матеріалі засобів масової комунікації (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь інтерпретації, аналізу і оцінки медіатексту, навчання різним формам самовираження за допомогою медіа техніки.
- медіатекст – повідомлення, що містить інформацію і викладене у будь-якому вигляді й жанрі медіа (газетна стаття, телепередача, відеокліп, фільм і ін.);
- методи медіаосвіти – способи роботи педагога і учня, за допомогою якого досягаються цілі медіаосвіти. Типові методи: словесні (розповідь, лекція, бесіда, взаємозбагачувальний діалог, обговорення, аналіз, дискусія і т.д.); репродуктивні, дослідницькі, евристичні, проблемні, ігрові (моделювання художньо-мистецької діяльності творців медіатексту, імпровізація і т.д.);
- монтаж – процес створення екранного твору шляхом «збірки», «склеювання» єдиного цілого з окремо взятих кадрів;
- монтажна фраза – послідовність кадрів, об'єднаних загальним смислом;
- предмет медіаосвіти – взаємодія людини з медіа, медіамова та її використання в соціумі, медіа та його функціонування в соціумі, система знань і умінь, необхідних людині для повноцінного сприйняття і аналізу медіатекстів, для соціокультурного розвитку творчої особистості;

- ракурс – кут зйомки, точка «зору» камери по відношенню до об'єкту, що зображається;
- ритм – один із засобів формоутворення в медіатексті, заснований на закономірній повторюваності в просторі або в часі якихось елементів через сумірні інтервали;
- смислові частини (одиниці) медіатексту – події, сцени, епізоди, кадри, елементи композиції, що створюють єдиний медіатекст;
- засоби масової інформації – технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання і розповсюдження інформації для масової аудиторії;
- засоби масової комунікації – технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, розповсюдження, сприйняття інформації і обміну її між суб'єктом (комунікантом) і об'єктом (комунікатором);
- сцена – частина медіатексту, обмежена місцем дії;
- сценарій – літературна основа медіатексту;
- сюжет – зміст дії, «осмислена фабула» медіатексту;
- тема – життєвий матеріал медіатексту;
- фабула – ланцюг подій в сюжеті медіатексту;
- форми медіаосвіти – інтеграція в традиційний навчальний предмет, автономні уроки, лекції, семінари, факультативи, гурток, медіа/кіностудії, медіа/кіноклуби, обов'язковий предмет в спеціалізованих навчальних закладах, спецкурси;
- екранні (аудіовізуальні) мистецтва – мистецтва, засновані на екранній формі відтворення (кіномистецтво, художнє телебачення, відеоарт, комп'ютерна графіка і т.д.) дійсності;
- епізод – частина медіатексту, що складається з однієї або декількох сцен, які об'єднані загальною темою, загальним конфліктом.



## Додаток С

**Перелік сайтів Інтернету, що рекомендовано для самостійного пошуку інформації:**

- <http://edu.of.ru/mediaeducation>
- <http://www.mediaeducation.boom.ru>
- <http://www.mediaeducation.ru/publ/fedorov.shtml>
- <http://www.tmei.ttn.ru/media/MediaEducation.htm>
- <http://www.mediaeducation.org.ru>
- <http://www.glasnet.ru/~ynpress/eng/index.html>
- <http://www.mediaeducation.ru>
- <http://www.ioso.ru/scmedia>
- Інтернет-журнал «Медіацентр»:**
- <http://edu.km.ru/mcenter>

**Перелік сайтів Інтернету для організації віртуальних екскурсій.**

- Antiqua. Міфологія Давньої Греції та Риму. Енциклопедія античної міфології.
- From Russia with art. Образотворче мистецтво. База даних з образотворчого мистецтва. Містить інформацію про 900 провідних сучасних російських художників, а також понад 7000 зображень їх творів.
- Mythography. Антична міфологія та мистецтво.
- ARTINFO «From Russia with Art». Одна з найбільших російських баз даних з образотворчого мистецтва. На сайті представлено понад 7500 творів мистецтва, більш як 1300 авторів.
- Louvre.historic.ru. Віртуальна екскурсія по Лувру.
- Museum.ru. Усі музеї світу.
- Museum.ru/gmii. Державний музей образотворчого мистецтва ім. О.Пушкіна (м. Москва).
- ml.volny.edu/ Міфи світу. Оглядний сайт.
- Vm.kemsu.ru. Первісне мистецтво
- chudesa-sveta.narod.ru/ Шедеври світової архітектури
- british — museum.ac.uk/ Британський музей.
- hermitagemuseum.org. Ермітаж.
- rusmuseum.ru. Російський музей.
- smpk.de/gg/e/s.html. Берлінська національна галерея.
- nationalgallery.org.uk. Лондонська національна галерея.
- www.uffizi.firenze.it. Галерея Уфіцці (Італія).
- museoprado.mcu.es. Музей Прадо (Іспанія)
- www.metmuseum.org. Музей Метрополітен (США)
- www.moma.org. Музей сучасного мистецтва (Нью-Йорк, США)