

Дослідження медіаграмотності: проект школи та університету



м. Суми, 2019

*Друкується згідно з рішенням Вченої ради
Сумського державного педагогічного університету ім. А. С. Макаренка
протокол № 4 від 17 грудня 2019 року*

Автори розділів:

Вступ: кандидат педагогічних наук, доцент Н.В. Коваленко

Розділ 1: заступники директорів з навчально-виховної роботи КУ ССШ І-ІІІ ст. №17 м. Суми
С.О. Здоровцова, КУ ССШ І-ІІІ ст. № 2 м. Суми С.О. Самусь
заступник директора з виховної роботи КУ ССШ І-ІІІ ст. №17, О.М. Бондаренко,
психологи КУ ССШ І-ІІІ ст. №17 Л.В. Ярова, КУ ССШ І-ІІІ ст. № 2 А.Л. Наumenко,
кандидат педагогічних наук, доцент Н.В. Коваленко

Розділ 2: студенти другого курсу Фізико-математичного та Природничо-географічного факультетів
Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка,
вчителі початкової школи комунальних установ ССШ І-ІІІ ст. №17 і № 2 м. Суми
кандидат педагогічних наук, доцент Н.В. Коваленко

Рецензенти:

Іванюк Г.І. доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри педагогіки та психології
Педагогічного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка

Бойченко М.А. доктор педагогічних наук, доцент кафедри педагогіки Сумського державного
педагогічного університету імені А.С.Макаренка

Ладика О.В. кандидат педагогічних наук, доцент кафедри англійської філології Тернопільського
національного педагогічного університету імені В.Гнатюка

Д70 **Дослідження медіаграмотності: проект школи та університету:** студентська
монографія / [за загальної редакції Н. В. Коваленко]. – Суми : [ФОП Цьома С.П.,
2019]. – 161.

У монографії представлено результати науково-дослідницької роботи студентів другого курсу Фізико-математичного та Природничо-географічного факультетів Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка, що виконувалась у рамках навчально-наукового педагогічного проекту «Дослідження рівня сформованості складових медіаграмотності учнів початкової школи та майбутніх вчителів» протягом 2018-2019 років.

Матеріали висвітлюють особливості реалізації навчально-наукового педагогічного проекту: розробку концепції проекту, організацію, проведення психолого-педагогічного дослідження; публікацію отриманих результатів, виявлення актуальних завдань виховної роботи, вибір тематики та проведення виховних заходів. На прикладі медіа грамотності, як актуальної в інформаційному суспільстві, ключової особистісної якості, яка стала змістовою лінією навчально-наукового проекту, розкрито результати психолого-педагогічного дослідження рівнів сформованості складових медіаграмотності учнів початкової школи та майбутніх вчителів.

Рекомендації стануть у нагоді студентам та магістратам педагогічних закладів вищої освіти (галузь 014 Середня освіта, за предметними спеціалізаціями), класним керівникам, керівникам практики, викладачам ЗВО і працівникам освіти.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ І. НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ ПРОЕКТ ФОРМУВАННЯ ДОСЛІДНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ. МЕДІАКОМПЕТЕНТНІСТЬ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ	6
Коваленко Н.В. Медіаграмотність як предмет вивчення та засіб розвитку дослідницької компетенції майбутніх вчителів в навчально-науковому педагогічному проекті.....	6
Козачук Е.В. Медіаграмотність майбутніх вчителів в процесі пошуку навчального матеріалу	27
Жепко М.В. Рефлексія та критичне мислення майбутнього вчителя як механізми свідомого споживання медіа продукції.....	31
Полонська К.О. Актуальність українського медіа продукту для майбутніх вчителів	34
Лук'янов А.М. Можливості відеоігор як навчальної технології	38
Кернос С.М. Особливості медіаторчості майбутніх вчителів.....	41
РОЗДІЛ ІІ. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО ПЕДАГОГІЧНОГО ПРОЕКТУ: ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ УЧНІВ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ.....	44
Яценко А.М. Явище кібербулінгу в середовищі учнів початкових класів	44
Мутило О.В. Кібербулінг: сутність, види, загрози.....	50
Маценко М. В. Дослідження безпеки молодших школярів в мережі Інтернет.....	55
Малишко Л. Інтернет небезпека в середовищі учнів початкових класів.....	58
Старинська Н. О. Медіаграмотність учнів – основа безпеки в Інтернеті	61
Дорошенко А. Ю. Проблема кібербезпеки серед учнів початкової школи	65
Захарченко Т. І. Інтереси молодших школярів в реальному житті і мережі Інтернет	69
Кущенко В.О. Інтереси учнів початкової школи у медіапросторі	73
Лучнікова С. А. Дослідження інтересів учнів 3-го класу в реальному та віртуальному світі.....	78
Рева Т.М. Дослідження цілей звернення дітей початкової школи до мережі Інтернет	82
Диченко В.О. Соціальні мережі та інтереси учнів початкових класів.....	86
Круподеров С. А. Інформаційні загрози і соціальні мережі	89
Соколовська Ю.І. Медіаторчість учнів початкових класів	93
Жуков А.О., Заєць В.О. Дослідження особливостей медіаторчості учнів початкової школи	96
Лесик А.М. Медіаконтент і брендінг: пріоритети учнів початкової школи.....	100
ДОДАТКИ.....	105
Додаток 1. АНКЕТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ УЧНІВ	105
1.1 Соціальні мережі. Безпечна поведінка в Інтернеті	105
1.2 Медіа контент учнів початкової школи	106



1.3 Кібер-булінг.....	107
1.4 Медіаторчість учнів	108
1.5 Комп'ютерні ігри	109
1.6 Залежність учнів від комп'ютерних ігор	111
1.7 Мультиплікаційні інтереси учнів	112
1.8 Телебачення в житті молодшого школяра.....	113
1.9 Самовираження в YouTube	114
1.10 Залежність дітей від соціальних мереж	115
1.11 Медіаграмотність як основа кібербезпеки	116
1.12 Комп'ютерна гра та її вплив на спілкування молодших школярів.....	118
1.13 Спілкування засобами медіа, та соціальними мережами.....	119
Додаток 2. Узагальнена анкета та результати дослідження медіаграмотності учнів.....	120
2.1. Анкета дослідження медіаграмотності учнів початкової школи	120
2.2 Узагальнені результати дослідження медіаграмотності учнів 3-4х класів	122
Додаток 3. Анкета та результати дослідження стану сформованості медіаграмотності майбутніх вчителів.....	138
3.1. Анкета вивчення стану сформованості медіаграмотності майбутніх вчителів	138
Додаток 4. Методичні поради до методу анкетування.....	141
4.1. Алгоритм проведення анкетування.....	141
4.2. Структурні частини анкети	141
4.3. Типи запитань анкети	142
4.4. Шаблон заповнення анкети.....	143
4.5. Вимоги до оформлення анкети	143
Додаток 5. Інфоргафіка «Як бути невидимим он-лайн »	144
Додаток 6. Приклади створення інфографік	151
6.1. Інфоргафіка « Найбільші світові економіки у 2030».....	153
6.2. Інфоргафіка «Запаси сирої нафти в барелях Біллона»	154
6.3. Інфоргафіка «Найбільш і найменш щасливі країни світу»	155
6.4. Інфоргафіка «20 років Інтернет гігантів»	156
6.5. Інфоргафіка «Упередження, що заважають критично мислити».....	157
6.6. Інфоргафіка «Generation Z».....	158
ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА.....	159
Спеціалізовані інтернет-сайти дитячої літератури	161
Освітньо-інформаційні ресурси.....	161
Інтернет-сайти бібліотек та електронних бібліотек	161



Вступ

Формування дослідницької компетентності майбутнього вчителя у системі професійної педагогічної підготовки забезпечує здатність і готовність знаходити оптимальні науково-обґрунтовані шляхи вдосконалення педагогічної практики.

У посібнику розглянуто педагогічні умови ефективності формування дослідницької компетентності майбутніх вчителів на другому році професійної педагогічної підготовки. Технологією розвитку дослідницької компетентності майбутніх вчителів став *навчально-науковий педагогічний проект* який об'єднав аудиторне навчання, самостійну роботу студентів, реалізацію навчальних завдань дисципліни «Педагогіка»; організацію і проведення навчальної педагогічної практики та проведення педагогічного дослідження. Системоутворюючою дефініцією проекту визначено актуальна у сучасному суспільстві медіаграмотність.

У відповідності до принципів проектно-тренінгового, компетентнісного, студентоцентрованого, контекстного підходів виокремлено та схарактеризовано структуру навчально-наукового педагогічного проекту, яка складається з наступних етапів: 1) розробка діагностичних матеріалів для учнів початкової школи і самих дослідників (формування творчих груп, вибір напрямку дослідження медіаграмотності учнів початкової школи, розробка діагностичних методик; 2) пілотна апробація діагностичних методик, експертна оцінка діагностичних методик та методичних матеріалів в початковій та основній школі; 4) проведення системи виховних формуючих заходів; 5) висвітлення отриманих результатів (підготовка до друку статей, друк збірки матеріалів).

Розвиток складових дослідницької компетентності майбутнього вчителя: мотиваційно-ціннісної, стратегічно-прогностичної, методологічної, інформаційно-пошукової, продуктивно-пуляризаційної, комунікативно-корпоративної відбувався у процесі розробки студентами діагностичного матеріалу в рамках вивчення навчальної дисципліни «Педагогіка», проведення дослідження медіаграмотності учнів в період навчальної практики та висвітлення отриманих результатів.

Матеріали збірки є результатом співпраці педагогічних колективів Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка, комунальних установ Сумських спеціалізованих шкіл I-III ступенів №17, №2 ім. Д. Косаренка та майбутніми вчителями студентами другого курсу фізико-математичного та природничо-географічного факультетів Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка.

Збірка складається з двох розділів і додатків. У першому розділі наведені результати дослідження розвитку дослідницької компетентності майбутнього вчителя в навчально-науковому педагогічному проекті, сформованості різних аспектів медіа грамотності. Вибірка склала 56 осіб (студенти фізико-математичного та природничо-географічного факультетів, для яких вивчення навчальної дисципліни, організації навчальної практики та студентського педагогічного дослідження були об'єднані навчально-науковим педагогічним проектом). Другий розділ висвітлює результати дослідження студентів, в яких аналізуються результати психолого-педагогічного дослідження сформованості складових медіа грамотності учнів 3-4 класів (360 осіб) за обраними напрямками (соціальні мережі, кібербулінг, залежність учнів від комп'ютерних ігор, медіаторчість учнів, безпечна поведінка в Інтернеті, медіаконтент учнів початкової школи, комп'ютерні ігри).

Додатки вміщують анкети дослідження медіаграмотності учнів і майбутніх вчителів, узагальнені візуалізовані результати анкетування, методичні поради для опанування методом анкетування, приклади інфографік.



Розділ І. Навчально-науковий педагогічний проект формування дослідницької компетентності майбутніх вчителів. Медіакомпетентність майбутнього вчителя

Коваленко Н.В. Медіаграмотність як предмет вивчення та засіб розвитку
дослідницької компетенції майбутніх вчителів в навчально-науковому
педагогічному проекті

orcid.org/0000-0003-2854-2461

УДК37.018.43:004.032.6

***Анотація.** На прикладі медіаграмотності, як актуальної для сучасної людини якості та гуртуючись на ретроспективному аналізі власної педагогічної практики, експертній оцінці продуктів дослідницької діяльності студентів розкрито ефективність навчально-наукового педагогічного проекту у формуванні дослідницької компетентності майбутнього вчителя, виокремлено та схарактеризовано його структуру. Спільний проект школи і університету включав розробку діагностичного матеріалу в рамках вивчення навчальної дисципліни педагогіка, проведення дослідження медіаграмотності учнів в період навчальної практики в початковій та основній школі, проведення системи виховних формуючих заходів та висвітлення отриманих результатів.*

Ключові слова: педагогічна професійна підготовка, науково-дослідницька робота студентів, дослідницька компетентність майбутнього вчителя, практична педагогічна підготовка, навчальна педагогічна практика, навчально-науковий педагогічний проект, технологія формування дослідницької компетентності майбутніх вчителів.

Постановка проблеми. Науково-дослідницькі уміння майбутнього вчителя, які забезпечують «ефективність вирішення професійно-педагогічних проблем і типових професійних завдань, здатність до впровадження у практику ідей сучасної педагогіки, методів навчання та викладання навчальних дисциплін і предметів, використання наукової літератури та інших джерел інформації для створення сучасних форм навчання професійної компетентності вчителя, впровадження оціночно-ціннісної рефлексії» [3], відповідно до наказу МОН України № 665 від 01.06.2013 року «Про затвердження кваліфікаційних характеристик професій педагогічних та науково-педагогічних працівників навчальних закладів», становлять підґрунтя їх професійної компетентності. Кваліфікаційними характеристиками професії «вчитель загальноосвітнього навчального закладу II- III ступенів» серед завдань та обов'язків визначено «організацію самостійної діяльності учнів, у тому числі дослідницької», що, в свою чергу можливо за сформованості умінь вчителя проводити дослідження та набуття відповідного досвіду у професійній педагогічній підготовці [3].

Науково-дослідна робота майбутнього вчителя формує фахівця який здатний і готовий до педагогічної творчості, пошуку нового раціонального в професійній діяльності, теоретичного обґрунтування педагогічних інновацій та експериментальної перевірки їх ефективності за допомогою наукових методів.

Розвиток науково-дослідницьких умінь майбутнього вчителя відбувається у системі науково-дослідницької роботи університетів: дослідження, пов'язані з виконанням індивідуальних навчально-дослідницьких завдань з навчальних дисциплін;



дослідження та написання курсових, магістерських робіт; участь у конференціях молодих науковців; друк матеріалів у збірниках робіт молодих вчених; дослідження у рамках участі у студентських наукових гуртках, проблемних групах, наукових проектах; участь у всеукраїнських та міжнародних конкурсах студентських наукових робіт та всеукраїнських студентських олімпіадах тощо.

Важливим потенціалом розвитку дослідницької компетентності майбутнього вчителя та проведення педагогічного дослідження є система педагогічних практик. У даному дослідженні увага надана розвитку дослідницької компетентності майбутніх вчителів у процесі: підготовки, організації педагогічного дослідження, аналізу та оприлюдненню результатів у період навчальної педагогічної практики. Технологією розвитку дослідницької компетентності майбутніх вчителів стала технологія навчально-наукового педагогічного проекту, як цілісної системи вивчення навчальної дисципліни «Педагогіка», проведення психолого-педагогічного дослідження та організація навчальної пропедевтичної педагогічної практики за змістом дисципліни як спільного проекту школи і університету. Системоутворюючою дефініцією проекту була визначена актуальна у сучасному суспільстві медіаграмотність.

Аналіз останніх досліджень. Методологічні основи вищої педагогічної освіти висвітлено у дослідженнях А. Алексюка, В. Андрущенка, В. Бондаря, С. Вітвіцької, О. Дубасенюк, І. Зязюна, М. Євтуха, Г. Іванюк, В. Кан-Каліка, Л. Кондрашової, В. Г. Кременя, В. Лугового, О. Пехоти, С. Сисоевої, А. Троцько та інших.

Проблему розвитку дослідницьких умінь майбутніх учителів подано у роботах таких науковців, як С. Балашова, В. Борисов, У. Гончаренко, В. Загвязинский, Т. Шамова, Г. Щукіна. Дослідницька компетентність, як ключова у системі професійної компетентності вчителя розглядається дослідниками (В. Болотовим, І. Зимнєю, А. Хуторським та ін.). Завдання, форми, умови ефективності організації науково-дослідної роботи студентів у вищих навчальних закладах розкриті у працях Н. Дем'яненко, Г. Кловак, О. Крушельницької, В. Курила, О. Микитка, Н. Пузирьової тощо.

Місію педагогічної практики у системі професійної педагогічної підготовки розвинуто у дослідженнях О. Абдулліної, Г. Коджаспірова, В. Кан-Каліка, С. Кульневич, О. Савченко, С. Сисоевої, В. Сластьоніна, М. Козія, П. Решетнікова та інших дослідників. Різні аспекти дослідницької роботи студентів у період практики розкрито в роботах (О. Кислої, В. Кондратюк, О. Якубчик, О.Лінник, О. Цоколенко).

Актуальність медіаосвіти відображена в Концепції запровадження медіаосвіти в Україні. Термін «медіа-компетентність» схарактеризований в роботах українських дослідників (А. Єрмоленко, Л. Найдьонова, Г. Онкович, В. Робак, В. Шарко) учених; «медіа педагогіка» (Г.Онкович); медіаосвіта є предметом вивчення (Н. Духаніної, Ю. Казакова); медіаосвіта майбутніх вчителів вивчається (Н. Леготіної, Н. Рижих, Н. Шубенко та інших дослідників).

Аналіз наведених досліджень дає підстави для висновування, про те, що у дослідженнях вищої педагогічної освіти розкриті організація та методика науково-дослідницької діяльності майбутніх фахівців, висвітлено особливості організації різних форм науково-дослідної роботи студентів, розглядаються різні аспекти педагогічної практики у розвитку дослідницької компетентності студентів. Детального дослідження потребує розвиток дослідницької компетентності студентів у період навчальної



педагогічної практики організованої як складова навчально-наукового педагогічного проекту спільного для школи та університету. Виходячи з цього, ставимо за мету обґрунтувати ефективність технології навчально-наукового педагогічного проекту вивчення навчальної дисципліни та організації навчальної практики у формуванні дослідницької компетентності майбутніх вчителів.

Методи дослідження. Для реалізації мети і поставлених завдань на різних етапах наукового пошуку комплексно застосовано такі методи: теоретичні (аналіз, синтез, порівняння, систематизація та узагальнення наукових джерел) з метою з'ясування проблеми дослідження, теоретичного обґрунтування педагогічних умов ефективної організації навчального процесу з дисципліни «Педагогіка», практики як навчально-наукового проекту); емпіричні (анкетування (додатки 1.1-1.13, 2.1, 3.1, Google форми), опитування, бесіди, спостереження (самостійності, ефективності, творчості молодих дослідників на етапах дослідження), ретроспективний аналіз власної педагогічної практики, експертні оцінки (викладачі, психологи шкіл, вчителі), аналіз продуктів навчально-пізнавальної діяльності студентів (анкети дослідження медіаграмотності, аналіз результатів, висновки, статті) продуктів проекту (анкети, формуючі методики, відео звіт за завданнями проекту, статті), вивчення та узагальнення педагогічного досвіду) для з'ясування стану сформованості дослідницької компетентності майбутніх вчителів медіаграмотності студентів та учнів; експериментальні – педагогічний експеримент для виявлення ефективності технології навчально-наукового проекту у формуванні дослідницької компетентності майбутнього вчителя перевірки ефективності формування дослідницької компетентності майбутніх вчителів в умовах організації навчальної практики як спільного проекту школи і університету.

Виклад основного матеріалу дослідження. Віртуальна дійсність стає невід'ємною частиною життя нового покоління. Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та мас-медіа потребує цілеспрямованої підготовки особистості до корисного і безпечного користування ними. Загальноосвітня підготовка в умовах інформаційного суспільства має забезпечити медіакомпетентність учнів, як здатність і готовність до: здоров'я зберезувальної взаємодії з медіа; грамотного пошуку інформації, її критичної оцінки; творчого та відповідального створення та поширення медіатекстів, самопрезентації засобами медіа; безпечної поведінки та спілкування в віртуальному середовищі.

У цих умовах медіаосвіта стає фундаментальною складовою інформаційної безпеки країни, відіграє стратегічну роль у вихованні патріотизму молоді, формуванні української ідентичності [16]. Міністр освіти та науки України Пані Гриневич під час суспільно-політичного форуму «Реформи під прицілом: діалог громадськості та уряду» підкреслила, що розвиток критичного мислення в дітей є одним із ключових складових урядової реформи «Нова українська школа». Головна проблема щодо впровадження медіаграмотності, на думку пані Гриневич, полягає в методології. «Не можна вчителя, який сам не вміє критично мислити, відправити цьому вчити дітей. Йому треба дати інструментарій. Цього не було в нашій культурі радянської та пострадянської школи – навчання критично мислити, ставити питання, піддавати сумніву, інформаційна безпека дітей» [16].



Нормативні положення медіаосвіти закладені в Концепції впровадження медіаосвіти в Україні яка базується на Паризькій програмі-рекомендаціях з медіаосвіти ЮНЕСКО (2007 р.), резолюції Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрової інформації (2008 р.), Феській декларації ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності (2011 р.) та Паризькій декларації ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в цифрову епоху (2014 р.) [12].

Медіапсихологічну місію дорослого колектив науковців Інституту соціальної та політичної психології вбачають в тому, щоб «допомогти дитині виробити адекватні орієнтири щодо медіа як частини життєвого світу, розібратися в особливостях медіареальності й опанувати її, щоб збільшити її ресурсні можливості та зменшити ризики негативних впливів» [17, с.39].

Медіакомпетентність у спільному проєкті школи і університету розглядали як здатність і готовність особистості до корисного і безпечного пошуку, критичного аналізу, використання інформації в медіа, створення медіатекстів.

Дослідження медіапсихологічної компетентності учителів, проведені лабораторією психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України протягом 2009–2013 років засвідчили доволі високий рівень. Так вчителі змогли визначити пріоритети у колі основних завдань, які повинна вирішувати медіаосвіта в сучасній українській школі.

Перша за рейтингом група завдань зводиться до виховання громадянина з власною життєвою позицією. Задля цього медіаосвіта повинна готувати молодь до активного життя в суспільстві, розвивати у дітей здатність сприймати й розуміти медіатексти та критично мислити, уміння аналізувати зміст культурної, політичної та іншої інформації, фільтрувати й добирати необхідну медіаінформацію, орієнтуючи дітей на свідоме, планове споживання медіапродукції. За важливі функції медіаосвіта педагоги визначили, з одного боку, розвиток естетичного сприйняття медіатворів, а з другого - навчити дітей захищатися від шкідливого впливу мас-медіа, застосовувати психотехніки самозахисту від травматичної, надмірної чи непотрібної медіаінформації.

Друга за рейтингом опитування група завдань медіаосвіта стосується проблеми медіаграмотності: навчати дітей практичних умінь працювати з медіатехнікою, поглиблювати їхні знання завдяки використанню медіазасобів. У цьому ж ряду і завдання розвитку комунікативних здібностей дітей, від чого так могутньо, але непомітно й незримо відгороджують дитину що телебачення, що інтернет. (Звичайно, за умови непомірного захоплення ними, тобто випадку низького рівня медіакультури).

Третя група завдань медіаосвіта пов'язана з розвитком у дитини прагнення до самовираження через медіа, формуванням умінь та навичок створення медіатекстів. Відповідаючи на запитання анкети, учителі деталізували ці завдання. Уроки медіакультури повинні навчити учнів орієнтуватися в інформаційних потоках суспільства, мати власну позицію щодо кожного медіатексту, яка формується на основі аналізу, аргументованої критики змісту та форми вираження. Усе це (і ще багато іншого) якраз і окреслює основне завдання медіаосвіти - готувати компетентного, грамотного споживача медіапродукції [17, с.245].

Навчальні заклади середньої ланки частково вже займаються формуванням медіакультури дітей. Об'єктивно і учні, і вчителі є постійними учасниками



інформаційних процесів у суспільстві, і на цьому ґрунті між ними відбувається постійна, безперервна взаємодія. Так, 41% опитаних учителів відповіли, що вони привчають своїх учнів дивитися передачі вибірково, ще 44,5% звертають увагу дітей на окремі, ко“исні, на погляд педагогів, телепередачі. Негативно відповіли, бо "не мають на це часу і можливостей", менш як 20% респондентів.

Понад 40% педагогів пояснюють дітям, чому шкідливо переглядати все підряд, радять їм самотійно аналізувати телепрограми, що друкуються в пресі; обов’язково, звертати увагу на анонси передач. Але, як свідчить і зарубіжний досвід, і як вважають опитані вчителі, тільки системно організована медіаосвіта дасть змогу дитині орієнтуватися в загальних інформаційних потоках, навчить фільтрувати медіаінформацію, добирати передусім потрібну саме їм, структурувати інформаційні масиви, запам’ятовувати та застосовувати все це своїй життєдіяльності.

Понад 85% опитаних учителів, - хто завжди, а хто інколи, - обговорюють з учнями побачене ними по телебаченню, і лише 14,3% у спілкуванні з учнями не торкаються того, що ті дивляться. Предметом обговорення в першу чергу є зміст телепередач та окремі їхні фрагменти, моральні і художньо-естетичні аспекти, поведінка та взаємини героїв, тобто аналіз передач з позицій соціальних норм суспільства. Під час таких обговорень переглянуте аналізується з позицій відповідності його реаліям життя. І, нарешті, звертається увага на творчість комуніканта: манери тележурналіста, роботу режисера, форми зовнішньої презентації телепередач, фонові деталі та ін [17, с.246].

В нашому дослідженні, вивчення медіаграмотності студентів розглядалось переважно як засіб розвитку їх дослідницьких умінь. На прикладі медіаграмотності, як актуальної для сучасної людини якості, проаналізовано *ефективність навчально-наукового педагогічного проекту* у формуванні дослідницької компетентності майбутнього вчителя.

Дослідницьку компетентність майбутнього вчителя розуміємо як здатність та готовність до самотійного творчого розв’язання професійних завдань, пізнання й перетворення педагогічної реальності, продукування нового педагогічного знання на основі сучасних наукових підходів та здобутків педагогічної науки, системи методологічних знань та умінь, застосування наукових методів [10, с.73].

У процесі розробки технології формування дослідницької компетентності майбутніх вчителів передбачали розвиток наступних складових дослідницької компетентності майбутнього вчителя: мотиваційно-ціннісної, стратегічно-прогностична, методологічна, інформаційно-пошукова, продуктивно-пуляризаційна, комунікативно-корпоратива [10, с.74].

Навчально-науковий педагогічний проект як технологія формування дослідницької компетентності студентів об’єднав: реалізацію навчальних завдань дисципліни «Педагогіка», організацію і проведення навчальної педагогічної практики, проведення педагогічного дослідження.

Спільний проект школи і університету «Медіаграмотність: проект школи та університету» включав розробку діагностичного матеріалу для учнів початкової школи і самих дослідників (студентів фізико-математичного та природничо-географічного факультетів) в рамках вивчення навчальної дисципліни педагогіка, проведення



дослідження медіаграмотності учнів в період навчальної практики в початковій та основній школі, проведення системи виховних формуючих заходів та висвітлення отриманих результатів.

У відповідності до принципів проектно-тренінгового, компетентнісного, студентоцентрованого, контекстного підходів виокремлено та схарактеризовано структуру навчально-наукового педагогічного проекту. Структура науково-навчального педагогічного проекту дослідження медіаграмотності учнів початкової школи подана у таблиці 1.

Таблиця 1

Структура науково-навчального педагогічного проекту «Медіаграмотність: проект школи та університету»

№	Навчально-наукові завдання	Продукти проекту
1 етап		
1.	Формування творчих груп	Творчі групи, самоврядування проекту
2.	Вибір напрямку дослідження медіаграмотності учнів	Індивідуальні та групові теми дослідження
3.	Розробка діагностичних методик	Анкети за обраними напрямками
2 етап		
4.	Пілотна апробація діагностичних методик	Практичні рекомендації до вдосконалення анкет
5.	Експертна оцінка діагностичних методик психологами шкіл	Експертні рекомендації до вдосконалення анкет
6.	Друк анкет	Анкети
3 етап		
7.	Проведення анкетування	Результати дослідження
8.	Аналіз результатів дослідження	Узагальнені результати дослідження в класах та в паралелях учнів початкової школи
4 етап		
9.	Проведення системи виховних формуючих заходів	Акція «Інстаграм сторінка», шкільна пошта «Пошта добрих SMS», акція «Поділись новиною : шкільна газета Faceschool», відкритий мікрофон «Бути медіаграмотним це ...»? виховні заходи у класах «Медіаграмотний Я і Ти»
5 етап		
10.	Написання наукових статей та методичних матеріалів	Студентські статті, методичні розробки
11.	Друк збірок	Студентські збірки методичних розробок та наукових статей за результатами проведеного проекту

Планування проекту розпочинається до початку учнівського та студентського навчального року. За таких умов позитивним є те, що розпочинаючи навчальний рік, вивчення навчальної дисципліни «Педагогіка» студенти мають час усвідомити



значимість їх майбутньої дослідницької, виховної роботи для учнів початкової школи, підготуватись до здійснення завдань практики, апробувати в академічній аудиторії фрагменти виховних справ. У співпраці керівника практики, заступника з виховної роботи та заступника директора школи з молодшої ланки закладається тематика виховного тижня, зміст виховної роботи, проблема для студентського психолого-педагогічного дослідження. Так протягом 2016-2019 навчальних років проектами школи та університету стали наступні змістові лінії: тиждень козацької слави (2016), тиждень толерантності [20], тиждень до всесвітнього дня дитини [3].

Змістом спільного проекту комунальних установ сумських спеціалізованих шкіл І-ІІІ ступенів №17, №2 і другокурсників фізико-математичного та природничо-географічного факультетів Сум ДПУ імені А.С. Макаренка у 2018-2019 навчальному році став комплекс навчальних, науково-дослідницьких та виховних справ об'єднаних тематикою двох проектів для двох шкіл відповідно: «Тиждень медіаграмотності: проект школи і університету», «Медіаграмотний Я і Ти: проект школи і університету» [21].

Психолого-педагогічне дослідження яке об'єднало завдання навчально-наукового проекту було проведено студентами другого курсу фізико-математичного та природничо-географічного факультетів Сумського державного педагогічного університету імені А.С. Макаренка в двох школах міста: в комунальній установі Сумська спеціалізована школа І-ІІІ ступенів №2 ім. Д. Косаренка та комунальній установі Сумська спеціалізована школа І-ІІІ ступенів №17 (учні 3-4-х класів) протягом навчальних практик. Обсяг студентської вибіркової сукупності 99 осіб, учнівської 360 осіб.

Мета навчально-наукового педагогічного проекту передбачала два напрями роботи:

Перший напрям:

- 1) формування науково-дослідницької компетентності майбутніх вчителів: умінь виявляти актуальні проблеми дослідження обумовлені потребами розвитку суспільства; розробляти інструменти дослідження (анкети, питання для діагностичних бесід, протоколи для психолого-педагогічного спостереження), проводити дослідження; аналізувати, публікувати та апробувати отримані дані; визначати актуальні теми виховної роботи;
- 2) формування умінь з методики виховної роботи у майбутніх вчителів;

Другий напрям:

- 3) дослідження рівня сформованості медіаграмотності майбутніх вчителів;
- 4) виявлення рівня сформованості медіаграмотності учнів початкової школи.

Аналіз результатів формування дослідницької компетентності майбутнього вчителя проведено у двох вибірках студентів 2-х курсів Сум ДПУ імені А.С. Макаренка (обсяг вибіркової сукупності 99 осіб): експериментальній виборці (ЕВ) – 56 осіб (студенти фізико-математичного та природничо-географічного факультетів, для яких вивчення навчальної дисципліни, організації навчальної практики та студентського педагогічного дослідження були об'єднані навчально-науковим педагогічним проектом) та контрольній виборці (КВ) – 43 особи (студенти інших факультетів, які навчалися в системі традиційного навчання), дозволив підтвердити



ефективність розробленого проекту. В студентському дослідженні, проведеному майбутніми вчителями у рамках проекту взяли участь учні 3-4 класів (360 осіб).

Якість процесу формування дослідницької компетентності майбутнього вчителя у навчально-науковому педагогічному проєкті школи і університету вивчали у відповідності до розвитку її складових:

1) *Мотиваційно-ціннісної складової.* Здійснення завдань проєкту (створення питань анкети та побудови гіпотез майбутніх результатів; обґрунтування на основі отриманих результатів тематики виховного тижня, достатньої кількості виховних заходів; виховних вправ заходу для досягнення виховної мети; взаємодія з педагогічним колективом школи; отримання експертної оцінки продуктів проєкту тощо) у майбутнього вчителя формує розуміння важливості дослідницького підходу до професійної діяльності тим самим розвивається *мотиваційно-ціннісна складова* дослідницької компетентності майбутнього вчителя. Так за підсумками проєкту, 63% студентів ЕВ (41% КВ) виявляють зацікавленість та прагнення до подальшого педагогічного дослідження, вказують на можливість помилкових оціночних суджень без обґрунтованих даних, отриманих науковими методами.

2) *Стратегічно-прогностична складова* розвивається в процесі того як студенти продукують задум дослідження, вчать виділяти протиріччя і формулювати проблему, будувати гіпотезу вивчення і формування медіакомпетеності учнів, передбачати наслідки, співставляти мету і результат, моделювати. Наприклад, у процесі розроблення анкет блоку питань з нетикету і булінгу в онлайн-середовищі учнів, більшість студентів передбачали що класний керівник не буде тим значимим дорослим до якого звернуться діти якщо зіткнуться з ситуаціями кіберцькування або залякування, наполягали на тому, щоб усунути з варіантів відповіді. Результати проведеного студентами дослідження (обсяг вибірки 360 учнів 3-4 класів) виявили, що 51% учнів при перших проявах кібербулінгу обіцяють повідомити батькам, 39% – класному керівнику, 7% скажуть про це друзям і 3% не мають наміру нікому повідомляти про це. Отримані дані переконливо довели важливість прогнозування на основі всебічного вивчення проблеми, дієвість теоретичних вимог до організації дослідження, наприклад до вимог до формулювання питань анкет: поряд з іншими вимогами (відповідати темі та завданням дослідження, забезпечення можливості точної відповіді, використовувати мову середовища, відповідати віковим особливостям дітей) необхідність охопленості усіх можливих варіантів відповідей закритих питань.

3) Обґрунтоване використання методів психолого-педагогічного дослідження у педагогічному процесі (набуття умінь розробляти інструменти психолого-педагогічного дослідження, організовувати та проводити дослідження), аналізувати фактичні дані (давати оцінку емпіричним результатам, інтерпретувати інформацію, порівнювати, систематизувати, класифікувати, узагальнювати, представляти дослідницькі результати у вигляді моделей, схем, графіків тощо), сприяють розвитку *методологічної* та *інформаційно-пошукової* складових дослідницької компетентності майбутнього вчителя.

Протягом вивчення двох навчальних тем курсу педагогіки: «Актуальні питання психолого-педагогічних досліджень» та «Методи психолого-педагогічного аналізу» студенти розробляють анкети: беруть участь у тренінгу з розроблення анкет [8],



отримують матеріали для самостійної роботи (додаток 4.1-4.5). Розроблені у творчих групах анкети проходять взаєморецензування колегами, рецензування наукового керівника і після затвердження експертну оцінку психологів школи.

За результатами навчально-наукового проекту «медіа грамотність: проект школи і університету» тематикою студентських анкет стали: соціальні мережі, кібербулінг, залежність учнів від комп'ютерних ігор, медіаторчість учнів, безпечна поведінка в Інтернеті, медіаконтент учнів початкової школи, комп'ютерні ігри, телевізійні захоплення учнів, мультиплікаційні інтереси учнів (додаток 1.1-1.13).

Серед широкого кола питань вивчення медіаграмотності учнів, майбутні вчителі виокремили і дослідження ставлення учнів до телевізійного перегляду: часу, інтересів. За даними досліджень проблема перегляду телевізійних продуктів залишається актуальною. Оскільки медіа пропонують зразки міжособових стосунків і сценарії їх реалізації, культивують певні норми, розширюючи завдяки екрану соціальний досвід дитини. Соціальні стосунки зображують у різних життєвих контекстах (дружба, любов, виробничі та сусідські стосунки). Зразки можуть бути позитивними просоціальними, конструктивними, і негативними - антисоціальними, деструктивними. Крім того, існує особливе явище парасоціальних стосунків із медіаперсонажами, які теж можуть мати позитивний і негативний вплив на розвиток особистості. Телевізійні герої (як справжні знаменитості, так і вигадані художні образи) стали частиною тієї мережі особистого спілкування, з представниками якої особистість поділяє свої цінності, прагнення, настановлення, з якими має спільні когніції та емоційні стани, за якими моделює свою картину світу [17, с.44].

У підлітків, “важких” споживачів телепродукції (час експозиції перевищує 4 години на добу), відбувається помітна зміна суб’єктивної одиниці часу, з якою пов’язані всі нейродинамічні характеристики особистості, у бік її збільшення, порушується орієнтація в часі [13]. У сприйнятті реального часу втрачається відчуття його плину, він наче “розтягується” і водночас “пролітає зовсім непомітно. Дитина, вступаючи в спілкування з віртуальним світом, ніби “зависає в часі”. З одного боку, дитина залишається в теперішності, а з другого - перебуваючи в ній “не тут”, вона виявляється не тотожною переживанню теперішнього моменту як неповторного “тепер” власного життєвого світу [13, с.9].

Якість розроблених студентами анкет мала двоступеневу експертну оцінку: керівником проекту та психологами школи. Так 58% студентів, які брали участь у проекті отримали позитивну експертну оцінку на противагу 8% студентів, що увійшли у контрольну групу.

За результатами розроблених студентами анкет (додаток 1.1-1.13) була розроблена узагальнена анкета дослідження медіа грамотності учнів початкових класів (додаток 2.1). Анкета складалася з 15 питань, в яких були сформовані різні напрямки дослідження медіа грамотності учнів початкової школи (соціальні мережі, кібербулінг, медіаторчість, медіаінтереси). Узагальнена анкета містила різні типи запитань: відкриті, закриті (дихотомічні, альтернативні, запитання-меню), напівзакриті, шкальні запитання. Анкета отримала експертну оцінку трьох психологів шкіл м. Суми.

В ході психолого-педагогічного дослідження було опитано 360 учнів 3-4-х класів, що навчаються в комунальній установі Сумська спеціалізована школа І-ІІІ ступенів



№2 ім. Д. Косаренка та комунальній установі Сумська спеціалізована школа I-III ступенів №17 протягом навчальних практик.

Уміння візуалізувати інформацію стали необхідною складовою інформаційно—пошукової складової дослідницької компетентності майбутніх вчителів та одним з завдань проекту (додаток 2.2). Студенти в період практики працювали в класах творчими групами по два-три студенті в класі. Результати дослідження були візуалізовані студентами для кожного класу та подані в таблицях і діаграмах, використані в статтях. Поряд з тим були узагальнені результати для паралелей учнів 3-х класів, 4-х класів окремо по школах і загальні для двох шкіл (додаток 2.2); узагальнені результати 3-4-х класів двох шкіл.

Одним з напрямом роботи стало розроблення майбутніми вчителями порад учням з мадіаграмотності, кібербулінгу, безпеки в мережі. Формами були обрані буклети і інфорграфіки. Для вивчення особливостей подання інформації у вигляді інфографіки використовувались приклади інфографік (додаток 5, 6.1-6.6).

4) Впровадження результатів у педагогічну діяльність, створення авторського освітнього продукту (розробка діагностичного матеріалу, наукових статей, методичних матеріалів), вміння публічно висвітлювати результати дослідження на студентській підсумковій конференції з практики, підготовка до друку студентської монографії за результатами проведеного дослідження визначає розвиток *продуктивно-популяризаційної складової*. Аналізуючи розвиток означеної складової виявили, що 98% студентів ЕВ (53% студентів КВ) подали матеріали до збірки методичних матеріалів [21], 47% студентів ЕВ (13% студентів КВ) до студентської наукової монографії.

5) У спільному проекті школи і університету формується готовність студентів співпрацювати, розподіляти завдання, спільно здійснювати дослідження, тому набуває розвитку *комунікативно-корпоратива* складова дослідницької компетентності майбутнього вчителя. За результатами опитування студентів експериментальної вибірки на початку і після закінчення проекту (результати подані у дужках) важливо зазначити, що 24% (73%) студентів оцінюють роботу у групі як ефективну; 63% (22%) зможуть працювати в команді, якщо виникне необхідність; вважають не ефективною - 13% (5%).

Критеріями ефективності навчально-наукового педагогічного проекту стали: якість методик дослідження та матеріалів виховної роботи; проведення процедури дослідження студентами-практикантами та сформованість педагогічних умінь; інтерпретація студентами результатів дослідження врахування їх у подальшій виховній роботі; самостійність на етапах проекту.

Якість методик дослідження визначалась: 1) якістю розроблених студентами анкет за такими критеріями: цілісність, логічність, відповідність темі та завданням дослідження та віковим особливостям дітей (додаток 6.6), необхідність і достатність питань анкети, забезпечення можливості точної відповіді, використання мови середовища, охопленість можливих варіантів та прийнятність у рівній мірі варіантів відповідей закритих питань, відсутність у формулюванні питання ставлення дослідника, послідовність пропонованих варіантів відповіді; 2) якістю методичних матеріалів: відповідність змісту матеріалів тематиці виховного тижня, індивідуальним і



віковим особливостям *учнів, комплексність методів навчання та виховання, якість висновків, зроблених учнями. Виявили, що 96% студентів ЕВ (68% студентів КВ) розробили анкети, з них 58% (8%) студентів отримали позитивну експертну оцінку (з них 18% (-) отримали дозвіл на проведення дослідження без доопрацювання методик.

Аналізуючи уміння здійснювати студентами процедури проведення дослідження передбачала відповідність дій студентів наступним критеріям: вчасність, дотримання процедури, забезпечення анонімності (якщо передбачено), нейтральність суджень у роз'ясненні аудиторії учнів категорій, поширення результатів на побудову педагогічного процесу. На питання «Чи важлива спеціальна виховна робота з медіаграмотності для учнів» отримали відповіді в експериментальній та контрольній вибірці відповідно: так - 69% студентів ЕВ, 43% студентів КВ; ні - 7% студентів ЕВ, 10% студентів КВ; не знаю – 24% студентів ЕВ, 47% студентів КВ.

Досліджуючи наявність кореляції отриманих студентами результатів дослідження медіаграмотності учнів та побудови педагогічної діяльності на їх основі, виявили, що відповідність теми, змісту загальношкільних та загальнокласних виховних заходів отриманим висновкам спостерігали у 87% студентів експериментальної вибірки. Приоритетними стали теми загальношкільних акцій: «Інстаграм сторінка», «Пошта добрих SMS», «Поділись новиною»; загальнокласних: «Копіювання – не завжди добре!», «Новини шкільного та класного життя. Як писати новину», «Нетикет», «Кіберзалякування. Основні заповіді мережевої моралі» (таблиця 2).

Таблиця 2

План проведення тижня медіаграмотності студентами 2 курсу у період навчальної практики

№	Час проведення	Дата / Захід	Учасники / Відповідальні
		Вівторок 19.11.2018р.	
1.	8 ⁰⁰ -12 ⁰⁰	Акція «Інстаграм сторінка»	Учні 3-4 класів / студенти
		Середа 20.11.2018 р.	
2.	10 ⁰⁰ -14 ⁰⁰	Шкільна пошта «Пошта добрих SMS»	Учні 3-4 класів / студенти
		Четвер 21.11.2018 р.	
3.	9 ⁰⁰ -14 ⁰⁰	Акція «Поділись новиною: шкільна газета Faceschool»	Учні 3-4 класів / студенти
4.	8 ⁰⁰ -14 ⁰⁰	Виховні заходи у класах «Медіаграмотний Я і Ти»	Учні 3-4 класів / студенти
		П'ятниця 22.11.2018 р.	
5.	9 ⁰⁰ -12 ⁰⁰	Відкритий мікрофон «Бути медіаграмотним це ...»	Учні 3-4 класів / студенти
6.	8 ⁰⁰ -14 ⁰⁰	Виховні заходи у класах «Медіаграмотний Я і Ти»	Учні 3-4 класів / студенти

Оцінка в балах критерію «інтерпретація результатів дослідження» визначалась на основі якості поданих до друку статей за результатами дослідження. Кількісна



характеристика теж мала відмінність. Так, 47% студентів експериментальної вибірки оформили результати та подали до друку у студентську монографію наукові статті, на противагу 12% студентів контрольної групи.

Вивчення сформованості у процесі виконання проекту педагогічних умінь студентів - практикантів ґрунтувалось на основі аналізу відео проведених студентами виховних заходів. Інструменти для відео-анотацій можуть надати освітянам необхідні дані, які можуть бути використані для підтримки рефлексії вчителів [27]. Найбільш вагомими перевагами є підвищена мотивація, оптимізоване пізнання та покращення практики в класі [26]. За результатами аналізу відео фрагментів виховних заходів експерти підтвердили достатній рівень сформованості наступних педагогічних умінь: проведення фронтальної бесіди з учнями класу у 73% (64%) студентів експериментальної вибірки (контрольної вибірки); організація роботи учнів у групах – 69% (31%), методика проведення змагальних вдів роботи -53% (45%), дотримання структурної чіткості виховного заходу – 34% (22%).

Самостійність на етапах дослідження передбачала аналіз автономності студентів у виборі теми дослідження, розробці анкети, наявності авторської складової матеріалів.

Для кожного критерію дослідження була запропонована експертам шкала від 0 до 100 балів та за результатами визначене середнє арифметичне в обох вибірках (таблиця 3).

Таблиця 3

Критерії та показники та результати сформованості дослідницької компетентності майбутніх вчителів

№	Критерії сформованості дослідницької компетентності	Показники сформованості критеріїв	Кількість балів	
			ЕВ	КВ
1.	самостійність на етапах проекту	Самостійність у виборі теми дослідження, розробці анкети, наявності авторської складової матеріалів, автономності у результатах та процедурах	916	896
2.	якість методик дослідження та матеріалів виховної роботи	Якість анкет (відповідність темі та завданням дослідження, забезпечення можливості точної відповіді, використання мову середовища, відповідність віковим особливостям дітей, охопленість можливих варіантів та прийнятність у рівній мірі варіантів відповідей закритих питань, відсутність у формулюванні питання ставлення дослідника, послідовність пропонуванних варіантів відповіді). Якість матеріалів виховної роботи (відповідність теми, мети, змісту, методів розроблених занять виявленим у ході дослідження проблемам, віковим	876	326



		особливостям учнів)		
3.	проведення процедури дослідження та сформованість педагогічних умінь	Проведення дослідження (актуальність, дотримання процедури, забезпечення анонімності (якщо передбачено), нейтральність суджень у роз'ясненні аудиторії категорій)	636	286
4.	інтерпретація результатів дослідження врахування їх у подальшій виховній роботі	якості поданих до друку статей за результатами дослідження, візуалізація емпіричних даних, висновки за проведеним дослідженням для подальшої виховної роботи	776	126

В ході аналізу отримали більше значення за кожним критерієм для експериментальної ніж контрольної групи відповідно: якість методик дослідження та матеріалів виховної роботи (876, 326); проведення процедури дослідження та сформованість педагогічних умінь (636., 286); інтерпретація результатів дослідження врахування їх у подальшій виховній роботі (776., 126.); самостійність на етапах проекту (916, 896).

В рамках здійснення навчально-наукового проекту одним з завдань стало вивчення медіаграмотності студентів (додаток 3.1). Вивчення рівня розвитку складових медіакомпетентності майбутнього вчителя важливі з огляду на те, що аналіз студентами отриманих даних, самоаналіз надають більшого усвідомлення сутності поняття медіакомпетентність, актуальності цієї якості для себе і підростаючого покоління, стимулюють до самовдосконалення та пошуку ефективних шляхів її формування в учнів в період практики.

Вивчення розуміння дослідниками сутності поняття медіаграмотність в експериментальній та контрольній вибірках виявили кількісну перевагу (сформулювали визначення 97% студентів ЕГ, які взяли участь у проекті, 53% студентів що навчалися за традиційної організації навчання КГ) і якісну пріоритетність відповідей експериментальної вибірки студентів (таблиця 4).

Для опису сутності поняття медіа грамотність студенти використовують важливі характеристики, такі як: «критично аналізувати, оцінювати інформацію», «розуміти вплив інформації», «обачне користування медіа», «знання можливих небезпек», «правильна поведінка в мережі, правила спілкування в ній».

Одна з класичних проблем медійного впливу на людину стосується розвитку критичного мислення - умілого, оснащеного, самостійного, здатного протистояти медійним маніпуляціям. Розвиток критичного мислення - одне з найважливіших завдань медіаосвіти [17, с.40]. Поряд з тим виявлено: ті діти, що багато дивляться телевізор, у середньому відстають у розвитку навичок і *внутрішньої мотивації до читання* від дітей, які приділяють телебаченню менше часу. Другий ризик негативного впливу екранних медіа - гальмування творчості та фантазування. Механізми такого впливу пов'язані зі зменшенням спонтанності через *знерухомлення погляду, насадження*



візуальних шаблонів, які можуть знижувати самостійну активність пошуку й образного мислення [17, с.39].

Таблиця 4

Визначення сутності поняття «медіаграмотність» майбутніми вчителями

%	Характеристика відповіді	Приклади визначень сутності поняття «медіакомпетентність студентами експериментальної вибірки»
21%	вичерпних відповідей	<ul style="list-style-type: none"> – сукупність навичок, які допомагають людям критично аналізувати Інтернет інформацію, правильно і обачно користуватися Інтернет ресурсами та мережами; – це обізнаність, знання та вміння в користуванні Інтернет - ресурсами, правильна поведінка в мережі, правила спілкування в ній, знання можливих небезпек, які приховує Інтернет; використання Інтернету, соціальних мереж з користю; створення і популяризація власних медіапродуктів: відео, аудіо, мультиплікації;
69%	близьких до сутності поняття	<ul style="list-style-type: none"> – уміння користуватися соціальними мережами, критично оцінювати і створювати новини, повідомлення; – уміння критично оцінювати інформацію, яку отримуємо через медіа; – це сукупність навичок та вмінь які допомагають людині орієнтуватися в інформаційному просторі – це сукупність навичок та вмінь, які дозволяють людям оцінювати повідомлення медіа та аналізувати його, а також розуміти впливу такої інформації; – медіаграмотність дозволяє споживачам критично аналізувати медіаповідомлення з тим, аби помічати там пропаганду, цензуру або однобокість в новинах і програмах суспільного інтересу – знання, які дозволяють людям аналізувати та оцінювати інформацію медіа та їхній вплив на суспільство; – вміння аналізувати та критично оцінювати інформацію в мережі;
17%	визначення не точні, не вичерпні	<ul style="list-style-type: none"> – набір компетентностей, для участі у житті медійного суспільства – це вміння відокремити головну інформації від "води", "насіння від шолухи" – сукупність знань, навичок умінь
3%	не правильні	– процеси функціонування медіа в суспільстві

У ході здійснення завдань проекту, заглиблення майбутніх вчителів у сутність поняття «медіаграмотність», виявлення необхідності розвитку критичного мислення на практичних заняттях з навчальної дисципліни «Педагогіка» проведені дискусії з обговорення упереджень, що заважають критично мислити (додаток 6.5).



Опитування виявило, що всі студенти, що брали участь в анкетуванні зареєстровані в соціальних мережах, 98% зареєстровані більше ніж в одній мережі, найбільш популярними стали: Instagram, Viber (93 %), Facebook (86 %) YouTube (79 %), в середньому майбутні вчителі проводять в соціальних мережах більше 4 - х годин. Отже, виходячи із отриманих даних, можна вважати, що користування соціальними мережами є звичайним для сучасних студентів.

Відповідь учнів 3-4-х класів на питання «В яких соціальних мережах ти зареєстрований?» дала такі результати (рисунок 1). Найпопулярнішими для учнів виявились YouTube і месенджер однаково, майже 25 % кожна мережа, Facebook, Google+ 17% кожна.

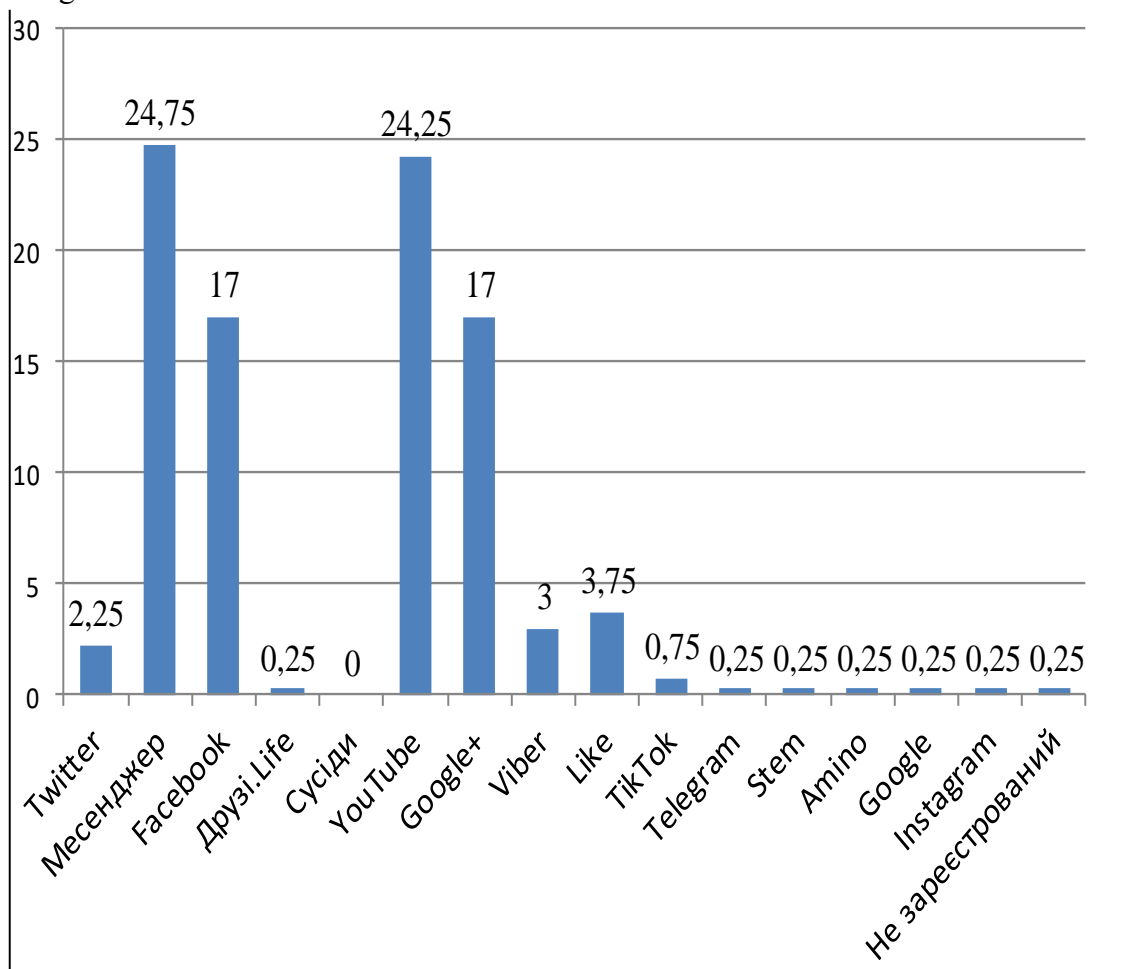


Рис.1. Результати відповіді учнів 3-4- класів на запитання анкети «В яких соціальних мережах ти зареєстрований?»

Дослідження мотивів використання соціальних мереж та залежності від них у більшості стають спілкування 96% (Viber студенти використовують у житті та у навчальному процесі), підтримка стосунків з друзями та близькими 50%, розвага 44% (Таблиця 5).

У більшості майбутні вчителі, що взяли участь в опитуванні, сприймають соціальні мережі як ресурс для спілкування (більше 90%); як контент корисної інформації, корисних зв'язків (50%); можливість розважитись в період вимушеного очікування, відволіктись, відпочити (близько 40%).



В.Бурова зазначає, що постійно взаємодіючий один з одним за допомогою онлайн-листування, інколи користувачі надають більшу перевагу он-лайн спілкуванню, проводять більшу часу у мережі, готові витрачати кошти для підтримки спілкування в мережі [2, с.64]. З часом у людини може розвиватися патологічна необхідність постійного перебування в он-лайн, від якої він вже не може позбутися самостійно.

Таблиця 5

**Результати відповідей студентів другого курсу на питання
«Соціальні мережі...»**

№	Варіанти відповідей	%
1.	створені для спілкування	96
2.	прагнуть усіма можливостями утримувати вашу увагу в власних цілях	7
3.	ґрунтуються на алгоритмах, які вивчають мої інтереси і можуть керувати моєю увагою	22
4.	містять персоналізовану стрічку новин, яка керує моєю увагою	43
5.	ресурс заповнення часу вимушеного очікування	44
6.	контент корисної інформації, корисних зв'язків	50
7.	можливість відчувати себе несамітнім, забезпечення компанійськості	32
8.	спрямовані на те, щоб користувач проводив якомога більше часу в мережі	18
9.	створюють релаксний ефект, відволікають від буденних проблем	45
10.	забезпечують мою потребу спрощеного спілкування	98

Є і ризики надмірного використання медіа для реального фізичного спілкування: «по-перше, опосередковані медіа стосунки створюють ефект полегшеної соціальності - коли можна легко вийти з контакту (з власної ініціативи перервавши зв'язок) у разі виникнення якихось негараздів, не треба вчитися їх долати; по-друге, є ризик заміщення реальних стосунків парасоціальними (однобічним спілкуванням із медіаперсонажами)» [17, с.37].

Наявність патологічної залежності потребує додаткового ретельного дослідження. Проте в рамках нашого дослідження на питання анкети «Чи будете Ви користуватись соціальними мережами, якщо вони стануть не безкоштовними?» відповідь «так, за адекватну ціну» - дали 14,3% студенти (що потребує додаткового вивчення мотивів використання соціальних мереж); «так, не залежно від ціни» - не отримали жодної відповіді; 25,% студентів дали відповідь – «ні, не буду оплачувати» і важко відповісти було для 39,3% студентів.

Певна залежність від соціальних мереж як зручного інструменту підтримки соціальних контактів є нормальним культурно обумовленим станом сучасної людини, зазначає В. П. Лютий [14, с.10]. Часто медіа використовують тільки за звичкою, людина відчуває несвідоме бажання це зробити (увімкнути телевізор, пограти в гру, послухати музику), щоб повернути собі комфортний стан. Сформована звичка стає важливою для людини як спосіб збереження цілісності особистості. Звички сприяють стабілізації життя. Проте важливо пам'ятати, що будь-яка звичка - це те, чим людина володіє, а не те, що починає володіти людиною. Розмивання цієї межі призводить до формування залежності [17, с.6].



Адикція є станом особистості, формуванням у неї стійкої надмірної емоційної прив'язаності до певної активності, внаслідок чого особа втрачає здатність свідомо контролювати її частоту, тривалість й інтенсивність та узгоджувати її з іншою життєво важливою діяльністю [14, с.9]. Адикція проявляється в постійному або періодичному переживанні особою невтримного і невгамованого потягу до певної активності і призводить до її здійснення у таких межах, які мають руйнівний, деструктивний характер.

Дослідники залежність від соціальних мереж визначають як вид адикції стан особистості, що характеризується нав'язливим прагненням до маніпулювання власними даними та взаємодії з іншими користувачами в соціальній мережі та нездатністю контролювати тривалість та інтенсивність даної активності й узгоджувати її з іншою життєво важливою діяльністю, незважаючи на можливі негативні наслідки [13, с.8].

Поряд з тим використання медіа має ресурс компанійськості, що дає змогу розвивати й підтримувати дружні стосунки. Можна разом дивитися телевізор, слухати музику, грати в комп'ютерні ігри. За допомогою Інтернету можна спілкуватися, перебуваючи на великій відстані один від одного, легко досягаючи відчуття перебування в компанії, розширення мережі спілкування [17, с.36]. Є і ризики надмірного використання медіа для реального фізичного спілкування.

По-перше, опосередковані медіа стосунки створюють ефект полегшеної соціальності - коли можна легко вийти з контакту (з власної ініціативи перервавши зв'язок) у разі виникнення якихось негараздів, не треба вчитися їх долати.

По-друге, є ризик заміщення реальних стосунків парасоціальними (однобічним спілкуванням із медіаперсонажами).

Одна з ресурсних можливостей медіа - відволікання від буденності, утеча до віртуальних світів від неприємностей, міжособових негараздів або рутини. Іноді перемикання уваги за допомогою медіа додає людині сили потім подолати проблеми. Можливість зняття болю за допомогою медіа стосується не тільки маленьких дітей: що старші діти, то більше йдеться не про фізичний, а про психологічний біль, душевні страждання [17, с.36].

Медіа може стати ресурсом структурування (заповнення) часу, наприклад часу вимушеного очікування, нудної поїздки в транспорті, проміжку між якимись іншими подіями. Таке збування, "вбивання" часу інколи може стати ресурсом особистості, адже його структурування - одна з важливих потреб. Але потрібно пам'ятати, що людина має сама керувати власним бюджетом часу, визначати баланс між різними його статтями, зокрема тими, що витрачаються на відновлення і розвиток, на роботу і відпочинок, на фізичне й духовне, на себе й інших, на віртуальний і реальний світ. Довготривале порушення балансу потребує компенсації, інакше виснажує, може призвести до хронічного стресу і навіть до психічного зламу [17, с.37].

На питання «чи траплялись у вас ситуації коли планували зайти на пару хвилин в соціальні мережі а провели кілька годин» 62% студентів відповіли часто, 21% рідко, 7% ніколи. Ілюзія насиченості онлайн-життя проявляється у своєрідному поєднанні переживання прискорення, миттєвості часу та відчуття внутрішньої спустошеності після перебування в мережі. Виявлений феномен певною мірою пояснюється тим, що за



період пасивного споглядання життя інших у мережі власне життя користувача яким було, таким і залишилося, реально в ньому нічого не відбулося [17, с.55].

Л. Найдьонова зазначає, що частина користувачів у соціальних мережах здебільшого відстежують життя інших і значно менше розповідають про себе. Поки вони спостерігають за іншими, їхнє власне життя минає марно, тобто, по суті, у соціальних мережах відбувається нібито проживання “життя інших”[17, с.56].

Дослідження емоційної реакції на інформацію в мережі виявило, що 54% майбутніх вчителів, що взяли участь в опитуванні вказують, що після перегляду стрічки новин оцінюють, що власне життя не таке цікаве, відчують невдоволення власним життям.

На питання «Які емоції ви відчуваєте коли бачите іконку соціальної мережі?» 71% говорять про байдужість, бажання скоріше відкрити виявляють 25 %, жодних емоцій 7 %. Такі емоції як сум, хвилювання, страх, сором, нудьга, розчарування, безпека не отримали жодної відповіді.

Самооцінка студентів на скільки (від 1 до 10) віртуальний образ в соціальній мережі співпадає з реальним отримали такі результати: від 0 до 3 не отримали жодної відповіді, від 4 до 6 по 11 %, 7-8 по 47 %, 9-10 42 %.

Досліджуючи відношення студентів до соціального схвалення в мережі, варто зазначити, що в студенти у більшості (73%) виявляють незалежність до схвалення; 21 % вказують на важливість позитивної реакції на власні медіапродукти та появу негативних емоцій у випадку відсутності очікуваної підтримки (таблиця 6).

Таблиця 6

Відношення студентів до соціального схвалення в мережі

№	Варіанти відповідей	%
1.	пишу пости в соціальних мережах оскільки не можу не писати, незалежно від якості і кількості оцінок	10
2.	так, я чекаю позитивні лайки до моїх постів	17
3.	негативні реакції на мої пости, фото викликають моє незадоволення	4
4.	моя діяльність в соціальних мережах не визначається лайками друзів	63
5.	в соціальних мережах не створюю пости тому не залежу від сторонньої думки	6

Майбутні вчителі у майбутньому стануть лідерами думок для підростаючого покоління. Цінності які відстоюють важливі у становленні особистості учнів. Тому одним з напрямів дослідження в темі медіа стало вивчення відношення студентів до комп'ютерних ігор. Так на запитання анкети «Ви граєте в комп'ютерні ігри?», отримали наступні відповіді: так 35,7%; ні 64,3%. Проте додаткове вивчення питання дозволило виявити тенденцію до категоризації: студенти які грають багато і сповідують комп'ютерну гру як чудовий засіб розумового розвитку, студенти які дали відповідь «ні, не граю» впевнені у невиправданому наданні рис корисності комп'ютерним іграм і марному втрачанні часу. Пріоритетними видами ігор стали: головоломка, стратегічна гра.



Однією з актуальних проблем дитячих колективів є булінг, віртуального простору: кібербулінг. У напрямках дослідження, обраних студентами значне місце посів кібербулінг в середовищі учнів початкових класів. З метою виявлення розуміння студентами сутності поняття кібербулінг, вивчення їх особистого досвіду, була запропонована серія запитань. У відповідності до відповідей можемо стверджувати, що 96,4% майбутніх вчителів визначають кібербулінг як цькування, форма агресії в мережі. На запитання «Чи є в Вашому оточенні люди, які здійснюють фізичний чи психологічний тиск на Вас?» отримали 14,3% позитивних відповідей. Запитання «Чи є в вашому оточенні люди з якими Ви можете поділитись проблемами цькування з боку інших людей?» виявили що 38,5% студенті звернуться до батьків; 30,8% до друзів, і 15,4% до одногрупників.

Висновки з проведеного дослідження.

1. *Дослідницьку компетентність майбутнього вчителя* розуміємо як здатність та готовність до самостійного творчого розв'язання професійних завдань, пізнання й перетворення педагогічної реальності, продукування нового педагогічного знання на основі сучасних наукових підходів та здобутків педагогічної науки, системи методологічних знань та умінь, застосування наукових методів.

2. У процесі розробки технології формування дослідницької компетентності майбутніх вчителів передбачали розвиток наступних складових дослідницької компетентності майбутнього вчителя: мотиваційно-ціннісної, стратегічно-прогностична, методологічна, інформаційно-пошукова, продуктивно-популяризаційна, комунікативно-корпоративна.

3. У системі професійної педагогічної підготовки використовуються різноманітні форми впровадження результатів студентської науково-дослідницької роботи: міжнародні, всеукраїнські, регіональні наукові, науково-практичні конгреси, конференції, семінари; університетські, факультетські студентські науково-практичні звітні конференції; публікація статей, тез тощо. У даному дослідженні увага надана розвитку дослідницької компетентності майбутніх вчителів у процесі: підготовки, організації педагогічного дослідження, аналізу та оприлюдненню результатів у період навчальної педагогічної практики.

4. Технологією розвитку дослідницької компетентності майбутніх вчителів стала технологія навчально-наукового педагогічного проекту вивчення навчальної дисципліни «Педагогіка» та організація навчальної пропедевтичної педагогічної практики за змістом дисципліни як спільного проекту школи і університету. Системоутворюючою дефініцією проекту визначена актуальна у сучасному суспільстві медіаграмотність.

5. *Навчально-науковий педагогічний проект* як технологія формування дослідницької компетентності студентів об'єднав: аудиторне навчання та самостійну роботу студентів реалізацію навчальних завдань дисципліни «Педагогіка», організацію і проведення навчальної педагогічної практики, проведення педагогічного дослідження.

6. Ефективність отриманих результатів на нашу думку обумовлення реальністю середовища, перспективою апробації набутого здобутку у педагогічному процесі школи; співпрацею педагогічного колективу школи (вчителів початкової та основної школи, психологами, соціальними педагогами) з гуртом студентів у розробці



матеріалів проекту їх експертній оцінці; практичною орієнтованістю завдань навчальних (робота на лекційних, практичних заняттях, самостійна робота студентів), науково-дослідницьких (матеріали дослідження медіаграмотності учнів), методичних (розробка методичних матеріалів виховного тижня), об'єднання їх єдиною лінією проекту; самоврядуванням та наявністю ситуації відповідальності кожного за успіх проекту вцілому.

Список використаних джерел

1. Борисов В.В. Формування готовності вчителя до дослідницької педагогічної діяльності в умовах поетапної підготовки студентів педагогічного вузу: Дис... канд. пед. наук: 13.00.02 // Борисов Вячеслав Вікторович. – Слов'янськ, 1996. – 181 л.
2. Бурова В. А. Социально-психологические аспекты Интернет-зависимости [Электронный ресурс] / В. А. Бурова. – Режим доступа до джерела : <http://user.lvs.ru/vita>
3. Всесвітній день дитини: проект школи та університету : методичні рекомендації / [за заг. ред Н. В. Коваленко]. – Суми : ФОП Цьома С.П., 2018. – 50 с.
4. Загвязинский В. И. Исследовательская деятельность педагога: [Учебное пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений]. — 2-е изд., испр. / Загвязинский В. И. — Academia, 2008, -с. 287.
5. Кисла О. Ф. Формування дослідницької компетентності студентів магістратури під час асистентської практики [Електронний ресурс] / О. Ф. Кисла // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки. - 2015. - Вип. 125. - С. 319-322. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2015_125_79
6. Кловак Г. Т. Генеза підготовки майбутнього вчителя до дослідницької педагогічної діяльності у вищих педагогічних навчальних закладах України (кінець XIX - XX століття) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. пед. наук : спец. 13.00.01 „Теорія і історія педагогіки” / Г.Т. Кловак. – К., 2005. – 40 с.
7. Коваленко Н. В. Дослідження медіаграмотності: проект школи та університету: збірка студентських наукових робіт / Н. В. Коваленко. – Суми : [ФОП Цьома С.П., 2019]. – 104 с.
8. Коваленко Н.В. Педагогічне дослідження : проектно-тренінговий підхід. Навчально-методичний посібник. – Суми : ФОП Цьома С.П., 2018. – 104 с.
9. Коваленко Н. В. Навчальна педагогічна практика як проект школи і університету / Коваленко // Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології : наук. журн. / Сум. держ. пед. ун-т ім. А. С. Макаренка. – Суми : Сум ДПУ ім. А. С. Макаренка, 2016. – № 6 (50). – С. 188-196.
10. Коваленко Н. В. Студентське педагогічне дослідження: проектно-тренінговий підхід / Н.В. Коваленко // Вісник Черкаського університету : Серія Педагогічні науки : наук. журн. / Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького. – Черкаси : Черкаський національний університет, 2016. – № 2. – С. 71-77.
11. Кондратюк В. Г. Організація дослідницької діяльності студентів у процесі педагогічної практики [Електронний ресурс] / В. Г. Кондратюк, О. М. Якубчик // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія : Педагогіка і психологія. - 2013. - Вип. 39. - С. 382-386. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzvdpu_pp_2013_39_90
12. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. – <http://balakliya-school2.edu.kh.ua>
13. Лютий В. П. Залежність від соціальних мереж як проблема сучасних студентів [Електронний ресурс] / В. П. Лютий, К. С. Коломієць // Вісник Академії праці і соціальних



відносин Федерації профспілок України. - 2014. - № 3-4. - С. 6-12. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VAPSV_2014_3-4_3.

14. Малєєва Н. С. Залежність від соціальних мереж як соціально-психологічний феномен [Електронний ресурс] / Н. С. Малєєва // Вісник Одеського національного університету. Серія : Психологія. - 2015. - Т. 20, Вип. 3(1). - С. 62-70. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_psi_2015_20_3\(1\)_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_psi_2015_20_3(1)_9)

15. Мироненко Г. В. Вплив масової комунікації на часові уявлення підлітків : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.05 "Соціальна психологія; психологія соціальної роботи" / Г. В. Мироненко. –К., 2007. - 19 с..

16. Медіаграмотність потрібно запровадити в практику кожного вчителя. – <http://www.ukr.life/uk/osvita/mediagramotnist-potribno-zaprovaditi-v-praktiku-kozhnogo-vchitelya-liliya-grinevich/>

17. Найдьонова Л.А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: Підручник / Л.А. Найдьонова; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Вид. друге, стер. – Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2015. – 244 с.

18. Про затвердження кваліфікаційних характеристик професій педагогічних та науково-педагогічних працівників навчальних закладів. Наказ МОН України № 744 від 24.12.2002р. Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0600-03>

19. Сбруєва А.А. Інноваційний розвиток вищої освіти: глобальний та національний виміри змін : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (26-27 б 2015 року, м. Суми). – Том. I. – Суми : Вид-во СумДПУ імені А.С. Макаренка, 2015. – 392 с.

20. Тиждень медіаграмотності : проект школи та університету : методичні рекомендації до організації виховного тижня / [за заг. ред Н. В. Коваленко]. – Суми : ФОП Цьома С.П., 2019. – 55 с.

21. Тиждень толерантності : проект школи та університету : методичні рекомендації / [за заг. ред Н. В. Коваленко]. – Суми : ФОП Цьома С.П., 2017. – 56 с.

22. Хміль Я. В. Поняття "інтернет-залежність" у соціогуманітарних науках та специфіка його дослідження в соціології / Я. В. Хміль // Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. - 2012. - Вип. 6. - С. 303-310. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnu_sociology_2012_6_35

23. Цоколенко О. А. Науково-дослідна робота майбутніх учителів фізики під час проходження педагогічної практики [Електронний ресурс] / О. А. Цоколенко // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Педагогічні науки. - 2013. - Вип. 109. - С. 270-272. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2013_109_70

24. Чернявський С. Як створити сучасну шкільну газету: Навчальний модуль / С. Чернявський. – К.: Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. – 75 с.

25. Шевченко І.Л. Як створити підлітковий мультимедійний ЗМІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.skrepka-media.com.ua/index.php/masterklas/pressklas/item/172-kak-sozdatshkolnuyu-pechatnuyu-gazetu>.

26. Gaudin C., Chaliès S. (2015) Video viewing in teacher education and professional development: A literature review Educational Research Review, Volume 16, October 2015, Pages 41-67.

27. Cocca M., Cocca A. (2016) Using video analysis tool and self-reflection as a response to education changes in teachers' evaluation in Mexico. Proceedings of the 13th International Conference Efficiency and Responsibility in Education, pp.64-77.



МЕДІАГРАМОТНІСТЬ МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ ПІД ЧАС ПОШУКУ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ

Козачук Е.В. Медіаграмотність майбутніх вчителів в процесі пошуку навчального матеріалу

Анотація. *Стаття присвячена результатам дослідження медіаграмотності майбутніх вчителів під час підготовки до навчальних занять, їхньому умінню раціонально розподіляти свій час та безперешкодно знаходити навчальний матеріал серед недоцільної інформації.*

Ключові слова: *медіаграмотність, медіаосвіта, навчальний матеріал професійна підготовка майбутнього вчителя, анкетування.*

Постановка проблеми. Ми живемо у потужному інформаційному потоці. Щодня, щогодини та щохвилини ми опрацьовуємо безліч різноманітної інформації. Кількість повідомлень зростає щодня. Рух інформаційного потоку не спинити. Наше завдання – не потонути у щоденному вирі. Ми маємо усвідомити та підкорити цей потік. Ми маємо не тільки знати, які небезпеки несуть із собою цифрові технології та як на нас впливає інформаційний тиск. Надзвичайно важливо вміти захищатися від цих небезпек і користуватися можливостями, які надають медіа. І не тільки самим вміти, але й вчити цьому наших дітей [1]

Уміння користуватися інформацією важливе для майбутнього педагога, воно дає можливість розширювати свої знання, формує критичне мислення. Використовуючи тільки одне джерело інформації, людина може отримувати недостовірний матеріал, що призводить до її необізнаності та некомпетентності. Тому важливо спиратися на інші джерела, перевіряти знайдений матеріал із першоджерел за допомогою інших засобів (підручники, енциклопедії, довідники і т.д.). Уміння виділяти, знаходити потрібну інформацію, відрізнити її від «фальшу» важливе для професії педагога, адже учням потрібно давати інформацію, яка не буде йти проти принципу науковості.

Аналіз актуальних досліджень. Медіаграмотність педагогів у наш час дуже важлива. В Україні існує спеціальний курс для вчителів, який називається «Медіаграмотність для освітян». Його авторами стали докторка психологічних наук, завідувачка лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України Любов Найдьонова та журналіст, редактор, учитель медіаграмотності та зарубіжної літератури й директор СШ № 148 ім. Івана Багряного м. Києва Сергій Горбачов.

На Сумщині також переймаються питанням медіаграмотності не тільки школярів, але й студентів та вчителів. У жовтні 2018 року був створений регіональний професійний центр базової медіаосвіти для студентів, школярів, викладачів та широкої



громадськості. На кафедрі журналістики та філології [факультету ІФСК](#) СумДУ в рамках діяльності Центру Медіа та Інформаційної грамотності пройшов семінар-практикум із основ медіаграмотності, до якого залучили вчителів сумських шкіл. Тренер заходу – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри журналістики та філології факультету ІФСК СумДУ Ольга Сидоренко. За словами вчителів, набуті навички й уміння застосовуватимуть у процесі роботи зі школярами та під час створення власних висловлювань. Тому це ще раз підтверджує актуальність і важливість теми семінару-практикуму, що його провів Центр Медіа та Інформаційної грамотності.

Мета статті проаналізувати результати анкетування майбутніх вчителів-студентів природничо-географічного факультету Сумського державного педагогічного університету, визначити рівень їх медіаграмотності під час пошуку навчального матеріалу.

Виклад основного матеріалу. З метою вивчення рівня медіаграмотності майбутніх вчителів під час пошуку навчального матеріалу було проведено опитування серед студентів природничо-географічного факультету міста Суми, яке охопило 13 студентів.

Аналіз відповідей студентів показав, що всі студенти розуміють сутність поняття медіаграмотність.

Поряд з тим, опитування показало, що всі студенти користуються Інтернет - ресурсами для знаходження навчального матеріалу (рис.1), з яких:

- 23,1% студентів користуються завжди (3 студента)
- 76,9% користуються часто (10 студентів)

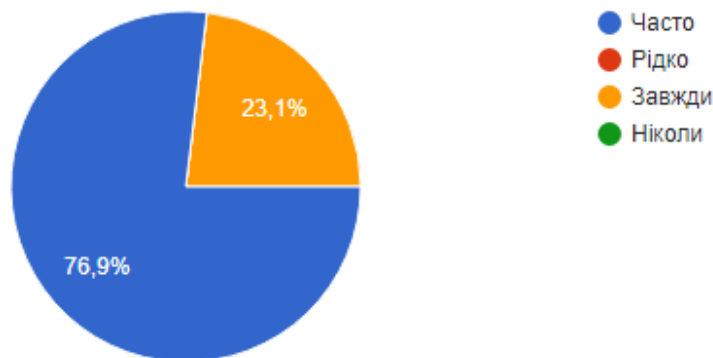


Рис.1 Діаграма відповідей студентів на запитання: «Як часто ви користуєтеся Інтернет-ресурсами для знаходження навчального матеріалу?»

На наступне питання «Вкажіть скільки часу вам потрібно для знаходження навчального матеріалу» 46,2% студентів відповіли, що 1 години їм вистачає для знаходження матеріалу, 15,4% написали 2 години, а решта 38,4% студентів написали, що це залежить від навчального предмету та завдання яке задали.

У наш час Інтернет посідає значне місце у житті, яке часто викликає залежність. Особливо великий ризик потрапити до залежності від соціальних мереж мають студенти, адже сучасний стиль навчання у ЗВО безпосередньо пов'язаний із тривалим перебуванням в Інтернеті, а насиченість та інтенсивність навчальної діяльності



обмежує можливості студента в підтримці широких соціальних контактів в реальності. [3]

Серед опитаних 9 студентів (69,2 %) не вважають себе Інтернет-залежними, а 4 студенти (30,8%) готові оцінити прояви у себе залежності до Інтернету.

Під час пошуку навчального матеріалу можна натрапити на інформацію яка застаріла, або просто невірна, тому важливо перевіряти інформацію за допомогою інших джерел. Переважна більшість студентів 69,2% (9 студентів) відповіли, що іноді перевіряють інформацію, коли не впевнені у її достовірності, 2 студентів (15,2%) відповіли, що завжди перевіряють знайдений матеріал за допомогою інших джерел, а інші 2 (15,2%) повністю впевнені у достовірності інформації, яку знайшли в Інтернеті. Разом з тим 11 (84,6%) студентів, які не повністю впевнені у достовірності матеріалу, який знайшли за допомогою інтернет-мережі, вказали, що зазвичай перевіряють інформацію за допомогою підручників, звертаються до викладача, або перевіряють цю інформацію на інших сайтах(рис.2).



Рис.2 Діаграма відповідей студентів на запитання: «Чи перевіряєте ви достовірність інформації за допомогою інших ресурсів?»

На сайтах нерідко можна зустріти реклами, які можуть відволікати увагу користувача, від інформації яку він шукає. Так можна натрапити на акцію плаття, яке давно хотіла купити, або смартфона. У дослідження ми виявили чи звертають на це увагу наші студенти. 10 (76,9%) студентів відповіли, що не звертають увагу на рекламу, Інтернет посилання, 3 (23,1%) студенти відповіли, що іноді відволікаються.

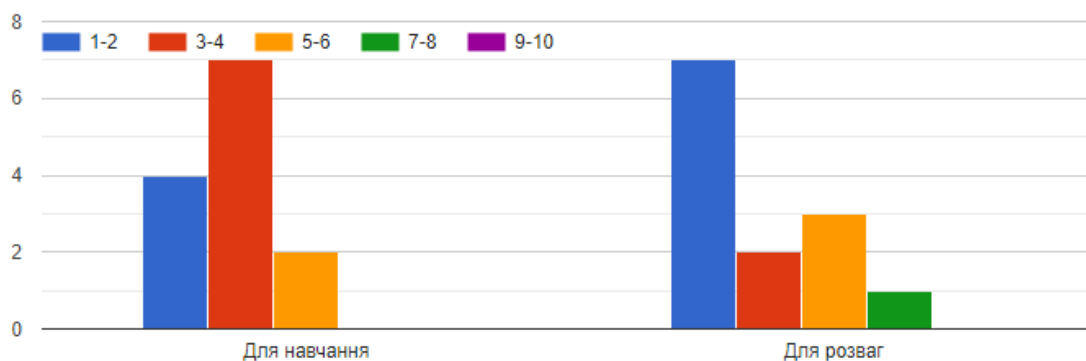
Часто буває таке, що відволікаєшся на рекламу, або одночасно шукаєш інформацію і слухаєш музику, спілкуєшся у соціальних мережах.

30,8% опитаних (4) студентів із-за міні-ігор, реклам, соціальних мереж забувають який матеріал вони шукають.

Відомо, що потрібно раціонально використовувати свій час для навчання та відпочинку. Не можна годинами сидіти і вчити матеріал, мозку потрібен час для засвоєння матеріалу, тому відпочинок важливий. Творці інтернет-сервісу DeskTime шляхом численних досліджень з'ясували, що найбільш продуктивні співробітники ділять свій час таким чином: 52 хвилини зосередженої роботи і 17 хвилин відпочинку [2].



Провівши опитування отримали співвідношення скільки часу студенти виділяють для розваг (за комп'ютером) та для навчання.



Для навчання:

- 4 студенти (30,8%) використовують від 1 години до 2
- 7 студентів (53,6%) від 3 до 4 годин
- 2 студентам (15,6%) потрібно 5-6 годин для пошуку потрібного матеріалу

Для розваг (за комп'ютером):

- 7 студентам (53,6%) вистачає 1-2 години
- 2 студентам (15,2%) треба 3-4 години
- 3 студентам (23,6%) 5-6 годин
- 1 студенту (7,6%) 7-8 годин

Отже, порівнюючи діаграми скільки часу студенти приділяють увагу навчанню та розвагам, можна сказати, що більшість (69,2%) використовують свій час раціонально.

Висновки. Провівши дане опитування можна стверджувати, що майбутні вчителі розуміють сутність поняття «медіаграмотність». Активно користуються Інтернет мережею, підручниками, енциклопедією, що може сприяти розвитку критичного мислення та поглиблювати знання, формувати світогляд. Більшість із них знають про небезпеку отримання недостовірної, неправдивої інформації, яку потрібно перевіряти за допомогою інших джерел та ресурсів, але деякі все ж таки отриману інформацію сприймають переважно як достовірну, не вміють аналізувати маніпулятивні впливи сучасних ресурсів. Рекомендовано додатково провести консультацію по згубному впливу Інтернет інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Медіаграмотність для освітян -

https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/mediagramotnist_dlya_osvityan_avt_ori_rozpovili_pro_noviy_kurs_prometheus/

2. Поради експертів - <https://znaj.ua/society/skilky-chasu-potribno-na-vidpochynok-porady-ekspertiv>

3. Лютій В. П. Залежність від соціальних мереж як проблема сучасних студентів [Електронний ресурс] / В. П. Лютій, К. С. Коломієць // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. - 2014. - № 3-4. - С. 6-12. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VAPSV_2014_3-4_3.



РЕФЛЕКСІЯ ТА КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ ЯК МЕХАНІЗМИ СВІДОМОГО СПОЖИВАННЯ МЕДІА ПРОДУКЦІЇ

Жепко М.В. Рефлексія та критичне мислення майбутнього вчителя як механізми свідомого споживання медіа продукції

Анотація. *Стаття присвячена вивченню стану сформованості рефлексії та критичного мислення як механізму забезпечення свідомого споживання медіа продукції. Описано результати дослідження отримані емпіричним шляхом серед майбутніх вчителів, студентів другого курсу. З'ясовано, що мережа Інтернет є провідним джерелом актуальної інформації та має значний вплив на формування свідомого споживання медіа продукції, також виявлено в частини опитаних ознаки залежності від Інтернет-ресурсів.*

Ключові слова *медіа грамотність, засоби масової інформації, соціальні мережі, рефлексія, анкетування, медіа, вплив ЗМІ, інформаційний простір, критичне мислення.*

Постановка проблеми. Сьогодні Інтернет є не тільки щоденним джерелом інформації, але й способом проведення дозвілля, засобом спілкування тощо. Повсякденне життя людини насичене медіа текстами, які споживаються вдома, у русі, на роботі, потужно впливаючи на всі верстви населення, передусім дітей і молодь. Зі стрімким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) і мас-медіа в сучасному світі виникає необхідність у цілеспрямованій підготовці особистості до вмілого і безпечного користування ними. Відтак постає гостра потреба у впровадженні медіа освіти, одне з головних завдань якої полягає в формуванні рефлексії та критичного мислення що забезпечать свідоме споживання медіа продуктів серед сучасної молоді. По-перше, з метою захисту від шкідливого медіа впливу необхідно озброїти їх знаннями та навичками критичного сприйняття й аналізу медіа повідомлень. По-друге, для залучення молодого покоління до життя громадянського суспільства та творчої самореалізації.

Аналіз наукових досліджень. Дослідження медіа освіти та медіа грамотності дітей і молоді прискорено розвиваються в останні два десятиріччя. Ці проблеми вивчають в Україні О. Волошенюк, В. Іванов, Т. Іванова, Л. Кульчинська, Г. Онкович, Л. Найдьонова, М. Синиця, С. Шумаєва, О. Янишин тощо, у зарубіжних країнах – А. Анджеєвська, Ю. Беднарек, Я. Гайда, А. Лепа, Я. Морбітзер, Ф. Рогоу, Б. Семенецький, Д. Семенецька, М. Танась, С. Шейбе тощо. Ученими обґрунтовано теоретико-методичні засади медіаосвіти: здійснено трактування основних понять; визначено цілі, завдання, концепції, функції, напрями, основні чинники генези медіа освіти тощо. Актуальним завданням залишається поширення медіа культури для майбутніх вчителів створення новітніх технологій протистояння маніпуляціям, що особливо важливо здійснювати в педагогічних університетах, адже вчитель має свідомо споживати



інформацію, тому що діти, яких їм доведеться навчати, ще не володіють критичним мисленням і при доцільному навчально-виховному процесі їм можливо виховати свідоме молоде покоління.

Мета статті. Метою є дослідження стану сформованості рефлексії та критичного мислення як механізму забезпечення свідомого споживання медіа продукції.

Виклад основного матеріалу. З метою визначення стану сформованості рефлексії та критичного мислення як механізмів забезпечення свідомого споживання медіа продукції було проведено анкетування серед студентів другого курсу фізико-математичного факультету Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка. Загальний обсяг вибіркової сукупності склав 18 осіб.

Дослідження показало, що Інтернет є основним джерелом отримання актуальної інформації для 88,9% опитаних, протягом дня 38,9% проводять в даній мережі 4-5 годин і така сама кількість більше 5годин, найбільш часто відвідуваними сторінками є соціальні мережі 77,8% та пошукові сайти 66,7%, більшість відзначила свій інтерес до розважальних та технічних сайтів, інколи помічали, що затримуються в мережі більше ніж того хотіли 72,2%, а помічали дуже часто 16,7%, відкладали домашні справи через, що знаходились в Інтернеті 55,6% ,що життя без Інтернету особливо не зміниться відповіло 66,7% .

Отже , виходячи із отриманих даних , можна вважати , що перебування в соціальних мережах та спілкування є нормою для сучасних студентів . Для більшості студентів характерне відносно тривале відвідування Інтернет-сторінок протягом дня та не спроможність в значної частини опитаних, відмовитись від проведення вільного часу в Інтернеті за ради виконання домашньої роботи, хоча більшість вважає, що без даної мережі світ майже не зміниться .

Одним з напрямів дослідження обрано виявлення проявів залежності студентів другого курсу від мережі Інтернету.

Так на за питання «Часто говорили собі «ще декілька хвилин» перед тим як вийти з Інтернету?», так відповіло 27,8%, ні – 16,7%, важко відповісти – 55,6% студентів. (Рис. 1)

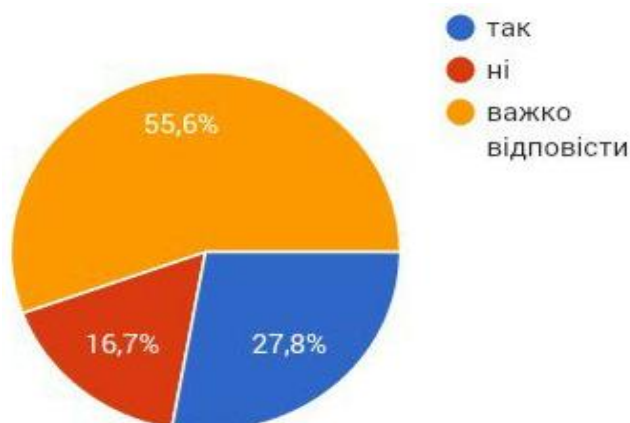


Рис.1.Відповіді студентів на запитання «Часто говорили собі «ще декілька хвилин» перед тим як вийти з Інтернету?»



Для визначення критичного мислення студентам було запропоновано дати відповідь на запитання «Чи звертаєте Ви увагу з яких сайтів черпаєте інформацію?». Студенти відповіли наступним чином: так – 55,6%, інколи – 38,9%, а решта – ні.

Проте звичка знаходитись в мережі Інтернет призводить до залежності від неї, у невеликого відсотка опитаних були виявлені ознаки такої залежності. Такі особи не спроможні свідомо сприймати інформаційний потік який вона споживатиме перебуваючи в Інтернеті. Така молодь легко може стати жертвою маніпуляції.

Висновки. Проведене анкетування дає можливість стверджувати, що молодь недостатньо використовує можливості сучасних ЗМІ в навчальному процесі, житті, з метою пізнання та особистісного розвитку, найчастіше Інтернет використовується для проведення часу в соціальних мережах та на розважальних сайтах. Отриману інформацію сприймають частково як достовірну, не завжди можуть проаналізувати маніпулятивні впливи сучасних мас-медіа, але виявляють бажання вдосконалювати свої знання за допомогою медіа освіти. Тому необхідно підвищити рівень інформаційної та медіа грамотності молоді шляхом підготовки майбутніх учителів до раціонального застосування пізнавальних медіа текстів у процесі навчання, повсякденному житті; формувати навички перевірки та критичного сприйняття інформації, отриманої з різних медіа.

Дане дослідження частково розкриває питання стану сформованості рефлексії та критичного мислення. Для більш чіткого визначення стану сформованості механізмів свідомого споживання медіа продукції дослідження краще проводити з більшою групою осіб різних факультетів чи університетів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Концепція впровадження медіа освіти в Україні. – <http://balakliya-school2.edu.kh.ua>
2. Лютий В. П. Залежність від соціальних мереж як проблема сучасних студентів [Електронний ресурс] / В. П. Лютий, К. С. Коломієць // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. - 2014. - № 3-4. - С. 6-12. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VAPSV_2014_3-4_3.
3. Малєєва Н. С. Залежність від соціальних мереж як соціально-психологічний феномен [Електронний ресурс] / Н. С. Малєєва // Вісник Одеського національного університету. Серія : Психологія. - 2015. - Т. 20, Вип. 3(1). - С. 62-70. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_psi_2015_20_3\(1\)_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_psi_2015_20_3(1)_9)



АКТУАЛЬНІСТЬ УКРАЇНСЬКОГО МЕДІАПРОДУКТУ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ВЧИТЕЛІВ

Полонська К.О. Актуальність українського медіа продукту для майбутніх вчителів

Анотація. *Стаття присвячується розгляду результатів дослідження обізнаності майбутніх вчителів у розвитку українського медіа контенту. Потреба перевірки знайденого матеріалу з першоджерел, за допомогою інших засобів (підручники, енциклопедії і т.д.). Уміння майбутніх вчителів знаходити та відрізняти українську медіа продукцію.*

Ключові слова: *медіа, кінематограф, музика, мультфільми*

Постановка проблеми. Щороку з'являється близько 500 нових фільмів, 200 мультфільмів та близько 30 000 пісень. В Україні спостерігається тенденція до завантаження на мобільні пристрої продуктів закордонного видобутку.

А чи знають майбутні вчителі про розвиток вітчизняного медіа продукту? Чи є це важливим у їх майбутній діяльності? І чому це взагалі так важливо?

Насамперед, обізнаність молодих вчителів у розвитку медіа продукту України, вказує на їх багатогранність, дає змогу знайти підхід до учнів, виховувати в них патріотизм та вміння критичного мислення. Особливо це важливо для вчителів художнього, хореографічного та музичного мистецтв, адже вони мають володіти інформацією про розвиток медіа продуктів аби мати змогу відслідковувати розвиток або відсталість художнього мистецтва.

Аналіз актуальних проблем. Вивченням сучасної української музики початку ХХІ століття як самоідентифікацією займався викладач і композитор Карнак Андрій Михайлович. Питанням спорідненості українського кінематографу та менталітету викладач ХНПУ ім. Г.С.Скоропадського Алієв Ельман Шавгатович. Питанням обізнаності молоді у розвитку українського медіа займались ініціатива U-Report (Ukraine).

Метою нашого дослідження є аналіз обізнаності молоді у розвитку та спожитку українського медіа продукту.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні інтернет наповнений найрізноманітнішою інформацією. Всесвітня паутина дає багато можливостей, а гаджети стали невід'ємною частиною життя. Вони допомагають у бізнесі, медицині, кулінарії, навчанні, загалом у всіх сферах життя.

2016 року компанія «Go-Gulf» встановила, що Інтернет ресурсами користується понад 30% населення планети. Соціальні мережі виявилися найбільш «трудомісткі», адже 22% свого часу користувачі витрачають саме на них. Цікавою є оприлюднена статистика Facebook, в якій користувачі проводять, у середньому, 7 годин 45 хвилин і 49 секунд.

Соціальні мережі не оминули й Україну. Так на початку 2013 – 2014 років службою безпеки України, у мережі ВКонтакті та Однокласники, були зафіксовані створення



У результаті моніторингу мереж розробниками яких була Російська Федерація, 16 травня 2017 року указом президента України №133/2017, на 3 роки, були заборонені соціальні мережі ВКонтакте, Однокласники, Яндекс, Mail.ru та 1С. На рисунку 1 зображена тенденція користування соціальними мережами.

Соціальна мережа	Відсоток
Вконтакті	29,4 %
Фейсбук	82,4 %
Інстаграм	76,5 %
Скайп	17,6 %
Твітер	5,9 %
Телеграм	47,1 %
Вайбер	76,5 %
Однокласники	5,9 %
Messenger	5,9 %

Станом на сьогодні можемо констатувати, що більшість молоді, віком від 16 до 27 років, перейшли на Фейсбук (42 респонденти), Інстаграм (39 респонденти), Вайбер (39 респонденти) та Телеграм (24 респонденти), 35,3% (17 респондентів) продовжують порушувати закон користуючись забороненими мережами за допомогою VPN.

Незважаючи на «тернистий шлях» становлення українського кінематографу 1997 року стрічка «Приятель небіжчика» стала першим фільмом незалежної України, що був висунутий на премію «Оскар».

На рисунку 2 подані назви фільмів які за даними нашого дослідження відомі молоді.

Які фільми українського виробництва Ви знаєте? (назвіть їх)

Вій
Червоний, Жива, Земля, Гіркі жнива, Пропала грамота
Синевир, Тіні забутих предків
Свінгери, Дзідзьо контрабас, червоний, кіборги, скажене весілля, дзідзьо перший раз
Іван Сила, Червоний, Сторожова застава, Кіборги, і ще є які я просто забув. Здається Тарас Бульба, Пропала грамота
"Кіборги", "Сторожова застава", "Таємний щоденник Симона Петлюри", "Донбас", "Скажене весілля"
Селфіпаті, сторожова застава, тіні незабутих предків  ,
Посттравматична Рапсодія, Кіборги, Червоний
Поводир, Кіборги, Посттравматична рапсодія, Тіні забутих предків, Червоний, Століття Якова, Жива та ін.
Слуга народа

Рис.2. Діаграма відповідей студентів на питання «Які фільми українського виробництва вам відомі?»

Станом на сьогодні, український кінематограф, розвивається у жанрі документального та історичного кіно. Але, нажаль, в Україні касові збори не перевищують витрат на фільм, закордоном спостерігається обернено пропорційна ситуація, що свідчить про зацікавленість іноземців історією України [1].

Відповідаючи на питання: «На Вашу думку, чи є розвиток українського кінематографу?» майже всі респонденти (94,1%) відповіли, що їм відомо про новинки у сфері українського кіно, але лише 40% (приблизно 23 опитаних) ходять на перегляди, підтримуючи цим розвиток вітчизняного кінематографа.

Дослідження музичного контенту майбутніх вчителів передбачало виявлення пріоритетів: українська чи зарубіжна музика та з'ясування змісту контенту. Результати виявили, що найчастіше з навушників та колонок юнаків та юначок лунає український рок.



Яких українських виконавців Ви слухаєте?

Kazka, онука, sinoptik(український виконавець, але співає пісні англійською), фіолет, the hardkiss, space of variation
Торвальд, Антитіла, Один в каное, ДахаБраха
Тартак, Фіолет, Бумбокс, Соловій, Без обмежень, Дріга ріка, Скай, Антитіла та ін.
Скай
Багато, десь 20-25
Hardkiss, Кому Вниз, Антитіла, Бумбокс, Сергій Бабкін, ONUKA, Vilna, PurPur, БезОбмежень, О. Torvald
Тінь Сонця, ОЕ
тінь сонця
Друга ріка, тартак
Океан Ельзи
С.Вакарчук, Гурт "Казка", Антитіла, Melovin, Бумбокс та інші.

Рис.3. Діаграма відповідей студентів

Висновок. За результатами дослідження можна стверджувати, що майбутні вчителі знають про створення українського медіа продукту. 57% опитаних всіляко підтримують виготовлений медіа контент, 43% відносяться пасивно.

Використані матеріали:

1. Медіаграмотність [Електронний ресурс] - <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D1%96%D0%B0%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BE%D1%82%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C>
2. Дані центру опитування U-Report [Електронний ресурс] - <https://ukraine.ureport.in/>
3. Список українських фільмів за час незалежності [Електронний ресурс] - https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BE%D0%BA_%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D1%85_%D1%84%D1%96%D0%BB%D1%8C%D0%BC%D1%96%D0%B2_%D1%83_%D0%BA%D1%96%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D1%82%D1%96
4. Газета Кабінету Міністрів України «Урядовий кур'єр» [Електронний ресурс] - <https://ukurier.gov.ua/uk/news/hto-pid-sankciyami-shikujs/>



МОЖЛИВОСТІ ВІДЕОІГОР ЯК НАВЧАЛЬНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ

Лук'янов А.М. Можливості відеоігор як навчальної технології

Досліджено особливості застосування комп'ютерних технологій студентами педагогічних навчальних закладів. З'ясовано, що студенти недостатньо необізнані з можливостями використання сучасних відеоігор в навчальному процесі, житті, з метою пізнання та особистісного розвитку.

З'ясовано суб'єктивна думка щодо впровадження відеоігор в навчальний процес, а також проведено аналіз усвідомлення і сприйняття студентами альтернативних методів подання інформації.

Ключові слова, інформатизація, відеоігри, віртуальна реальність, комп'ютерні технології, програмування.

Постановка проблеми. Процеси інформатизації, комп'ютеризації сучасного суспільства, поряд із, беззаперечно, позитивними змінами, досвідом, надбаннями, призвели і до багатьох негативних соціальних явищ. Серед яких у останнє десятиліття особливо актуально та гостро постала проблема комп'ютерної залежності дітей та молоді. Саме ця категорія населення піддається навіюванню і є більш вразливою до засвоєння хибних переконань та цінностей, до настання суперечливим невротичним патернам, моделям поведінки, до "програмування" себе, своєї долі у негативі. Все це може призвести до формування деструктивного життєвого сценарію особистості, яка частіше підпадає під шкідливий вплив оточення. Така людина має некритичне "перекручене" ставлення до інформації про себе і світ у цілому та, закономірно, вміщує у собі значну кількість внутрішніх протиріч, конфліктів [2, с.18]. На думку Бешок Т.В. останні є, спочатку, причиною, а, потім, і наслідком комп'ютерної залежності дітей та студентської молоді.

З появою таких технологій, як персональний комп'ютер та інтернет, створення «віртуальної реальності», дозволило «занурювати» користувача у віртуальність, використовуючи його основні чуття для «зворотного зв'язку» у віртуальному світі. Ігри, що використовують дані технології, стали набагато складнішими та різноманітнішими.

Отже, метою статті є дослідження ставлення майбутніх вчителів до використання технології «віртуальної реальності», відеоігри у навчальному процесі.

Виклад основного матеріалу. Відеоігри стали невід'ємною частиною культури. Дослідження відеоігор стало окремою міждисциплінарною галуззю знань під назвою game studies.

Більшість ігор, що використовують технологію VR, сьогодні є невеличкими забавками для освоєння в середовищі віртуальної реальності. Серед вітчизняних науковців феномен «віртуальної реальності» досліджував Д. Свириденко в дисертації «Феномен віртуальної реальності в європейській філософії на межі XX–XXI ст.» [1].



Д. Свириденко визначає цю проблему так: «віртуальна реальність в широкому сенсі є результатом переживання людиною низки екзистенціально-психологічних станів (уява, фантазія, сон тощо) в умовах, коли вони сприймаються як реальність; віртуальна реальність у строгому сенсі – це комп'ютерна віртуальна реальність»[1, с.4].

З метою вивчення поширеності серед студентів залежності від відеоігор та їх чинників нами було проведено опитування студентів 2-х курсів, загальною вибіркою 56 осіб (студенти фізико-математичного та природничо-географічного факультетів, для яких вивчення навчальної дисципліни, організації навчальної практики та студентського педагогічного дослідження були об'єднані навчально-науковим педагогічним проектом).

Дослідження показало, що більшість опитаних студентів проводять за комп'ютерними іграми від 0 до 2 годин (37.5%) (Рис.1).

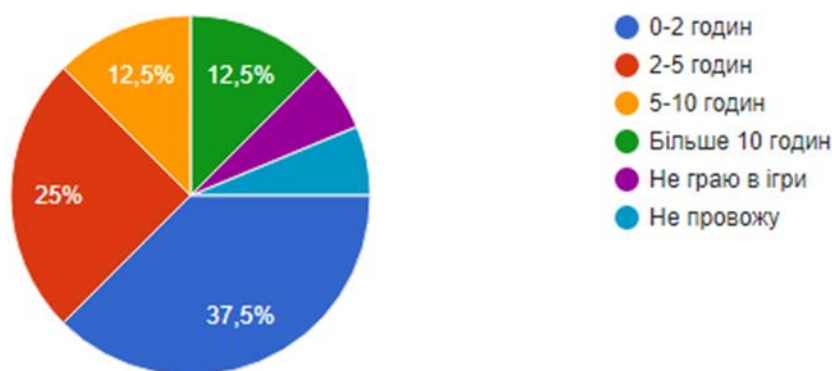


Рис.1 Результати відповіді студентів на запитання «Скільки часу на день зазвичай ти граєш в комп'ютерні ігри»

Вважають що навчальна діяльність учнів що не грають в ігри буде ефективнішою, пізнавальні процеси таких учнів можуть бути більш розвинутими ніж в тих що грають 9% опитаних студентів (рис.2)

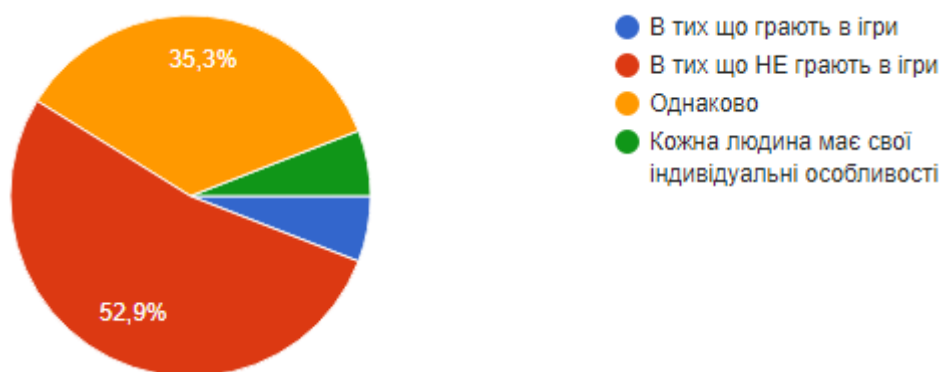


Рис.2. Результати відповіді студентів на запитання «Навчальна діяльність учнів буде ефективнішою...»

Вивчення дидактичних можливостей відеоігор, їх адаптацію в педагогічний процес, введення як технологій домашньої самостійної роботи, закріплення матеріалу, формування умінь виявило, що 88.2% опитаних вважають що можливе застосування і наводять приклади з предмету спеціалізації (рис.3).



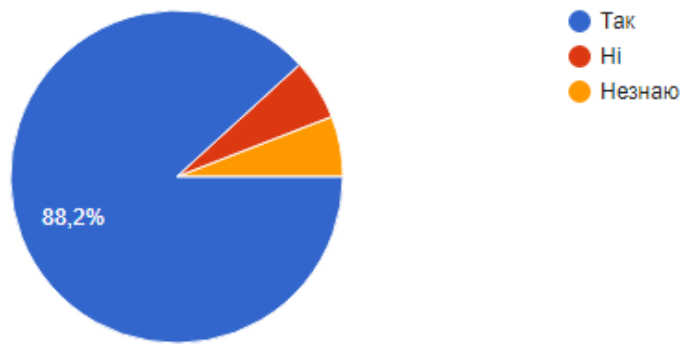


Рис.3. Результати відповіді студентів на запитання «Чи можете навести пропозицію використання відеоігор у вивченні навчального предмету, предмету вашої спеціалізації»

Отже, виходячи із отриманих даних, можна вважати, що прагнення залучити відеоігри у процес навчання характерно для сучасних студентів. Для більшості студентів характерне часте проте відносно невелике використання комп'ютерних технологій.

Висновки. Підсумовуючи все вище зазначене, стверджуємо, що студент ЗВО, який реалізований у різних видах реальної продуктивної діяльності; вчасно здійснює підготовку навчального матеріалу; відповідально ставиться до свого здоров'я; усвідомлює перспективи свого майбутнього, не буде мати істотних серйозних внутрішніх проблем, тому і не буде страждати від комп'ютерної та інтернет-залежності. Як це не парадоксально звучить, але на неї у такого студента просто не має часу. Такий студент цінує кожную хвилину і не витрачає свій час дарма. Така особистість постійно працює над собою, шукає себе у реальних видах багатоаспектної діяльності. Такий студент зацікавлений у розвитку своїх здібностей, талантів та планує свій успіх, професійне і особистісне зростання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Sviridenko, D.B. (2008). Virtual Reality phenomena in European philosophy between 20th and 21th century (historical and philosophical analysis). Extended abstract of candidate's thesis. Dnipro : DNU [in Ukrainian].
2. Бешок Т. В. Діагностика рівнів сформованості медіаграмотності в учнів загальноосвітніх навчальних закладів: Навч. посібник. — КНУ ім.Тараса Шевченка, Київ. — 219с.
3. Кошечко Н.В. Методика викладання у вищій школі: Навч. посібник. — Ніжин: НДУ ім. М. Гоголя, 2013. — 115 с.
4. Малюк Є. О. Відеоігри в Україні: генеза та історична еволюція у 80–90-х роках ХХ століття [Електронний ресурс] / Є. О. Малюк // Питання культурології. - 2017. - Вип. 32. - С. 111-127. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pkl_2017_32_8



ОСОБЛИВОСТІ МЕДІАТВОРЧОСТІ МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ

Кернос С.М. Особливості медіаторчості майбутніх вчителів

У статті висвітлюються результати дослідження прагнення майбутніх вчителів, студентів другого курсу природничо-географічного факультету Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка до медіаторчості, створення медіа продуктів, ставлення студентів до схвалення в мережі. Описані результати емпіричного діагностичного дослідження.

Ключові слова: медіаторчність, медіа грамотність, засоби масової інформації, соціальні мережі, анкетування, медіа вплив ЗМІ, інформаційний простір.

Постановка проблеми. Сьогодні телебачення, Інтернет, газети, журнали стали не тільки щоденним джерелом інформації, але й способом проведення дозвілля, засобом спілкування тощо. Повсякденне життя людини насичене медіа текстами, які споживаються вдома, у русі, на роботі, потужно впливаючи на всі верстви населення, передусім дітей і молодь. Зі стрімким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) і мас-медіа в сучасному світі виникає необхідність у цілеспрямованій підготовці особистості до вмілого і безпечного користування ними. Сучасний вчитель повинен бути творчим. Мережа Інтернету дає можливість для прояву і розвитку творчих здібностей. Постає проблема вивчення використання майбутніх вчителів мережі Інтернет як простору для творчості.

Аналіз наукових досліджень. Дослідження медіа освіти та медіаторчості дітей і молоді прискорено розвиваються в останні два десятиріччя. Ці проблеми вивчають в Україні О. Волошенюк, В. Іванов, Т. Іванова, Л. Кульчинська, Г. Онкович, Л. Найдьонова, М. Синиця, С. Шумаєва, О. Янишин тощо, у зарубіжних країнах – А. Анджеевська, Ю. Беднарек, Я. Гайда, А. Лепа, Я. Морбітзер, Ф. Рогоу, Б. Семенецький, Д. Семенецька, М. Танась, С. Шейбе тощо. Ученими обґрунтовано теоретико-методичні засади медіаосвіти: здійснено трактування основних понять; визначено цілі, завдання, концепції, функції, напрями, основні чинники генези медіаторчості тощо. Проте проблеми медіаторчості в процесі її реалізації ще не стали предметом цілісного окремого наукового дослідження.

Мета статті. Метою є дослідити здатність майбутніх вчителів до медіаторчості як засобу компетентного і здорового особистісного самовираження, покращення якості міжособової комунікації.

Виклад основного матеріалу. Важливою рисою сучасної людини має бути здатність до творчості й самовираження та самопрезентації. З огляду на це перед сучасною педагогікою стоїть завдання формування творчої особистості, здатної на сміливі та рішучі вчинки. Творча особистість – це особистість, яка внаслідок наявності специфічних психічних характеристик та впливу зовнішніх чинників набула особистісних утворень, що сприяють досягненню результатів у творчій діяльності. Така



особистість здатна знаходити нетривіальні розв'язки у звичайних задачах, готова до творчого вдосконалення світу навколо себе і себе у ньому, до самореалізації та самовияву.

Медіа-освіта – частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіа-культури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій [1].

Медіаосвіта має надавати знання та уміння щодо того, як: 1) аналізувати, критично осмислювати і створювати медіатексти; 2) визначати джерела медіатекстів, їхні політичні, соціальні, комерційні, культурні інтереси й контекст; 3) інтерпретувати медіатексти й цінності, що несуть в собі медіа; 4) добирати відповідні медіа для створення та розповсюдження власних медіатекстів і залучення зацікавленої в них аудиторії; 5) уможливлювати вільний доступ до медіа для споживання та виробництва власної медіапродукції [2, с.9].

З метою визначення стану сформованості медіаторчості свідомого споживання медіа продукції було проведено анкетування серед студентів другого курсу фізико-математичного факультету Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка. Загальний обсяг вибіркової сукупності склав 20 осіб.

Дослідження показало, що в мережі зареєстровані всі учасники анкетування, тобто 100%. Студенти вказують на те, що бажання зареєструватися в соціальних мережах виникло самостійно - 63,2%, але також домінує 15,8% - бажання завести нових друзів. На запитання: Чи бажаєте ви мати більше друзів - 80% відповіли, що ні, список друзів складають близькі люди, і тільки 20% бажають мати більше товаришів. Аналізуючи наскільки властиво студентам другого курсу надавати вичерпну інформацію про себе виявили, що 95% інформація відображається в неповному обсязі.

Досліджуючи наскільки майбутні вчителі залежні від соціальних мереж, спілкування на відстані, виявили, що 45% студентів зазначили, що не збираються платити за соціальні мережі, якщо вони стануть платними, але 40% яких збираються платити, якщо ціна буде не великою, 15% затрудняються відповісти. Можемо стверджувати що велика частина студентів розглядає спілкування в соціальних мережах як цінність і не готова вільно відмовитись, готові витратити виправдану суму коштів за можливості, що надає мережа

Окремим питанням досліджували відношення студентів, їх прагнення використовувати мережу для заробітку. Отримали, що 60% студентів думають про заробіток в мережі, але не мають можливості, 20% з яких вважають це безкорисним і 20% заробляють кошти за допомогою мережі. Отже більша половина студентів бажала би мати навички заробітку і для сучасного вчителя важливим є вміти проводити он-лайн консультації з предметів, надавати послуги репетитора в мережі. Тому постає проблема підготовки майбутнього вчителя в рамках професійної педагогічної підготовки до проведення он-лайн уроків, занять, тренінгів, лекцій, марафонів.

Також було запитання розгорнутого типу: «Чи вважаєте ви, що соціальні мережі можуть замінити живе спілкування? Чому?» Більшість студентів відповіло, що



соціальні мережі не замінять живого спілкування. Ця думка важлива з огляду на те, що основним інструментом вчителя є живе спілкування, мова, і вона доводить що майбутні вчителі розуміють її цінність.

Самопрезентація та презентація себе в мережі є окремим питанням для роздумів. Дослідження говорять, що низький соціальний статус педагогічної професії в суспільстві, низька заробітна плата визначають дещо недостатній рівень самооцінки майбутніх вчителів.

Досліджуючи контент, акаунти студентів в соціальних мережах побачили закономірність щодо записів на сторінці: студенти відповіли, що не часто публікують – 95%, бажання проявитися не мають, інші 5% - активно створюють щодня. З іншого боку у безпосередньому спілкуванні студенти говорять, що вважають правильною в сучасному суспільстві стратегію не відображати власне життя в мережі.

На запитання: «Які саме записи ви публікуєте?» отримали такі відповіді (рис.2).

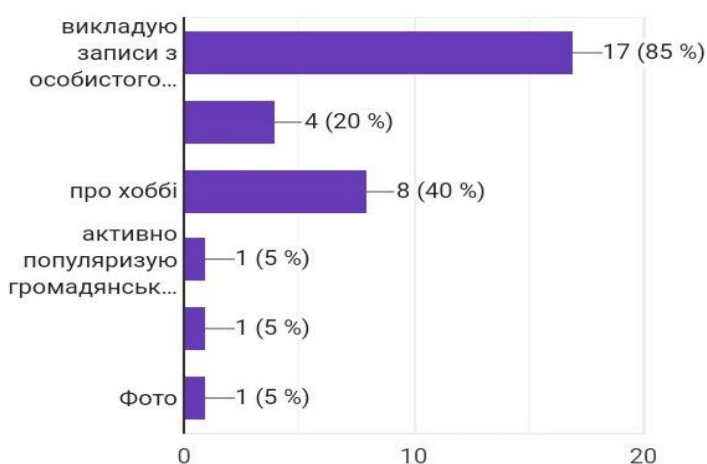


Рис.2 Відповіді студентів на запитання : «Які саме записи ви публікуєте?»

Висновки. Проведене анкетування дає можливість стверджувати, що молодь недостатньо використовує можливості сучасних ЗМІ в навчальному процесі, житті, з метою самовираження. Найчастіше Інтернет використовується для проведення часу в соціальних мережах та на розважальних сайтах. Отриману інформацію сприймають частково як достовірну, не завжди можуть проаналізувати маніпулятивні впливи сучасних мас-медіа, але виявляють бажання вдосконалювати свої знання за допомогою медіа освіти. Тому необхідно підвищити рівень інформаційної та медіаторчості молоді шляхом підготовки майбутніх учителів до раціонального застосування пізнавальних медіа текстів у процесі навчання, повсякденному житті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ispp.org.ua/news_44.htm
2. Медіаосвіта та медіаграмотність / [ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк]. – К. : Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
3. **Яненко Я. В.** Мультимедійний творчий проект як технологія навчання майбутніх фахівців у галузі мас-медіа [Електронний ресурс] / Я. В. Яненко // [Інформаційні технології і засоби навчання](#). - 2014. - Т. 44, вип. 6. - С. 134-140. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ITZN_2014_44_6_15



Розділ II. Результати навчально-наукового педагогічного проекту: дослідження медіаграмотності учнів початкової школи

УДК 37.013: 373.3[004]

Яценко А. М.

Сумський державний педагогічний
університет імені А. С. Макаренка
Фізико-математичний факультет

ЯВИЩЕ КІБЕРБУЛІНГУ В СЕРЕДОВИЩІ УЧНІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ

Яценко А.М. Явище кібербулінгу в середовищі учнів початкових класів

У статті розглядається новітнє явище сучасного інформаційного суспільства – кібербулінг, яке набуло широкого розповсюдження у віртуальному спілкуванні дітей та молоді. Проаналізовано дослідження зарубіжних та вітчизняних педагогів з проблем кібербулінгу, запропоновано до уваги результати власного дослідження явища кібербулінгу серед школярів початкових класів.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаграмотність, соціальні мережі, кібербулінг, спілкування, насилля, агресія.

Постановка проблеми. Стрімкий розвиток у сучасному світі інформаційно-комунікаційних технологій та системи масмедіа нагально потребують цілеспрямованої підготовки особистості до вмілого і безпечного користування ними. На взаємодію з різноманітними медіа (преса, радіо, кіно, телебачення, Інтернет) припадає вагома частка у сфері вільного часу школяра, чим зумовлюється їх значний вплив. Допитлива малеча пізнає його дуже активно. Пізнає (інколи під наглядом дорослих, а інколи й самотужки), робить якісь висновки (чудернацькі для нас, але надважливі для них), встановлює для себе певні правила і за ними живе [1]. Медіа потужно й суперечливо впливають на освіту молодого покоління, часто перетворюючись на провідний чинник його соціалізації, стихійного соціального навчання.

Батьки недостатньо контролюють візити дітей в Інтернет-мережу, не враховуючи сумну статистику, яка свідчить, що 20% дітей у світі стає жертвою певної форми насильства [2]. Вчені не залишають поза увагою того, що і самі діти часто виступають у ролі віртуальних агресорів, спрямовуючи насильницькі дії проти власних ровесників. Отже, інформаційні технології породили серед сучасних дітей та молоді новий тип насилля – віртуальний.

Відтак постає гостра потреба у проведенні дослідження зіткнення учнів з проявами кібербулінгу та розвитку медіаосвіти, одне з головних завдань якої полягає в запобіганні вразливості людини до медіанасильства і медіаманіпуляцій, втечі від реальності в лабіринти віртуального світу, поширенню медіа залежності.

Аналіз актуальних досліджень. Вивченням феномена насильства (булінгу) серед учнів займалися зарубіжні педагоги: Д. Ольвеус, К. Дьюкс, А. Пікасс, Е. Роланд,



І. Конн та інші. Також цій проблемі були присвячені роботи таких вітчизняних учених, як О. Дроздов, В. Ролінський, С. Стельмах, А. Чернякова, О. Барлід. Теоретичні питання вияву та профілактики кібербулінгу висвітлили у своїх роботах Р. Ковальські, С. Лімбер, П. Агатстон, Л. Найдьонова, О. Баришпольць, М. Робін, О. Лапа, О. Блискун, Н. Дайнека, Є. Кулік, О. Резникова та інші.

Метою нашого дослідження є аналіз сучасних проблем віртуального насилля та емпіричне дослідження прояву кібербулінгу серед дітей та молоді.

Виклад основного матеріалу. Проаналізувавши віртуальну агресію, американські дослідники Р. Ковальські, С. Лімбер, П. Агатстон виділили вісім типів поведінки, характерних для кібербулінгу:

1. Перепалки, або флеймінг (від англ. flaming – пекучий, гарячий, полум'яний) — обмін короткими, гнівними, запальними репліками між двома чи більше учасниками за допомогою комунікаційних технологій. Флеймінг відбувається в основному на чатах, форумах, інколи перетворюючись в затяжну війну (від англ. holywar — свята війна).

2. Нападки, або харасмент (англ. harassment – постійні виснажливі атаки). Найчастіше це використання повторюваних образливих повідомлень, спрямованих на жертву (наприклад, постійні погрозові дзвінки, маса СМС-повідомлень на мобільний телефон) з перевантаженням персональних каналів комунікації. На відміну від перепалок, атаки більш тривалі і йдуть від певного агресора.

3. Обмовлення, зведення наклепів (denigration) - розповсюдження принизливої неправдивої інформації з використанням комп'ютерних технологій. Це можуть бути текстові повідомлення, фото, відео, які змальовують жертву в образливій формі. Жертвами можуть стати не тільки окремі особи, але й група дітей по певному списку (наприклад, «хто є хто» в класі, школі).

4. Самозванство, втілення в певну особу (impersonation) – агресор позиціонує себе жертвою, використовуючи її пароль доступу до аккаунту в соціальних мережах, блозі, пошті, системі миттєвих повідомлень тощо, а потім здійснює негативну комунікацію. Коли з адреси жертви без її відому відправляються ганебні провокаційні листи, виникає «хвиля зворотних зв'язків», в результаті якої розгублена жертва неочікувано отримує гнівні відповіді.

5. Ошуканство, видурювання конфіденційної інформації та її розповсюдження (outing&trickery) — отримання персональної інформації (текстів, фото, відео) і її передача іншим поштою або в публічну зону Інтернету.

6. Відчуження (остракізм, ізоляція). Бажання бути включеним у групу є мотивацією багатьох вчинків дитини, і саме тому виключення з групи однолітків сприймається як соціальна «смерть». Онлайн-відчуження можливе з різних в будь-якому віртуальному дитячому середовищі, де використовується захист паролями, формується список небажаної пошти, список друзів. Кібер-остракізм проявляється також через відсутність швидкої відповіді на миттєві повідомлення чи електронні листи.

7. Кіберпереслідування – приховане вистежування через Інтернет та переслідування необережних чи вибраних з певною метою користувачів для організації злочинних дій (нападу, побиття, зґвалтування).



8. Хепіслеппінг (від англ. happy slapping — щасливе плескання) — дуже розповсюджений вид кібербулінгу, який уявляє собою розміщення відеороликів в Інтернеті, де їх можуть переглядати тисячі користувачів без жодної згоди жертви. Інша форма хепіслеппінгу — це передавання сюжетів через мобільні телефони [4].

Отже, означені типи поведінки розкривають достатньо широкий спектр пасток особливо для молодших школярів.

Проблема кібербулінгу потребує емпіричного дослідження серед школярів загальноосвітньої школи. Виходячи з цього, для аналізу даної проблеми у спілкуванні дітей нами була розроблена авторська анкета. Основною метою анкетування було узагальнення проблем віртуального спілкування серед школярів початкових класів. Вибірку дослідження склали 28 учнів 3 класу Сумської спеціалізованої школи №17. Після статистичної обробки нами були проаналізовані отримані дані, на основі яких ми зробили висновки з проблеми розповсюдження явища кібербулінгу серед українських школярів.

Більшість дітей (18 учнів), що складає 64% знають про існування явища кібербулінгу і в загальних рисах можуть пояснити, що це таке. 10 учнів класу (36%) не розуміють суті цього явища, вважаючи кібербулінг звичайною комп'ютерною грою або комп'ютерною вірусною програмою. (рис 1)

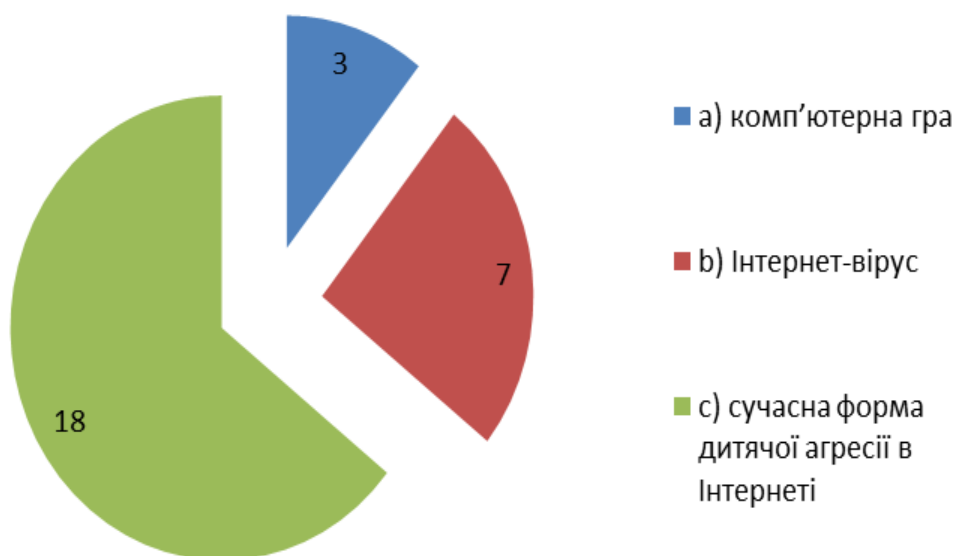


Рис.1 Діаграма відповідей учнів на запитання «Що таке кібербулінг?»

Переважає кількість школярів, а саме 24 учні (86%) дають переконливу відповідь, що ніколи не зустрічалися з проявами кібербулінгу в Інтернеті. Хоча 4 учні (14%) вже отримували через мережу Інтернет образливі слова та звинувачення з боку інших (рис.2).

Відповідь «так» дали 3 учні (11%) і на запитання – «Чи отримували ви листи з погрозою, цькування, образи, звинувачення з боку однокласників», що свідчить про зародження даної проблеми у дитячому колективі класу (рис 3).





Рис.2 Діаграма відповідей учнів на запитання «З якими проявами кібербулінгу ви зустрічались в Інтернеті?»



Рис.3 Діаграма відповідей учнів на запитання Чи отримував ти листи з погрозою, цькування, образи, звинувачення на свою адресу?»

Віртуальний простір все більше стає невід'ємною частиною соціального життя сучасних дітей та молоді, тому страх втратити цей простір змушує жертв кібербулінгу приховувати ці факти від дорослих. У нашому опитуванні 14 учнів (50%) при перших проявах кібербулінгу обіцяють повідомити батькам, 11 учнів (39%) – класному керівнику, 2 учні (7%) скажуть про це друзям і 1 учень (4%) не має наміру нікому повідомляти про це. (рис 4). Ми бачимо, що класний керівник і батьки є авторитетними дорослими, тими людьми яким може довірити учень побоювання і сумніви он-лайн спілкування.



Негативним є той факт, що жоден учень не відповів, що при перших проявах кібербулінгу звернеться за допомогою, зателефонувавши на дитячу «гарячу лінію», що свідчить про повну непоінформованість дітей з приводу даного питання як з боку шкільних педагогів, так і з боку батьків. Проте це у більшості проблема виховної роботи школи, класного керівника, відсутності інформаційних куточків в класах, де мала би бути потрібна інформація.

Вищезгадані результати хоча і в поодиноких випадках, але викликають занепокоєння і потребують вияснення причини недовіри молодших школярів до дорослих. Проте, дані говорять, що 96% учнів мають авторитетного дорослого, якому зможуть довірити Інтернет-страхи.

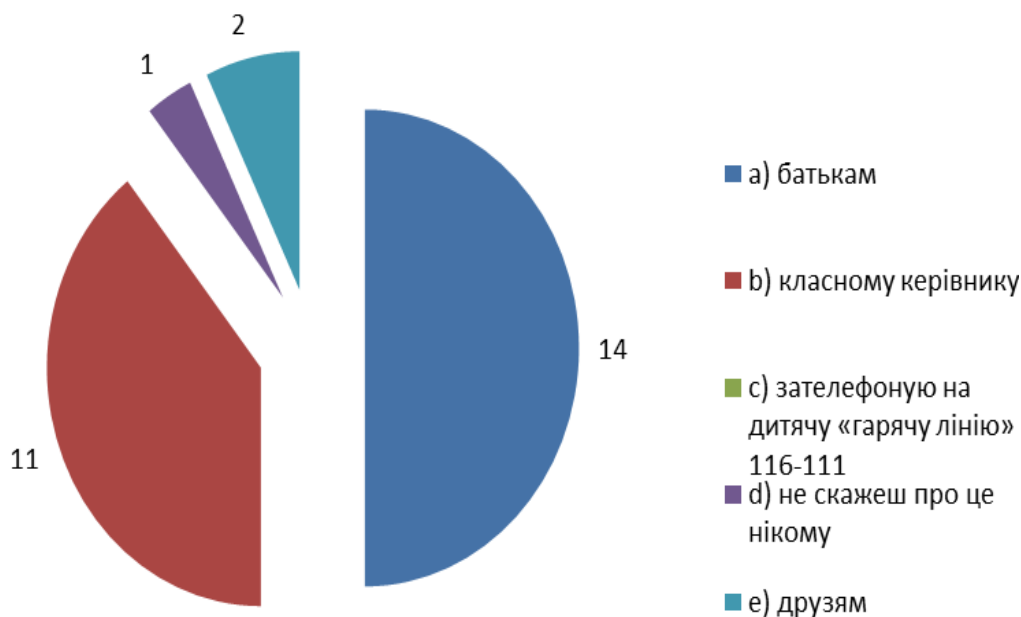


Рис.4 Діаграма відповідей учнів на запитання «Якщо ти побачиш прояви кібербулінгу, то кому повідомити про це у першу чергу?»

Потребує уваги і той факт, що діти не знають, як поводити себе, зустрівшись з проявами кібербулінгу: 5 учнів (18%) все-таки готові на подальше спілкування з кривдником, що може в свою чергу спровокувати негативний сценарій продовження даної ситуації (рис 5). Можемо зробити висновок по необхідності додаткової виховної роботи з безпеки в Інтернет середовищі, розкритті можливих наслідків підтримки спілкування, тощо.

Тому питання кібербулінгу вимагає додаткового дослідження, але попередньо можемо передбачити, що дорослі недостатньо уваги приділяють спілкуванню з дітьми, недостатньо компетентні в проблемах інформаційних комунікацій, вважають проблеми дитячого спілкування недостатньо вагомими.



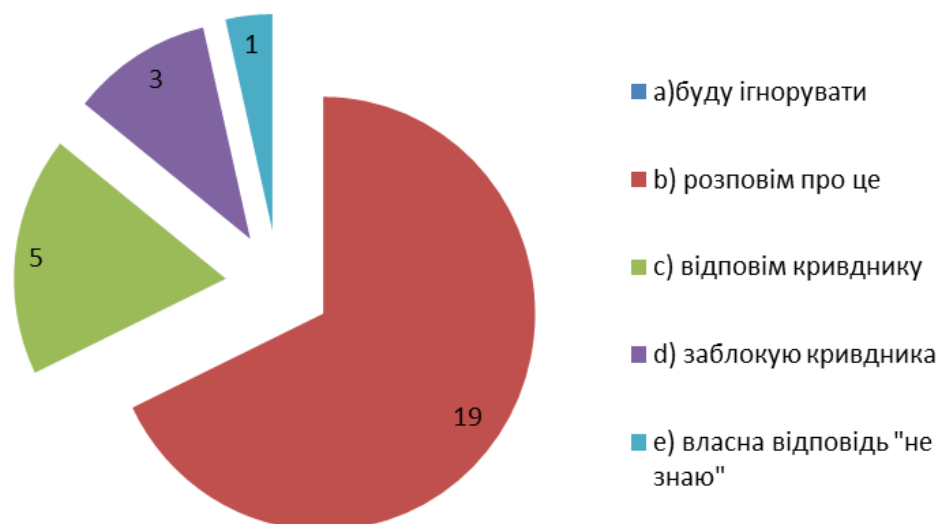


Рис.5 Діаграма відповідей учнів на запитання «Як ти будеш діяти, коли зіткнешся з проявами кібербулінгу?»

Висновок. Загальним висновком по результатах дослідження є необхідність широкої освітньої роботи серед дітей, батьків, педагогів щодо випадків віртуальної агресії. Первинними профілактичними заходами запобігання випадкам кібербулінгу є бесіди з учнями на тематику правової відповідальності за протиправні вчинки, роз'яснення підліткам правил поведінки у суспільстві та трагічності наслідків їх порушення. Забезпечити надійний захист дітей в Інтернеті ще складніше, ніж у реальності. Для створення безпечного спілкування дітей та молоді в Інтернет середовищі потрібна практичне поєднання зусиль держави, соціальних інститутів, громадськості, правоохоронних органів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. – Режим доступу: <http://balakliya-school2.edu.kh.ua>
2. Найденова Л. Кибербуллинг: опасное виртуальное «быкование» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/cyber-bullying.htm>.
3. Найдьорова Л. Кибербуллинг підлітків (віртуальний терор) як новітній феномен інформаційної доби: теоретико-методичні засади подолання і профілактики / Л.Найдьорова // Практична психологія та соціальна робота. –2016. – № 8. – С. 10–17.
4. Чернякова А.В. Педагогічні стратегії запобігання та подолання насильства в школах : досвід США: навчально-методичний посібник / А.В.Чернякова. – Суми: Видавництво Вінниченко М.Д., 2012. – 240 с.



КІБЕРБУЛІНГ: СУТНІСТЬ, ВИДИ, ЗАГРОЗИ**Мутило О.В. Кібербулінг: сутність, види, загрози**

Анотація. У статті піднімається проблема психологічного насильства в інтернет-середовищі. Описано причини, види і учасники кібербулінгу. Приділено увагу психологічним наслідкам кібербулінгу для всіх учасників взаємодії. Подано результати психолого-педагогічного дослідження явища кібербулінгу в середовищі учнів початкових класів. Розглянуто практичні рекомендації.

Ключові слова: кібербулінг, соціальні мережі, медіаосвіта, медіаграмотність

Постановка проблеми. Кібербулінг - нове явище, яке з неймовірною швидкістю проникає в Інтернет-простір. Проблеми психологічного і фізичного насильства, які раніше були тільки в соціальному середовищі, перейшли в віртуальну. На перший погляд здається, що форма такого цькування нешкідлива. Але відмінності кібербулінгу і традиційного реального булінгу обумовлені особливостями Інтернету: анонімністю, наявністю широкої аудиторії, можливістю робити нападки 24 години на добу, можливістю фальсифікації. В даний час проблема насильства в Інтернеті набуває своєї актуальності в зв'язку з тим, що під загрозою знаходиться психологічне здоров'я підлітків. Під психологічним здоров'ям розуміється «гармонія людини як з самим собою, так і з навколишнім середовищем: іншими людьми, природою». Жертви кібербулінгу бояться поділитися своїми проблемами з дорослими, тому що думають, що їх можуть позбавити доступу в Інтернет. Адже в епоху інформаційних технологій сучасний підліток майже весь свій вільний час проводить в Інтернеті.

Аналіз актуальних досліджень. Вперше визначення поняттю Кібербулінгу дав Білл Белсі (Bill Belsey). На його думку, Кібербулінгу - це використання інформаційних та комунікаційних технологій, наприклад, електронної пошти, мобільного телефону, особистих інтернет-сайтів, для навмисного, неодноразового і ворожого поведінки особи або групи, спрямованого на образу інших людей. Ще є роботи на цю тему у О. Дроздова, А. Цернякова, С. Стельмах, О. Барліда.

Метою нашого дослідження дослідження розповсюдження кібербулінгу в середовищі учнів початкових класів

Виклад основного матеріалу. Розглянемо існуючі причини кібербулінгу. Автори виділяють наступні 8 причин: «прагнення до переваги» - це основна потреба кожної людини, можливо, за рахунок цькування в Інтернеті підлітки намагаються самоствердитися і бути «вище» когось; «суб'єктивне почуття неповноцінності» - переживання пов'язані з почуттям слабкості, недосконалості; «заздрість» - почуття роздратування від благополуччя інших людей; «помста» - плата за образу, зло; «розвага» - отримання задоволень за допомогою здійснюваних дій; «конформізм» - зміна думки людини під впливом групи; «проблема в сімейних відносинах»; - «низький рівень розвитку емпатії» - зосередження на собі і своїх турботах [1].



В кібербулінгу беруть участь люди з певними психологічними особливостями. Прийнято виділяти 3 ролі, які беруть участь в кібербулінгу: переслідувач, жертва, спостерігачі. У ряді статей вказані характеристики кожного: зазвичай, переслідувач - це людина імпульсивна, який хоче самоствердитись, має задатки лідера, може проявляти агресивну поведінку, не відчуває співчуття до людей. Жертви ж навпаки, зазвичай полохливі, тривожні, схильні до сліз, нетовариські. Що стосується спостерігачів, то найчастіше вони відчувають страх, почуття безпорадності і в той же час підтримують переслідувача [2].

На сьогоднішній день існує детальна класифікація видів кібербулінгу:

- Флеймінг - «суперечка заради суперечки», процес обміну повідомленнями в місцях на багато користувачів мережевого спілкування (чати, інтернет-форуми, соціальні мережі та ін.);
- тролінг - розміщення провокаційних повідомлень, коментарів з метою підведення людини до реакції і розвитку конфлікту;
- наклеп - розповсюдження завідомо неправдивої інформації, відомостей про людину, що ганьблять його репутацію;
- кіберсталкінг - переслідування або домагання за допомогою інтернету;
- секстинг - пересилання чи поширення фотографій, або відео інтимного характеру;
- гріферство - нанесення моральної або матеріальної шкоди у відеоіграх;
- розкриття секретів - оприлюднення особистої інформації про людину в Інтернеті;
- видавання себе за іншу людину - створення підроблених профілів, з яких можна робити цькування, не розкриваючи інформації про себе;
- кетфішінг - відтворення профілю жертви, за допомогою крадіжки його фотографій і особистих даних, розміщення з його сторінки несприятливого контенту;
- діссінг - передача або публікація компрометуючої інформації про жертву в режимі онлайн;
- фрейпінг - отримання кривдником контролю над чужим обліковим записом і розсилка з профілю небажаного контенту від імені жертви [3; 6].

Цькування в Інтернеті може проводитися 24 години на добу, 7 днів на тиждень, не залишаючи жодного шансу відчутти себе захищеним, повідомлення та коментарі можуть приходити несподівано, в будь-який час - це робить сильний психологічний вплив на підлітка. Так само в Інтернеті існує анонімність, завдяки якій підліток може навіть не підозрювати, що за людиною виробляється над ним цькування, що може викликати у нього ще більший страх. На відміну від фізичного насильства, наслідки емоційного насильства в довгостроковій перспективі впливають на психологічне здоров'я. Розпізнати жертву емоційного насильства не так легко. Знання симптомів і емоційних ознак психологічного здоров'я можуть вчасно його зупинити.

Виділяють наступні наслідки психологічного характеру у жертви: зниження самооцінки, депресія, агресивна поведінка, тривожність, недовіра, часта зміна настрою, лякливність, страх, схильність до суїциду. Звичайно, жертви кібербулінгу є найбільш уразливими групами, такими, що потребують психологічної підтримки. Але також слід



зазначити, що наслідки кібербулінгу можуть бути не тільки у жертви, але і у переслідувачів і спостерігачів.

Переслідувачі теж страждають від психологічних наслідків свого девіантної поведінки: подорослішавши, вони мають шанси залишитися самотніми, так як кібербулінг розвиває у них високу самооцінку, нарцисизм, агресію, авторитарність, цинізм, проблеми з соціальною адаптацією. Що стосується свідків цькування - так само по закінченню часу, вже в більш дорослому віці вони можуть страждати від емоційного розладу, нервозності, невпевненості в собі і т. д.

Наведемо результати дослідження, проведеного студентами Природничо-географічного факультету. Дослідження проводилося на базі КУ Сумська спеціалізована школа І-ІІІ ступенів №2 ім. Д.Косаренка серед учнів 3-4-х класів. Кількість опитаних 186 (107 учнів 4-х класів, 79 учнів 3-х класів), віком від 8 до 10 років. Використовувалася авторська анкета з закритими запитаннями та методи математичної статистики для аналізу отриманих даних.

На запитання анкети «У соціальних мережах ти підписаний під своїм ім'ям?» 46% учнів відповіли «так», 54% учнів вказали, що для мережі обрали несправжнє ім'я, що властиво дітям цього віку обирати нікнейми, створювати вигаданий образ.

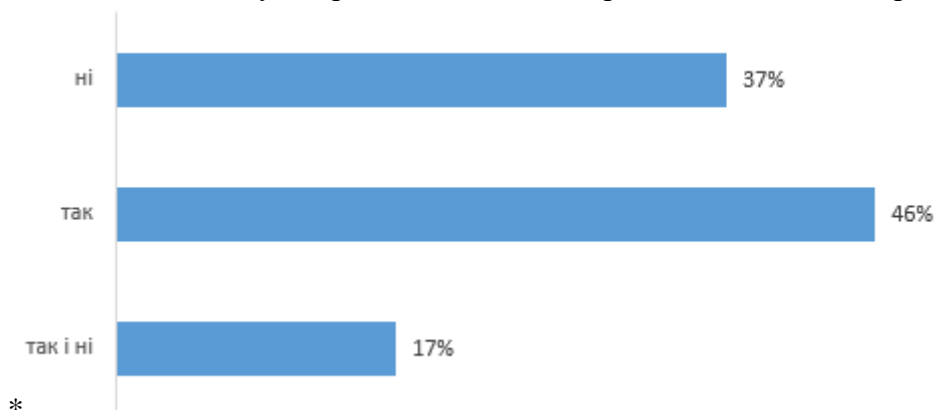


Рис.1 Результати відповідей учнів на запитання «У соціальних мережах ти підписаний під своїм ім'ям?»

Молодші школярі відкриті і довірливі, тому можуть не помітити загроз від людини яка в мережі просить їх дати особисту інформацію.



Рис.2 Результати відповідей учнів на запитання «Яку інформацію ти не розказав би в Інтернеті?»



З метою виявлення ставлення учнів до підтримки спілкування, прохань невідомих чи маловідомих співбесідників запропонували їм дати відповідь на запитання «Яку інформацію ти не розказав би в Інтернеті?» з варіантами відповіді. Результати відповідей учнів подані на рисунку 2. Згідно до даних діаграми, відповідь «своє прізвище, адресу, телефон» дали 72%, це є беззаперечним доказом довірливості та деякої безпечності учнів і того, що в цьому середовищі можуть бути так звані «переслідувачі», жертви та спостерігачі. Адже людина яка нічого не боїться, не приховує, якій нецікаві знущання над іншими навряд чи такі данні приховає.

Наступне запитання мало на меті виявити стратегію поведінки учнів у ситуації, коли незнайомцем нав'язане спілкування (рис.3). Найбільший відсоток набрала відповідь «розповісти батькам» (54%), це говорить, що у ситуації справжнього кібербулінгу у дітей є близька людина, що дуже важливо.



Рис.3 Результати відповідей учнів на запитання «Якщо б ти отримав повідомлення у Viber від незнайомця ти би як діяв?»

Серед варіантів відповіді запропоновано видалити і відповісти. Згідно до отриманих даних, поданих у діаграмі лише 15% відповіли би, це свідчить про те, що ці діти скоріше за все не знають що таке кібербулінг і не бачать ніяких погроз, на відміну від інших 85%. Більшість все ж таки ознайомлені з цим явищем, тому обережні в Інтернеті.

Отримані дані щодо стратегії поведінки в ситуації нав'язаного спілкування виявили необхідність дослідження наступного міра учнівського суб'єктивного відчуття безпеки в Інтернеті (рис. 4).

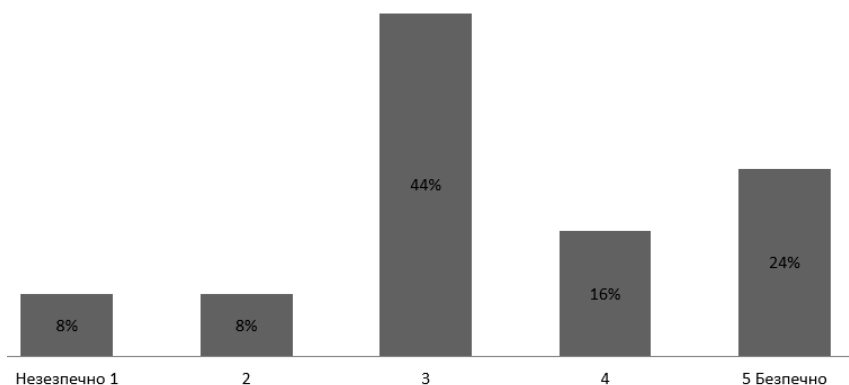


Рис.4 Результати відповідей учнів на запитання «Визнач в балах, наскільки безпечно ти почуваєш себе в Інтернеті?»



Більше половини дітей не почувають себе безпечно в Інтернеті, це велика проблема сучасного світу. З одного боку психологічне відчуття небезпеки шкідливе для дітей молодшого шкільного віку, але з іншого боку воно є одним з механізмів захисту дітей від Інтернет загроз. Вважаємо більш продуктивним надати дітям більше інформації про можливість свого захисту, що надасть їм впевненості, усунуть безпідставні хвилювання і можливо зменшить занепокоєння.

На даний момент існує ряд рекомендацій як для підлітків, так і для їх батьків, педагогів для запобігання такого роду злочинів: 1. Поради для підлітків: абстрагуватися від критики і ігнорувати кривдників; ділитися своїми переживаннями з дорослими; дозволити дорослим слідкувати за соц. мережами. 2. Поради для батьків: перевіряти повідомлення, коментарі, фотографії на мобільних, комп'ютерних пристроях у дитини; пильно стежити за настроєм своїх дітей; більше проводити часу з дітьми і віддавати їм свою любов; інформувати дітей про безпеку в Інтернеті. Проте, відзначимо, що рівень довіри між батьком і дитиною може знизитися. Батькам і педагогам слід йти в ногу з дітьми і вдосконалювати свої знання в області інформаційних технологій, бути поруч, спостерігати, підказувати, але ніяк не порушувати особистий простір підлітка, інакше дитина можна повністю закритися в собі. 3. Поради для викладачів: при виявленні кіберхуліган потрібно зв'язатися з його батьками; необхідно проводити в школі бесіди з підлітками про дану проблему; удосконалювати знання в області медіакомпетенцій [2].

Висновок. У висновку хотілося б сказати, що проблема кібербулінгу актуальна на даний момент і є серйозною загрозою для психологічного здоров'я підростаючого покоління. На сьогоднішній день вироблені практичні рекомендації, методики як для вчителів, так і для батьків. Однак мало хто в достатній мірі поінформовані і ознайомлені з ними. Необхідно докладати зусиль для ознайомлення з цими практичними рекомендаціями і методиками. Деякі існуючі методи боротьби з цим явищем можуть не працювати після закінчення часу зважаючи швидкого розвитку кібербулінгу і розширення форм його застосування, отже потрібна нова розробка форм з протидії цьому явищу. Тому питання кібербулінгу потребує подальшого дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 10 форм Кібербулінгу від kids.kaspersky.ru [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://stop-ugroza.ru/life/10-form-kiberbullinga-ot-kids-kaspersky-ru/>
2. Горбунова, А. Кібербулінг: чим він небезпечний і як захищатися від інтернет-цькування? [Електронний ресурс] / А. Горбунова Режим доступу: <https://informburo.kz/stati/kiberbulling-chem-on-opasen-i-kak-zashchishchatsya-ot-internet-travli.html>
3. Федуніна, Н. Ю. Уявлення про триаду «Переслідувач - жертва - спостерігач» в Кібербулінгу англomовної літератури [Електронний ресурс] / Н. Ю. Федуніна. - Режим доступу: <http://psystudy.ru/index.php/num/2015v8n41/1143-fedunina41.html>
4. Belsey B. Cyberbullying: An Emerging Threat to the «Always On» Generation. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.cyberbullying.ca/pdf/>



ДОСЛІДЖЕННЯ БЕЗПЕКИ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Маценко М. В. Дослідження безпеки молодших школярів в мережі Інтернет

Анотація. У статті висвітлюються результати дослідження здатності учнів початкових класів розуміти, аналізувати й оцінювати безпеку в мережі Інтернет.

Ключові слова: медіаграмотність, медіакультура, інформаційно-психологічна безпека учнів.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства загрозу становлять прискорені темпи розвитку інформаційних технологій, які значно випереджають розроблення й упровадження виховних. Інформаційне суспільство значно змінюють життя людини. Недостовірна інформація, розвиток агресії й жорстокості, розпалювання міжнаціональної ворожнечі, нівелювання родинних цінностей, гонитва за матеріальними благами, що ототожнюються з життєвим успіхом, – ось далеко не повний перелік тих загроз, з якими стикаються діти, користуючись медійними засобами. Актуальність здійснення цілеспрямованої підготовки учнів до життя в суспільстві саме в початковій школі посилюється у зв'язку з тим, що діти є особливо вразливою категорією щодо негативних впливів мас-медіа, значення яких у формуванні внутрішнього світу молодших школярів з кожним роком посилюється. Постає гостра потреба дослідження рівня безпеки в Інтернеті учнів 3-4 класів, одним з головних завдань якої полягає в запобіганні вразливості людини до медіа-насилення.

Аналіз актуальних досліджень. Аналіз наукової літератури (В. Антонов, С. Болтівець, П. Гульчак, Н. Гущина, А. Журин, А. Кожухівський, А. Кочарян, О. Кузнєцова, І. Литовченко, В. Лужецький, С. Максименко, Л. Северин, М. Серебреникова, О. Удалова, О. Швед) засвідчив, що в роботах розглянутих авторів, які займаються дослідженням проблеми навчання захисту від негативних інформаційних впливів, забезпечення інформаційно-психологічної безпеки особистості, відображено розуміння того, що один із засобів захисту особистості – це розвиток критичного мислення.

Мета статті – дослідження і узагальнення результатів діагностики рівня безпеки в Інтернеті молодших школярів.

Виклад основного матеріалу. Із метою дослідження рівня в мережі Інтернет в учнів початкової школи студентами 2-го курсу фізико-математичного факультету Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка було проведено анкетування 3-х і 4-х класів КУ Сумської спеціалізованої школи №17. Кількість респондентів – 190 осіб.

Висвітливо результати діагностики в порівнянні відповідей учнів 3-х і 4-х класів. На питання «Визнач в балах, наскільки безпечно ти почуваєш себе в Інтернеті?» учні 3-х і



4-х класів дали відмінні відповіді. Так учні 3-х класів у більшості відчують себе безпечно, учні 4-х класів навпаки говорять про відчуття небезпеки :

Таблиця 1

Узагальненні результати відповідей учнів на питання «Визнач в балах, наскільки безпечно ти почуваєш себе в Інтернеті?»

№	Варіанти відповідей	3-ті класи (%)	4-ті класи (%)
1	Дуже небезпечно (1-3)	39	66,5
2	Надзвичайно безпечно(4-5)	61	35,5

Дослідження показало, що учні 4-х класів більше розуміють, що коли вони перебувають в Інтернеті, то нікому не мають давати своє прізвище, адресу, телефон, таких серед опитаних 87% (83,6% учнів 3-х класи), імена своїх домашніх улюбленців-6% (5% учнів 3-х класів), номери прикладів з математики-4% (6,3% учнів 3-х класів), назви своїх улюблених книжок чи мультфільмів-3% (5,3% учнів 3-х класів).

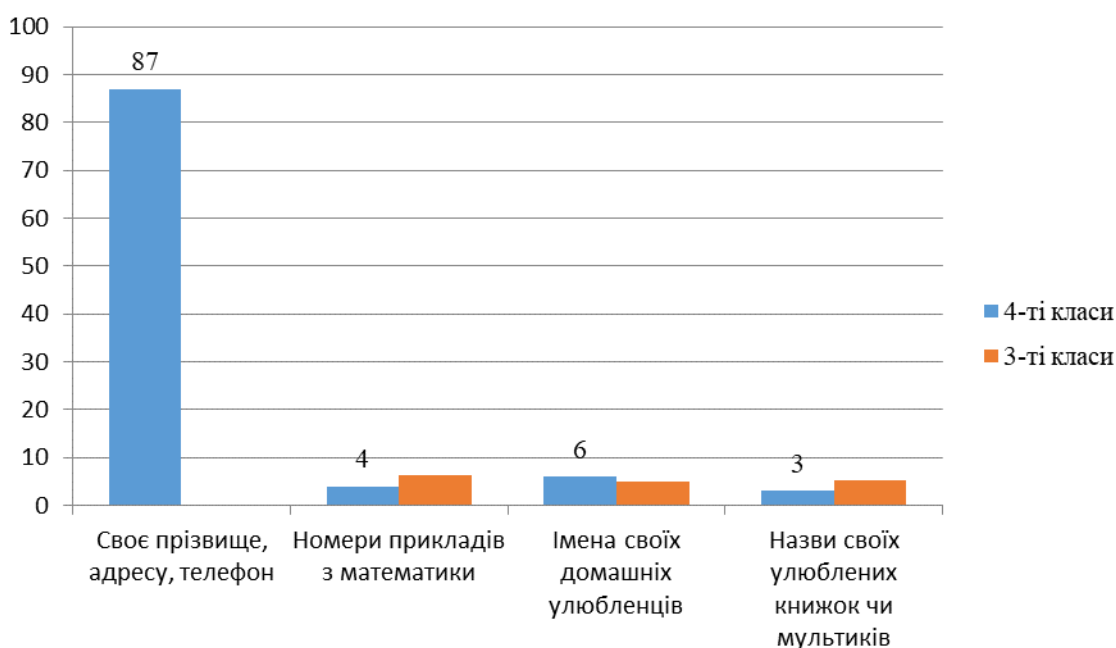


Рис. 1. Результати відповідей учнів 3-х і 4-х класів на питання «Коли ти в Інтернеті, то нікому не маєш давати»

Отже, аналізуючи наведені дані, можна зробити висновок, що учні 3-х так і 4-х класів вважають за потрібне нікому не давати своє прізвище, адресу, телефон. Звідси виникла необхідність проаналізувати питання про те, що будуть робити учні початкової школи коли отримають повідомлення від незнайомця.

На питання «Ти отримав повідомлення у Viber чи на Facebook від незнайомця, твої дії?» учні розподілили свої відповіді відповідним чином:



№	Варіанти відповідей	3-ті класи (%)	4-ті класи (%)
1	Прочитати і відповісти	3,3	4,75
2	Розповісти батькам	54,3	46
3	Прочитати і видалити	19,3	24,5
4	Не реагувати	16,3	9
5	Власна відповідь: видалити, заблокувати	3,3	4,5

Аналізуючи отримані результати, можна зробити висновок, що учні 3-х і 4-х класів у більшості вирішили розповісти батькам. Учні 4-х класів, на відміну від 3-х класів, вирішили прочитати і відповісти або видалити і заблокувати. А учні 3-х класів, на відміну від 4-х класів, вирішили не реагувати на повідомлення незнайомця.

Висновки. Таким чином, нове розуміння інформаційної безпеки вимагає переосмислення ролі освіти в процесі виховання нового покоління, здатного адекватно вписатися в новий інформаційний світ. Саме педагог, учитель має стати основною ланкою в системі формування захисту молоді особистості від негативних інформаційних впливів. Потребують більш детальної розробки аспекти захисту особистості, яка формується, – правові, психологічні, педагогічні, соціокультурні. Зауважимо, що оскільки людина визнається найбільшою цінністю педагогіки гуманізму, то й інформаційно-психологічна безпека учнів є основною домінантою інформаційної безпеки особистості, гуманістичного суспільства демократичної України.

Список використаних джерел

1. Лист МОН України від 06.11.2009 р. № 1/9-768 «Про захист дітей та молоді від негативних інформаційних впливів».
2. Лист МОН України від 28.12.2009 р. № 1/9-916. «Про проведення дня безпечного Інтернету».
3. Солдатова Г.У., Рассказова Е.И. Безопасность подростков в Интернете: риски, совладание и родительская медиация// Национальный психологический журнал. – 2014. – №3(15). С. 39–51 [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://npsyj.ru/pdf/npj-no15-2014/npj_no15_2014_39-51.pdf
4. Дети России онлайн. Результаты международного проекта EU Kids Online II в России. http://detionline.com/assets/files/helpline/Final_Report_05-29-11.pdf
5. Livingstone, S., Haddon, L. (2014) EU Kids Online: Final Report. LSE, London: EU Kids Online. [Електронний ресурс]. – Режим доступу [http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20I%20\(2006-9\)/EU%20Kids%20Online%20I%20Reports/EUKidsOnlineFinalReport.pdf](http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20I%20(2006-9)/EU%20Kids%20Online%20I%20Reports/EUKidsOnlineFinalReport.pdf)
6. Державний стандарт повної загальної середньої освіти (поступово набирає чинності з 1 вересня 2013) [Електронний ресурс]. – Режим доступу [http://mon.gov.ua/content/Osvita/post-derzh-stan-\(1\).pdf](http://mon.gov.ua/content/Osvita/post-derzh-stan-(1).pdf)



ІНТЕРНЕТ НЕБЕЗПЕКА В СЕРЕДОВИЩІ УЧНІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ

Малишко Л. Інтернет небезпека в середовищі учнів початкових класів

Анотація. У статті розкривається поняття інформаційної небезпеки, вказуються основні загрози, з якими найчастіше зустрічаються користувач в Інтернеті. Пропонується бачення дій української влади щодо захисту вітчизняного сегмента інформаційного простору. Проаналізовано дослідження зарубіжних та вітчизняних педагогів з проблем Інтернет-безпеки.

Ключові слова: глобальна комп'ютерна мережа, інформаційна безпека, соціальні інтернет-мережі, інформаційно-психологічний вплив.

Активне використання мережі Інтернет дало змогу технологічно розвиненим країнам створити світовий інформаційний простір, в якому формується, накопичується, розподіляється, передається, приймається, перетворюється та знищується інформація. Можливість підключитися до мережі не тільки через ПК, але й за допомогою мобільних телефонів сприяє цій тенденції. Інтернет надає дітям та молоді неймовірні можливості для здійснення відкриттів, спілкування й творчості.

Основним форматом спілкування в мережі Інтернет стали соціальні мережі (СМ). Феномен їх успіху на думку Левченка О.В. полягає в тому, що сьогодні для більшості користувачів Інтернету пошук співрозмовника за своїми особистими вподобаннями або інтересами набагато легше реалізувати у соціальних мережах, ніж у реальному житті, залишаючись при цьому, за бажанням, повністю або частково анонімним[1].

Соціальні мережі надають значні можливості для аналізу та прогнозування розвитку подій. Моніторинг соціальних медіа як джерел інформації дає змогу отримувати зворотний зв'язок і прогнозувати реакцію людей на ті чи інші події, знаходити і випробовувати нові способи впливу та моделювати ситуації. Тому через СМ потрібно оперативно реагувати на спроби формування негативного іміджу України та її громадян, органів державного управління, інших суспільних інститутів, викривлення та тенденційний підбір фактів історичного минулого, поширення неправдивої інформації.

Доступність до все нових видів «благ», безперервний розвиток гаджетів, спрямованих саме на розважальну складову суспільного споживання призводить до, складності в стосунках із рідними й близькими, падіння рівня емпатійності — це лише частина довгого списку, але вона окреслює негативний бік становлення сучасної української молоді в суспільстві. Всі ці чинники зумовлюють появу на тлі «старих» видів залежностей, як-от алкоголізм, тютюнопаління, вживання наркотичних речовин, «нових», що динамічно набирають обертів і стрімко розширюють свій ареал в Україні.

Метою нашого дослідження є виявлення рівня безпечного сприйняття учнями мережами Інтернет. Серед великої кількості існуючих на сьогодні соціальних мереж



необхідно відмітити такі, які завдяки накопиченому інтелектуальному потенціалу, високому професіоналізму команди розробників, створеним ними технологіям та можливості швидко розв'язувати складні проблеми, є інформаційними ресурсами, що мають значний вплив на суспільство. Найбільш відомими мережами, в яких спілкується більшість населення, у тому числі українців, є Facebook, Twitter, Live Journal, You Tube, “ВКонтакте” та “Однокласники”.

З метою виявлення рівня сформованості навичок безпеки користування Інтернетом учнями початкової школи, студентами 2 курсу природничо-географічного факультету було проведено анкетування учнів. Дослідження проводилося на базі КУ Сумська спеціалізована школа I-III ступенів №2 ім. Д.Косаренка серед учнів 3-х класів. Кількість опитаних 56 чоловік з них: 27 хлопців і 29 дівчат, віком від 8 до 10 років (38 учнів віком 8 років, 19 учнів віком 9 років, 1 учень віком 10 років). Використовувалася авторська анкета з закритими запитаннями та методи математичної статистики для аналізу отриманих даних.

Відповіді учнів початкових класів на запитання: «В яких соціальних мережах ти зареєстрований» дали наступні результати (рис. 1).

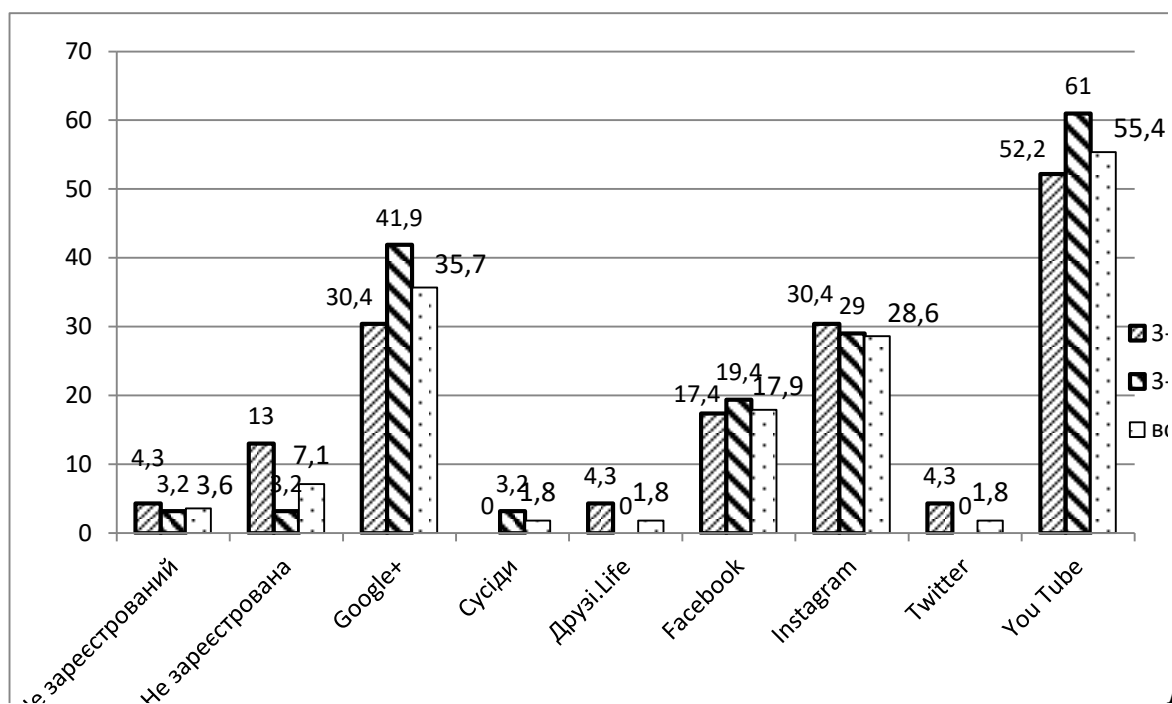


Рис. 1. Відповіді учнів на запитання: в яких соціальних мережах ти зареєстрований

Бачимо, що відповіді на дане запитання відобразили, якій із соціальних мереж діти більше дають перевагу. Найбільш популярний серед учнів це You Tube він склав 55,4%, друге місце займає Googl+ 35,7%, третє місце Instagram 28,6%, і учні які не зареєстровані взагалі 10,7% . Отже, можемо спостерігати, що більша половина дітей зареєстровані в соціальних мережах. Відповіді учнів початкових класів на запитання: «У соціальних мережах ти підписаний під справжнім ім'ям?» представлені на (рис. 2.).

Як бачимо, 46,4% учнів знають правила безпеки при реєстрації в соціальній мережі і не вписують справжні ім'я для особистого захисту. Але і великий відсоток учнів відповіли «ні» 39,3% це не є добрим показником. Можемо припустити, що причина тому є вік і не усвідомлення значення Інтернет-безпеки.



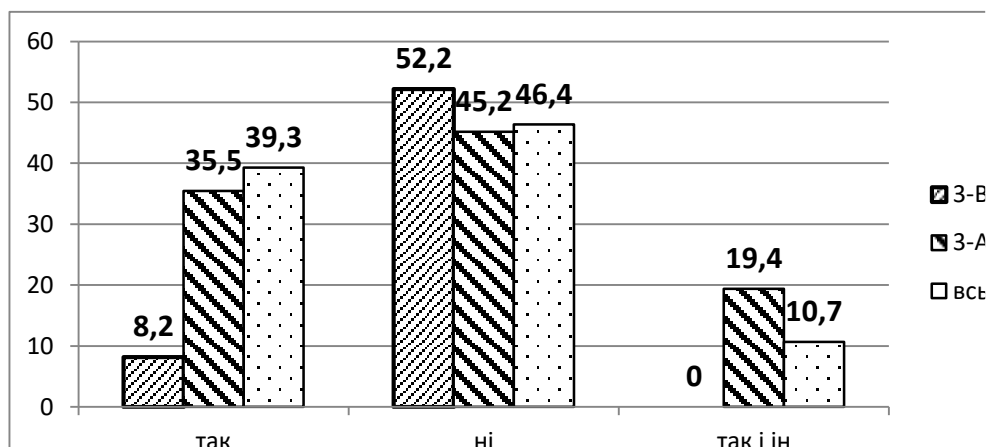


Рис. 2. Відповіді учнів на запитання: у соціальних мережах ти підписаний під справжнім ім'ям?

Відповіді учнів початкових класів на запитання: « Чи однакові паролі у твоїх соціальних мережах?» представлені на рисунку 3.

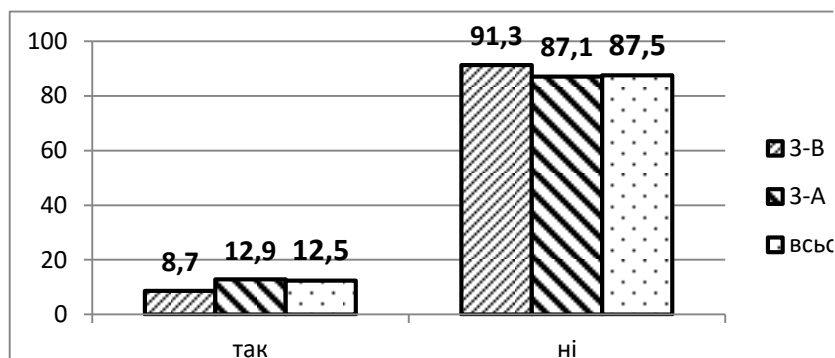


Рис. 3. Відповіді учнів на запитання: чи однакові паролі у твоїх соціальних мережах?

Отже, як бачимо 87,5% учнів користуються правилами безпеки і поведінням інформації своїх особистих даних. Але на жаль великий відсоток і відповіді «так», що на нашу думку це не являється добрим, можемо лише вважати, що 12,5% чунів не усвідомлюють на скільки важливо берегти дані особливо паролі до різних мереж.

Отже, отримані теоретичні та експериментальні дані надають можливості зробити певні висновки: 1) при вивченні проблеми інтернет-безпеки в середовищі учнів початкової школи ми виявили деякі відмінності безпечної поведінки між учнями двох 3-х класів, згідно отриманих результатів, ми бачимо, що більшість учнів 3-х класів дотримуються правил поведіння в соціальних мережах; 2) найбільшу перевагу учні відають You Tube він склав 55,4%; 3) майже половина учнів підписуються в соціальних мережах не під справжнім ім'ям 46,4%; 4) більшість дітей початкових класів дотримують правил безпеки щодо захисту даних в мережі Інтернет.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні проблеми інформаційної безпеки України. Аналітична доповідь УЦЕПД // Національна безпека і оборона. – К. , 2001. – №1. – С. 2-59.
2. Гавловський В. Інформаційна безпека: захист інформації в автоматизованих системах/ В. Гавловський // Правове, нормативне та метрологічне забезпечення системи захисту інформації в Україні. – К. , 2000. – №1. – С. 50-53.



МЕДІАГРАМОТНІСТЬ УЧНІВ – ОСНОВА БЕЗПЕКИ В ІНТЕРНЕТІ

Старинська Н. О. Медіаграмотність учнів – основа безпеки в Інтернеті

Анотація. У статті розглядаються проблема стану сформованості медіаграмотності учнів, а саме безпека поведінки дітей в медіапросторі. Проаналізовано дослідження зарубіжних та вітчизняних педагогів з проблем кібербезпеки, запропоновано до уваги результати дослідження стану сформованості медіаграмотності в школі №2 в початковій ланці.

Ключові слова: соціальні мережі, медіаграмотність, кібербезпека, медіапростір, медіаосвіта.

Постановка проблеми. На сьогодні Інтернет відіграє важливу роль в житті сучасної людини. Глобальна мережа Інтернет – це необмежений ресурс, який може бути використаний як для навчання, так і для відпочинку та спілкування з друзями. Для дітей віку цифрових технологій спілкування в мережі не видається чимось дивним, а тим паче – небезпечним. Вони сприймають Інтернет як частину реальності, а анонімних користувачів – як друзів. Але вміщаючи в себе великий інформаційний, навчальний та розважальний потенціал, Інтернет може бути небезпечним та становити певний ризик, особливо для дітей.

Аналіз наукових досліджень. Дослідження медіаосвіти та медіаграмотності дітей і молоді прискорено розвиваються в останні роки. Ці проблеми вивчають в Україні О. Волошенюк, В. Іванов, Т. Іванова, Л. Кульчинська, Г. Онкович, Л. Найдьонова, М. Синиця, С. Шумаєва, О. Янишин. Дослідженням проблеми від негативних інформаційних впливів займаються В. Антонов, С. Болтівець, П. Гульчак, Н. Гущина. Питання забезпечення безпеки дітей в Інтернеті вивчають В. Оржеховська, А. Кочарян, А. Журин, А. Кожухівський, О. Кузнєцова, І. Литовченко.

Метою статті є розгляд медіаграмотності учнів, як засобу формування у дітей шкільного віку навичок безпечної поведінки в інтернет-просторі, з'ясування рівня сформованості поняття кібербезпеки у школярів.

Виклад основного матеріалу. Зараз в Україні майже 22 млн. користувачів Інтернету, питання безпеки в мережі більш ніж актуальне. У цьому контексті турбота про дітей набуває більших масштабів. Якщо раніше треба було говорити з дітьми про їх безпеку на вулиці тощо, то вже давно має сенс застерігати їх від негараздів під час перебування в Інтернеті.

Інформаційна безпека стосується захисту життєво важливих інтересів людини. Неправдива, неповна, невчасна інформація може нанести шкоду. Особливо вразливі у цьому контексті діти. Вони можуть не знати, яку інформацію можна викладати в мережу, а яку не варто. Інколи школярі не можуть правильно зреагувати на матеріали з мережі з різних причин. Робота у цьому напрямку для вчителів та батьків дуже



важлива. Безконтрольний доступ до Інтернету може мати негативні наслідки для дитини.

Діти молодшого шкільного віку використовують Інтернет не лише вдома, а й у друзів та у школі. Діти від 7 до 9 років вже можуть розуміти побачене. Однак вони не вміють користуватися матеріалом, який пропонує Інтернет, зокрема матеріалом (зображеннями, текстами або звуками), який не відповідає їхнім віковим особливостям.

Розповіді про це та пояснення різних речей, з якими діти можуть зіштовхнутися в Інтернеті, допоможуть їм стати відповідальними і спроможними працювати самостійно і безпечно в онлайні. Щоб допомогти своїм дітям, батьки можуть поділитися власними думками та досвідом щодо використання Інтернету тощо.

Ми спробували з'ясувати стан сформованості медіаграмотності учнів. Дослідження проводилося на базі Сумської загальноосвітньої школи I-III ступенів №2 у 3 класах. Загальна кількість респондентів становила 31 чоловік. Учнім було запропоновано анкети які складалися з 16 запитань, наводимо відповіді на деякі з них.

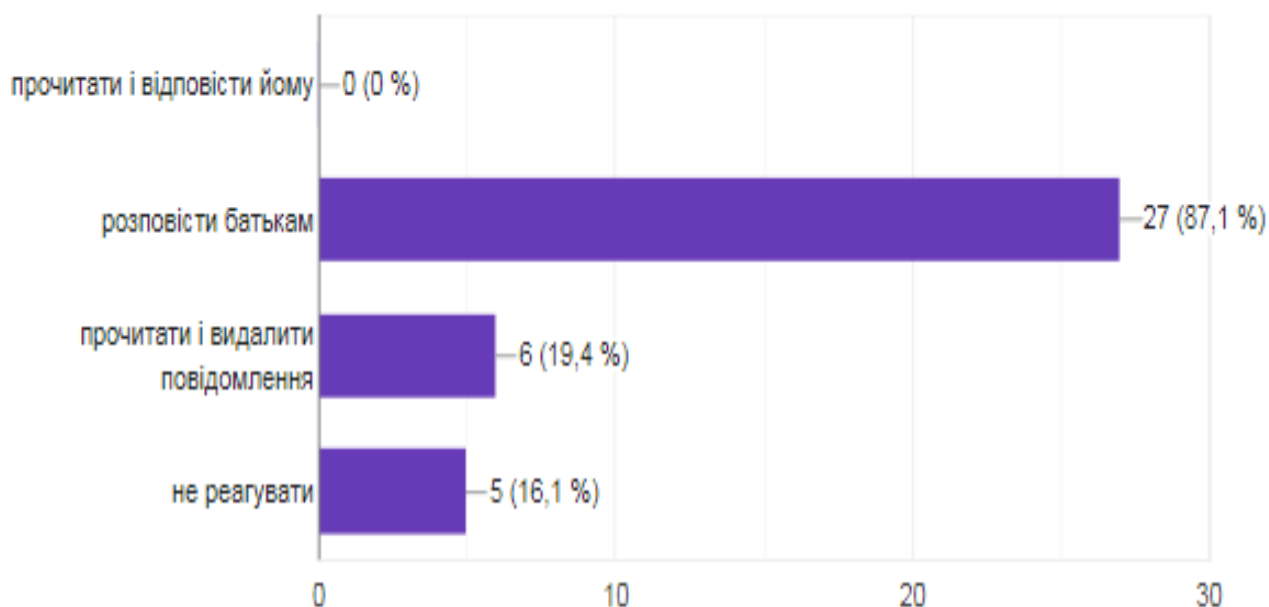


Рис.1 Діаграма відповідей учнів на запитання «Як би ти діяв, якщо б ти отримав повідомлення у Viber чи на Facebook від незнайомця?»

Досліджуючи поведінку учнів в ситуації, якщо б він отримав повідомлення у Viber чи на Facebook від незнайомця виявили, що переважна більшість школярів, а саме 27 учнів (87%) обирають повідомити батьків, інші ж учні надають перевагу інакшим методам запобігання розмови з незнайомцем. Жоден учень не обрав відповідь «прочитати та відповіси», що свідчить про обізнаність учнів щодо правил безпечної поведінки в Інтернеті.



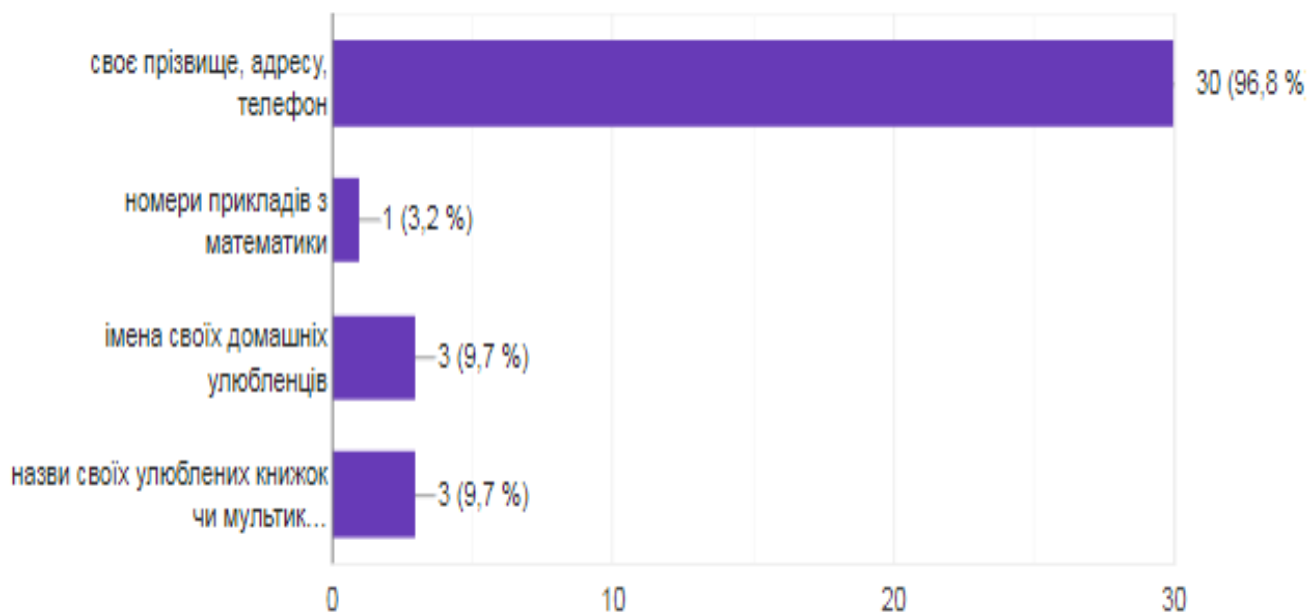


Рис.2 Діаграма відповідей учнів на запитання «Коли ти в Інтернеті, то нікому не маєш давати»

Потребує уваги той факт, що у відповіді на запитання «Коли ти в Інтернеті, то нікому не маєш давати» отримали 7 учнів (19%) які не знають правил безпечної поведінки в Інтернет-просторі. Проте 30 учнів (81%) все ж таки обізнані в тому, яку інформацію про себе можна розповсюджувати.

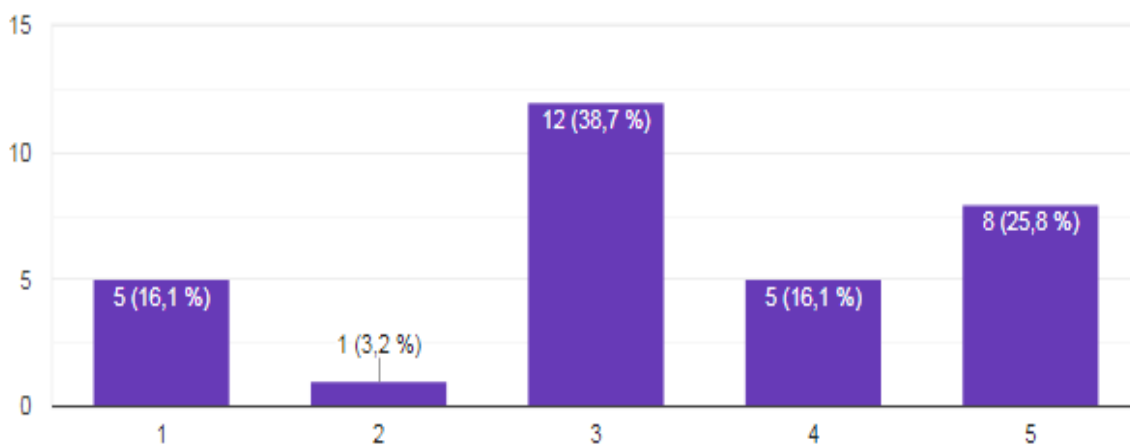


Рис.3 Діаграма відповідей учнів на запитання «Визнач в балах, наскільки безпечно ти відчуваєш себе в Інтернеті»

Можемо побачити, що відповіді учнів на запитання «Визнач в балах, наскільки безпечно ти відчуваєш себе в Інтернеті» дуже різняться, 5 учнів (16%) оцінюють своє відчуття безпеки в Інтернеті в 1 бал з 5. 12 учнів (38%) оцінюють свою безпеку в Інтернеті посередньо, а 8 учнів (25%) безпечно відчувають себе в медіапросторі.



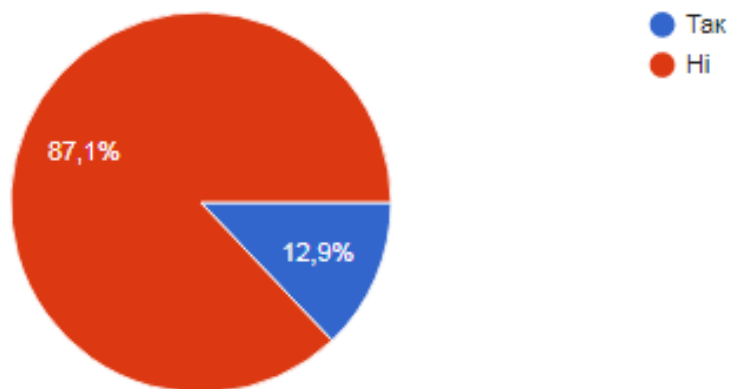


Рис.4 Діаграма відповідей учнів на запитання «Чи однакові паролі у твоїх соціальних мережах»

Переважає кількість школярів, а саме 27 учнів (87%) дають переконливу відповідь, що використовують різні паролі у своїх соціальних мережах. Та все ж 4 учні (13%) мають однакові паролі в соціальних мережах, що може призвести до негативних наслідків. Адже використання одного і того ж паролю для входу в декілька облікових записів збільшує ризик небезпеки.

Висновки. Отже, проведене анкетування дає можливість стверджувати, що більшість учнів знають правила безпечної поведінки в Інтернеті, але частина дітей недостатньо проінформовані щодо того яку інформацію про себе можна розповсюджувати, а також щодо небезпечності використання однакових паролів. Тому вчителям та батькам необхідно приділять більше уваги питанню безпеки в Інтернеті, аби убезпечити дітей від негативних наслідків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Губарова О. Безпека дітей в Інтернеті / О. Губарова // Шкільний світ. – 2011. – № 6. – С. 5-61.
2. Кочарян А.Б. Виховання культури користувача Інтернету. Безпека у всесвітній мережі: [навч.-метод. посіб.] / А.Б. Кочарян, Н.І. Гущина. – Х., 2011. – 156 с
3. Оржеховська В. Про безпеку дітей у всесвітній мережі Інтернет / В. Оржеховська // Рідна школа. - 2011. - № 6. - С. 43-45. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rsh_2011_6_8



ПРОБЛЕМА КІБЕРБЕЗПЕКИ СЕРЕД УЧНІВ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ

Дорошенко А. Ю. Проблема кібербезпеки серед учнів початкової школи

В статті розглядається проблема Інтернет-загроз, які дитина може зустріти під час роботи в мережі. Проаналізовано результати власного дослідження, щодо сформованості знань і умінь медіаграмотності учнів початкової школи. З'ясовано, що учні недостатньо обізнані про можливу небезпеку, яка чекає їх на просторах Інтернету.

Ключові слова: кібербезпека, медіаосвіта, соціальні мережі, Інтернет-загроза, інформація.

Постановка проблеми. Спілкування й оперативний обмін інформацією з використанням новітніх технологій, зокрема мережі Інтернет, забезпечує набуття важливих життєвих компетенцій, соціалізацію людини і її становлення як особистості[3]. Сучасне покоління краще адаптується до нової середовища, воно може в повній мірі використовувати всі запропоновані функції новітніх технологій. Проте так само і збільшується ризик небезпеки в Інтернет просторі. Особливо вразливими є діти у яких, ще не достатньо сформована психіка або, які не усвідомлюють небезпечність своїх дій в мережі, адже цим можуть скористатися шахраї. Тому, проблемі безпеки в Інтернеті варто приділити увагу та провести дослідження, щоб з'ясувати чи мають уявлення діти про можливу небезпеку при користуванні Інтернетом.

Аналіз актуальних досліджень. Проблема кібербезпеки вивчають такі науковці як: Пляка С. М. , Оржеховська В. , Столбов Д. В. , Варивода К.С.. Наукові дослідження інформаційної безпеки школярів проводили: Н. В. Ковальчук, Т. О. Малих, Є. Е. Серебряник, Н. І. Сатарова, Д. С. Сініцина, Г. Н. Чусавітіна.

Метою статті є дослідити знання учнів початкової школи про проблеми безпеки в Інтернеті, виявити стан їх захищеності від впливу Інтернет-простору.

Виклад основного матеріалу. За останні роки світ помітно набув розвитку, відбувся технологічний прогрес, виникло безліч медіа засобів які дозволяють без перешкод спілкуватися, отримувати необхідну інформацію. Проте, з розвитком технологій виникає і нова небезпека, тому особливо молоде покоління повинно знати як захиститися від неї. Так виникає новий термін «кібербезпека» - це застосування заходів, спрямованих на захист особистої інформації, а також вміння захистити себе від негативного впливу Інтернет-простору.

Багато сучасних школярів використовують Інтернет і навіть не замислюються над тим, яка небезпека їм може загрожувати. Так, інформація, яка містить елементи насильства, жорстокості, агресії, формує відповідні моральні якості, естетичні смаки, що моделюють поведінку підростаючого покоління. Негативна інформація впливає на ціннісні орієнтації особистості, і підлітки, у яких ще недостатньо сформована психіка, вважають, що насильство – прийнятний шлях вирішення соціальних конфліктів.[1]



Для прикладу можна навести таку гру як «Сині кити». Яка була створена з метою доведення дітей до самогубства. Останнім часом, також стала розповсюдженою гра «Момо». Ця гра орієнтується на викраденні особистої інформації з метою подальшого залякування та шантажу школяра, яке в результаті також може призвести до стресів, певних психологічних проблем або самогубства. Так, головним завданням дорослих є, як навчити дітей використовувати Інтернет правильно.

Отже, проблема безпеки потребує ґрунтовного вивчення. З цією метою в рамках навчальної практики студентів природничо-географічного факультету Сумського державного педагогічного університету ім. А. С. Макаренка, було проведено анкетування учнів початкової школи КУ Сумської спеціалізованої школи І-ІІІ ступенів №2 ім. Д. Косаренка (загальна вибірка 186 учнів), з метою виявлення їх рівня сформованості медіаграмотності. Анкета складалась з 15 питань, в яких були сформовані різні напрями дослідження медіаграмотності учнів початкової школи (соціальні мережі, Інтернет безпека, кібербулінг, медіаторчість, медіаінтереси учнів).

У даному дослідженні наведено результати анкетування учнів двох 4-их класів (загальна вибірка 54 учня). Згідно цих даних було проведено аналіз та зроблено висновки, щодо забезпечення учнями інформації про небезпеку в Інтернеті.

За результатами відповідей учнів двох 4-их класів на питання: «У соціальних мережах ти підписаний під справжнім ім'ям?», можна підрахувати: 24 учні (46%) відповіли, що підписані під справжнім ім'ям; 19 учнів (35%) стверджують, що підписані не під своїм іменем або ж мають нікнейм; 11 учнів (19%) в одних соціальній мережах використовують справжнє ім'я, а інших рейкове (Рис.1).

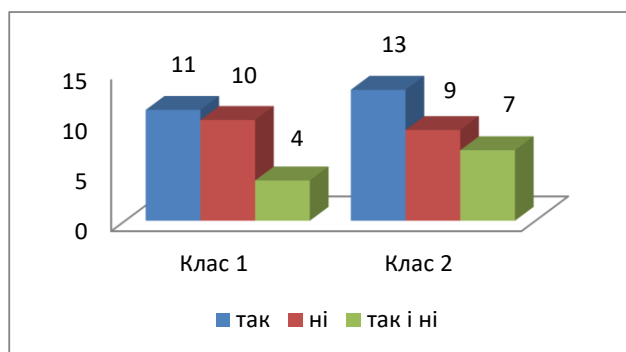


Рис.1. Відповіді учнів на запитання: «У соціальних мережах ти підписаний під справжнім ім'ям?»

Можливо, це свідчить про те, що в деяких випадках діти використовують соціальну мережу таємно від інших або ж знають про можливу небезпеку в Інтернеті. Відповіді учнів на питання: «Яку інформацію не варто надавати в Інтернеті?» (Рис.2), мають спільні закономірності. Так, аналізуючи дану діаграму, можна побачити, що діти з обох класів приблизно однаково відповіли на поставлене питання. Більшість школярів двох класів 36 учнів (68%) знають, що не можна розміщувати прізвище, адресу та



телефон в Інтернет-мережі, та, на жаль, 17 учнів (32 %) погано обізнані про дотримання правил поведінки в Інтернеті, що можливо свідчить про недостатню виховну роботу вчителів, або малу зацікавленість цією проблемою батьків.

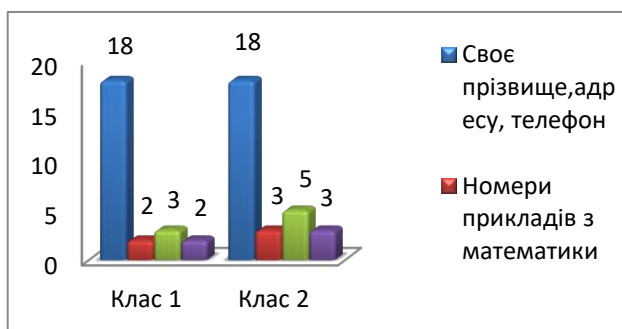


Рис.2. Відповіді учнів на запитання: «Яку інформацію не варто надавати в Інтернеті?»

У наступному запитанні, ми запропонували учням позначити на шкалі наскільки безпечно вони відчують себе в Інтернеті (Рис.3).

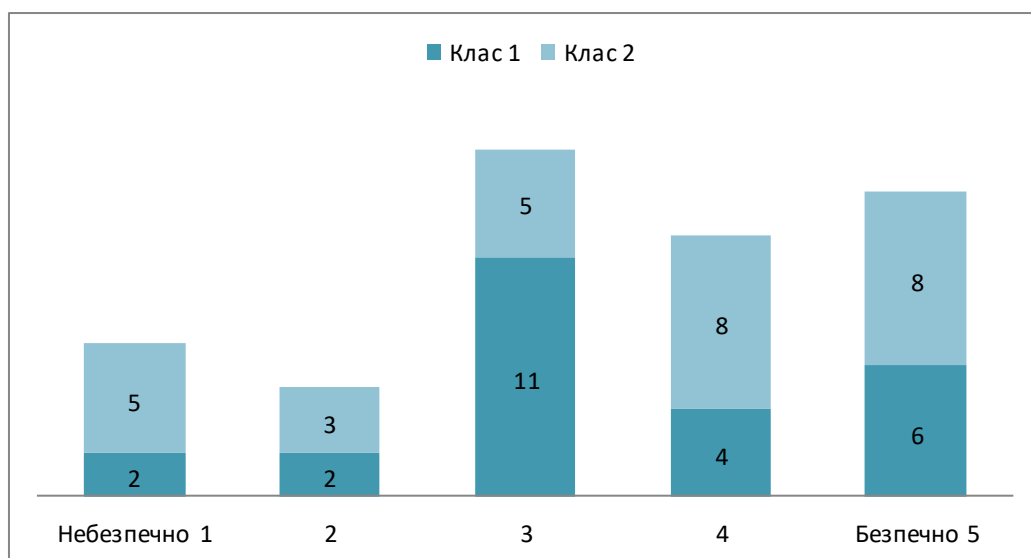


Рис. 3. Відповіді учнів на питання: «Визнач в балах, наскільки безпечно ти відчуваєш себе в Інтернеті»

Дані діаграми (за шкалою 1 та 2), показують, що сумарно у двох класах 12 учнів (23%) вважають простір Інтернету небезпечним і відчувають себе там не комфортно. Для 44 учнів (77%) (за шкалою 3,4 та 5) Інтернет є місцем де вони можуть відчути себе в безпеці. Це означає, що саме в Інтернеті діти отримують необхідне їм спілкування, відчувають себе частиною групи або ж так вони знаходять певну віртуальну свободу.

Аналізуючи відповіді учнів на питання: «Якщо б ти отримав повідомлення у Viber чи на Facebook від незнайомця ти би як діяв?», можна спостерігати, що результати анкетування обох класів показали, що сумарна більшість 35 учнів (65%) про повідомлення розповіли б батькам; 8 учнів (15%) просто прочитали б і видалили



повідомлення; 5 учнів (9%) взагалі б не реагували; 6 учнів (11%) прочитали та відповіли б на повідомлення від незнайомця (Рис.4).

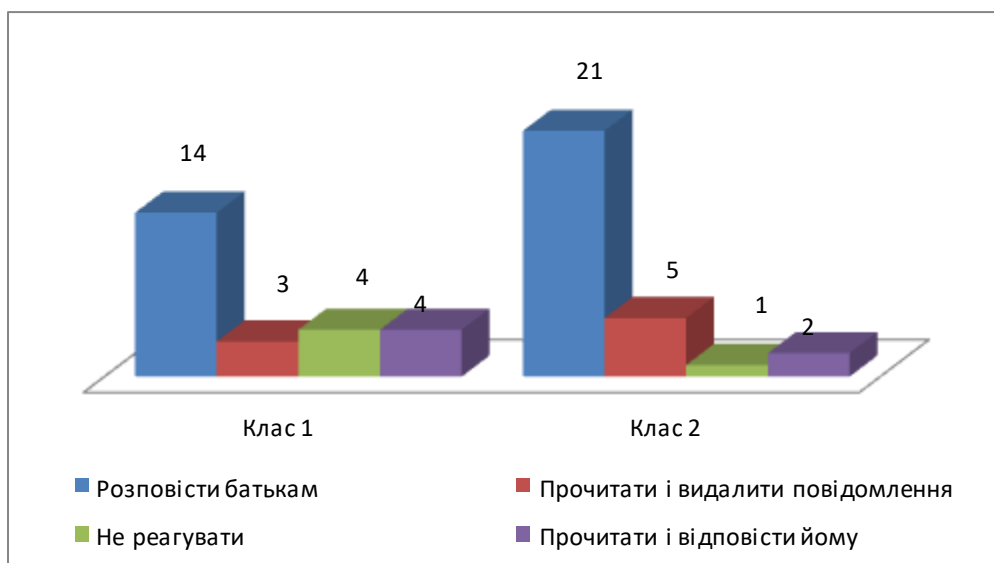


Рис. 4. Відповідей учнів на запитання: «Якщо б ти отримав повідомлення у Viber чи на Facebook від незнайомця ти би як діяв?»

Можливо це свідчить про те, що частина учнів не обізнана, як необхідно чинити в таких ситуаціях. Але для остаточної відповіді необхідно провести додаткові дослідження з вивчення цієї проблеми.

Висновок. За результатами проведеного аналізу можна сказати, що деяким учням не вистачає знань про правила безпеки в Інтернеті. Тому, основною проблемою як батьків так і вчителів є, як захистити дітей від шкідливого впливу негативної інформації. Виникає потреба у цілеспрямованих діях щодо формування у школяра знань, умінь та навичок – знань щодо сутності Інтернет-загроз та шляхів їх уникнення, умінь визначення загроз та прийняття правильних рішень; уміння встановлювати додаткові програмні засоби, які здатні відслідковувати несанкціоноване втручання в роботу комп'ютера; уміння визначати корисність додаткових програм, які нав'язуються при завантаженні Інтернет-сторінок. Є необхідність у проведенні виховних заходів з цією метою, цікавитися життям дитини, слідкувати який контент вона використовує та як поводить себе в Інтернет-просторі. Дотримання цих порад допоможе захистити дитину від небезпеки у віртуальному світі.

Список використаних джерел

1. [Варивода К. С.](#) «Інформаційна безпека підлітків в Інтернет мережі» / К. С. Варивода // [Молодий вчений](#). - 2016. - № 3. - С. 365-368.
2. [Столбов Д. В.](#) «Сутність і зміст поняття Інтернет-безпеки сучасного школяра» / Д. В. Столбов // [Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Педагогіка. Соціальна робота](#). - 2014. - Вип. 33. - С. 187-189.
3. [Пляка С. М.](#) Напрями роботи класного керівника щодо безпеки дітей в глобальній мережі Інтернет / С. М. Пляка // [Комп'ютер у школі та сім'ї](#). - 2011. - № 8. - С. 38-39.



ІНТЕРЕСИ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ В РЕАЛЬНОМУ ЖИТТІ І МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Захарченко Т. І. Інтереси молодших школярів в реальному житті і мережі Інтернет
Анотація. У статті висвітлюються результати дослідження рівня сформованості медіаграмотності учнів початкової школи, описано результати емпіричного діагностичного дослідження інтересів молодших школярів в реальному житті та їх вподобання в мережі Інтернет.

Ключові слова: медіаграмотність, інформаційний простір, діагностика медіаграмотності.

Постановка проблеми. Виховання сучасних дітей зазнає суттєвого впливу від медіа контенту, який споживають учні. На взаємодію з різноманітними медіа припадає вагома частка вільного часу молодших школярів, чим зумовлюється їх значний вплив на всі сфери їх життя, життєві і пізнавальні інтереси. Поряд з тим практично кожного уроку вчителі звертаються до книжок, статей у періодиці, кіно- чи мультфільмів, відеороликів, фотографій, малюнків, інфографіки тощо для пояснення певних тем. Учні також звертаються до цих же медіа продуктів, коли готують домашні завдання, виконують проектні роботи, застосовують під час проведення дозвілля.

Відтак постає гостра потреба дослідження особливостей розподілу реальних і віртуальних інтересів учнів 3-4 класів, одним з головних завдань якої полягає в запобіганні вразливості людини до медіа-насилства і медіа-маніпуляцій, втечі від реальності в лабіринти віртуального світу, поширенню медіа-залежності.

Аналіз актуальних досліджень. Дослідження медіаосвіти та медіаграмотності дітей і молоді прискорено розвиваються в останні два десятиріччя. Ці проблеми вивчають в Україні О. Волошенюк, В. Іванов, Т. Іванова, Л. Кульчинська, Г. Онкович, Л. Найдьонова, М. Синиця, С. Шумаєва, О. Янишин тощо, у зарубіжних країнах – А. Анджеевська, Ю. Беднарек, Я. Гайда, А. Лепа, Я. Морбітзер, Ф. Рогоу, Б. Семенецький, Д. Семенецька, М. Танась, С. Шейбе тощо.

Мета статті – узагальнення результатів діагностики соціальних і віртуальних інтересів молодших школярів, сформованості медіаграмотності в учнів загальноосвітніх навчальних закладів.

Виклад основного матеріалу. Із метою дослідження рівня сформованості медіаграмотності в учнів початкової школи студентами 2-го курсу Фізико-математичного факультету Сумського державного педагогічного університету імені А.С.Макаренка було проведено анкетування 3-х і 4-х класів КУ Сумської спеціалізованої школи №17. Кількість респондентів – 190 осіб.

Висвітлимо результати діагностики реальних і віртуальних інтересів учнів 3-х і 4-х класів. Інтерес (лат. interesse — бути всередині) — емоційний вияв пізнавальних



потреб людини, що реалізується у спрямованості людини на певні об'єкти, прагненні глибше і повніше їх пізнати. У психологічно-педагогічній літературі інтереси класифіковано: 1) за змістом (навчальні, громадські, наукові, читацькі, трудові та ін.); 2) за метою (безпосередні та опосередковані); 3) за широтою (широкі й вузькі); 4) за стійкістю (стійкі та нестійкі).

Пізнавальний інтерес - це активне мотивоване емоційне ставлення суб'єкта до предмета пізнання, яке має систематично враховуватись і розвиватись у процесі навчання, оскільки безпосередньо впливає на формування і розвиток особистісної спрямованості дитини [4].

На питання «В яких соціальних мережах ти зареєстрований?» учні 3-х і 4-х класів розподілили свої відповіді відповідним чином (Таблиця 1).

Таблиця 1

Узагальненні результати вивчення питання «В яких соціальних мережах ти зареєстрований?»

№	Варіанти відповідей	3-ті класи (%)	4-ті класи (%)
1	Twitter	3,6	2,25
2	Instagram	19	24,75
3	Facebook	16	17
4	Друзі.Life	2,3	0,25
5	Сусіди	1,3	0
6	YouTube	29,6	24,25
7	Google+	20,3	17
8	Viber	3,6	3
9	Like	0	3,75
10	TikTok	0	0,75
11	Telegram	0	0,25
12	Stem	0	0,25
13	Amino	0	0,25
14	Google	0	0,25
15	Месенджер	0	0,25
16	Не зареєстрований	5	0,25

Дослідження показало, що учні 3-х класів більше проводять свій вільний час з друзями, граючись на вулиці, таких серед опитаних 26,3%, ніж дивляться телевизор – 16%, проводять час в Інтернеті – 19,67%, читають книжки – 6%, читають журнали – 3%, відвідують різні секції – 15%, допомагають батькам – 9%, інше – 8%. Учні 4-х класів також більше проводять свій вільний час граючи з друзями на свіжому повітрі – 29%, а 12,25% опитаних дивляться у вільний час телевизор, 14,75% проводять час в Інтернеті, 9,25% читають книжки, 2% читають журнали, 19% відвідують різні секції, 14% допомагають батькам, інше – 2,5%.



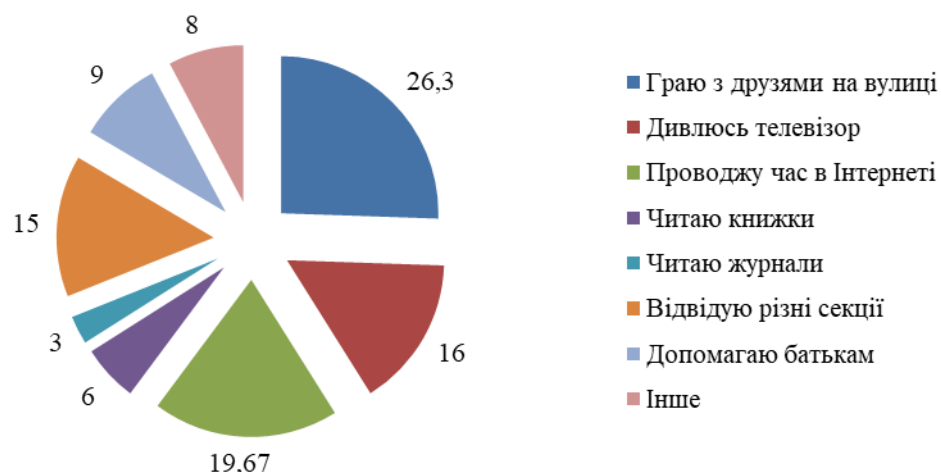


Рис. 1. Результати відповідей учнів 3-х класів на питання «Чим ти у більшості займаєшся у вільний час?»

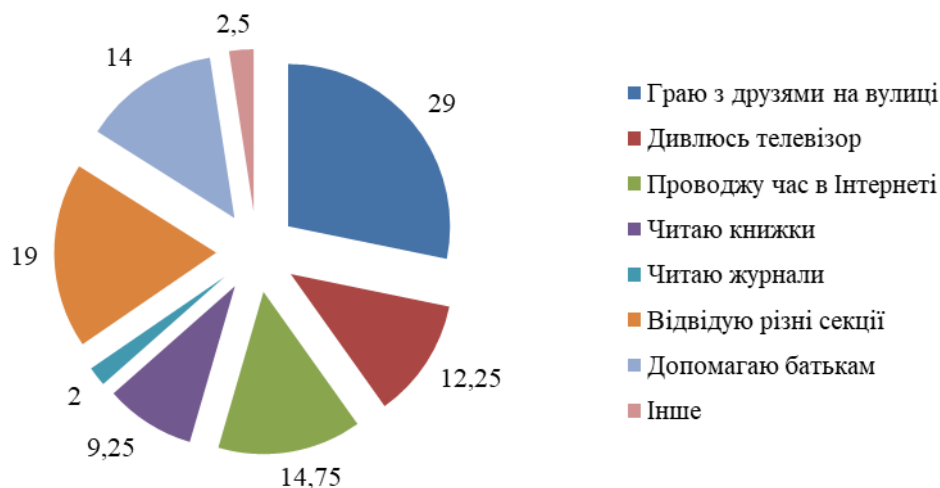


Рис. 2. Результати відповідей учнів 4-х класів на питання «Чим ти у більшості займаєшся у вільний час?»

Отже, аналізуючи наведені дані, можна зробити висновок, що учні 3-х так і 4-х класів вважають за потрібне більшу частину свого вільного часу проводити з друзями на свіжому повітрі, аніж витратити свій час на Інтернет, телебачення, засоби масової інформації, на допомогу батькам. Але з результатів дослідження можна побачити, що учні все ж таки у вільний час одне з найвищих місць віддають Інтернет користуванню. Звідси виникла необхідність проаналізувати питання про те, що саме учні початкової школи роблять у мережі Інтернет.

На питання «В Інтернеті ти?» учні 3-х класів розподілили свої відповіді відповідним чином (Таблиця 2).

Таблиця 2

Зведені результати вивчення інтересів учнів 3-х і 4-х класів в мережі Інтернет

№	Варіанти відповідей	3-ті класи (%)	4-ті класи (%)
1	Спілкуєшся з друзями	14	18
2	Ведеш свій блог	9	7,5



3	Дивишся різні шоу-програми	15	12,5
4	Читаєш і створюєш пости	7	5,25
5	Шукаєш інформацію	12	13,75
6	Слухаєш музику	16,67	18,25
7	Дивишся мультфільми	15	8,75
8	Переглядаєш різні соцмережі	4,67	7,5
9	Цікавишся новинами науки	5,33	3,75
10	Інше	2,33	3,75

Аналізуючи отримані результати, можна зробити висновок, що учні 3-х і 4-х класів у більшості звертаються до мережі Інтернет за прослуховуванням музики. Учні 4-х класів, на відміну від 3-х класів, менш за все звертаються до Інтернету за новинками в науці та переглядом розважальних програм, у тому числі мультиків. А третьокласники, на відміну від учнів 4-х класів, дещо менше звертаються до мережі Інтернет з метою знайти навчальну інформацію.

Висновки. Проведене анкетування дає можливість стверджувати, що медіаосвіта має стати невід’ємною складовою освітньо-виховного процесу дітей та молоді, оскільки медіаджерела та медіапростір визначають сферу інтересів учнів, їх вподобання. Інтеграція медіаосвіти в шкільні предмети молодшої школи, особливо у громадянознавчий курс «Я у світі», впливатиме на формування громадянської, соціальної та медійної компетентності учня/учениці, а саме: вміння критично мислити; навичок пошуку, аналізу та оцінювання інформації, тверезого ставлення до медіаповідомлень на основі вивчення джерел. Учні зможуть вже з молодшого шкільного віку шукати та перевіряти інформацію, аналізувати вплив медіатекстів та створювати їх.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. – <http://balakliya-school2.edu.kh.ua>
2. Медіаграмотність у початковій школі: посібник для вчителя / Волошенюк О. В, Ганик О.В., Голощапова В. В, Дегтярьова Г.А, Іванова І. Б., Кожанова А. Ю., Пиза Г. Ю., Шкребець О. О, Янкович О. І. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. – Київ : ЦВП, АУП, 2018 — 234 с.
3. Медіаграмотність та критичне мислення в початковій школі: посібник для вчителя / Бакка Т., Голощапова В., Дегтярьова Г., Євтушенко Р., Іванова І., Крамаровська С., Мелешенко Т, Шкребець О. / За редакцією Волошенюк О., Дегтярьової Г., Іванова В. - К. : ЦВП, АУП, 2017 - 197 с.
4. Пізнавальний інтерес [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/psychology/28069/>
5. Рибіна Ю. О. Розвиток медіаграмотності учнів у процесі створення шкільного медіа [Електронний ресурс] / Ю. О. Рибіна // Інформаційні технології в освіті. - 2017. - Вип. 2. - С. 109-128. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/itvo_2017_2_11



П УЧНІВ ЧЕТВЕРТИХ КЛАСІВ У МЕДІАПРОСТОРІ

Кущенко В.О. Інтереси учнів початкової школи у медіапросторі

Анотація. У статті проаналізовано дослідження зарубіжних та вітчизняних науковців з проблеми дослідження медіапростору, запропоновані результати власного дослідження проблеми інтересів учнів початкової школи у медіапросторі. На основі результатів емпіричного дослідження розглядаються основні інтереси дітей в Інтернет просторі. З'ясовано, що медіапростір діти використовують для розваг, спілкування та пошуку інформації.

Ключові слова: медіапростір, медіакомунікація, інтереси, медіаінтереси, анкетування медіаграмотність, інформаційний простір, діагностика медіаграмотності.

Постановка проблеми. Світ змінюється, а разом з ним змінюються люди, їх захоплення. Науковці говорили, що діти народжені у 1946–1954 – Бебі-бумери. Оптимісти, зацікавлені в кар'єрному рості, люблять командні ігри.

Покоління Х – народжені у 1966–1976. Рано стали самостійними, прагнуть залишатися працездатними в будь-якому віці. Покоління Y – [мільеніали](#), народжені у 1977–1994. Звертають увагу на склад продуктів, часто залежні від моди. Покоління Z – центеніали, народжені в 1995–2012 (додаток 6.6). Центеніали – це діти які народилися в час Інтернету, тому багато часу вони проводять у віртуальному просторі. Їм краще спілкуватися в соціальних мережах, чим зателефонувати або поговорити при зустрічі. Інтернет має в собі велику кількість інформації та можливостей. Може активізувати пізнавальні, комунікаційні інтереси учнів, або навпаки зашкодити дитині непотрібною, небезпечною інформацією.

Відтак постає проблема у проведенні дослідження виявлення інтересів учнів у медіапросторі, а також особливості спілкування в Інтернеті (медіа комунікація).

Аналіз актуальних досліджень. Дослідженню сутності поняття «медіапростір» присвячені роботи зарубіжних вчених: Г.Зиммель, П.Бурдє, Г.Маклюен, Р.Стултс. Серед вітчизняних науковців цим питанням займалися: Є.Н. Волкова, С.В. Грицай.

Метою нашого дослідження є вивчення та аналіз інтересів і захоплень учнів 4-х класів у медіапросторі.

Виклад основного матеріалу. Світ розвивається, удосконалюється. Велике місце в житті людини займають гаджети та Інтернет. Поряд з цим виникають нові поняття, такі як «медіа», « медіапростір».

Що ж таке «медіапростір»? Поняття «медіапростір» (*Media space*) вперше в своїх роботах використали Г.Маклюен, Р.Стултс в 1980-х роках. В українській науці термін «медіа простір» з'явився пізніше в 90-х роках ХХ століття. За визначенням науковців медіа простір – це «електронні умови, в яких групи людей можуть працювати разом,



навіть якщо вони не знаходяться в одному й тому ж місці в той же час. В медіапросторі, люди можуть створювати в реальному часі візуальні та звукові середовища, які охоплюють фізично розподілені площі. Вони також можуть контролювати запис, доступ та відтворення зображень і звуків з цих середовищ» [1].

В науці є декілька підходів до визначення поняття «медіапростір»:

1. Соціологічний підход – Акцентується на соціальній природі комунікації в цілому. Медіапростір розглядається як середовище, в рамках якого відбуваються соціальні комунікації, розглядаються проблеми впливу медіапростору на суспільство. Сам медіапростір трактується як сукупність засобів соціальної комунікації, які впливають на громадську свідомість. Представниками є Г.Зиммель, П.Бурдье.

2. Психологічний – акцентується на психологічних аспектах функціонування медіапростору, розглядаються засоби психологічного впливу медіапростору на особистості. Сам медіапростір трактується як сукупність засобів психологічного впливу на особистість. Представником такого підходу є Є.Н. Волкова [2].

Світ розвивається, покоління змінюються і на зміну дітям з книгами в руках прийшли діти які знають що таке «блог», «хайп», «хештег», «селфі». Виникла проблема, що ж саме цікаве дітей в медіапросторі.

Виходячи з цього в рамках навчальної практики студентів природничо-географічного університету ім. А.С.Макаренка, було проведено анкетування учнів початкової школи Сумської спеціалізованої школи I-III ступенів № 2 ім. Д. Косаренка (загальна вибірка 186 чоловік), з метою виявлення їх рівня сформованості медіаграмотності. Анкета складалася з 15 питань, в яких були сформовані різні напрямки дослідження медіа грамотності учнів початкової школи (соціальні мережі, кібербулінг, медіаторчість, медіаінтереси).

В даному дослідженні розглянемо результати відповідей учнів четвертих класів (дані - клас 1, клас 2) загальною кількістю 53 учнів на 4 запитання анкети.

Аналізуючи відповіді на запитання «Чим ти у більшості займаєшся у вільний час?» (рис.1) отримали, що більшість дітей свій вільний час проводять в Інтернеті - 27 осіб (51%); також в класі 2 діти любляють дивитися телевізор – 15 осіб, що свідчить про те що багато дітей проводять свій вільний час в медіапросторі. Крім цього учні класу 2 відвідують різні секції – 9 осіб, що свідчить про їх зацікавленість не у віртуальному світі. А от найменше діти проводять часу з книгою та журналом (10%). Це може бути пов'язано з тим, що будь яку інформацію діти можуть отримати в Інтернеті.

Досліджуючи відсоток учнів, що зареєстровані в соціальній мережі та їх он-лайн пріоритети, ми отримали такі результати (рис.2): найбільш популярна – YouTube - 36 осіб (68%), вважаємо цей відсоток обумовлений тим, що дітям подобається створювати свої відео та переглядати роботи інших, Googl+ 23 (43%) найбільш популярна серед опитуваних пошукова система, Instagram 25 (47%), та 43% за інші соціальні мережі, такі як Viber, Like.



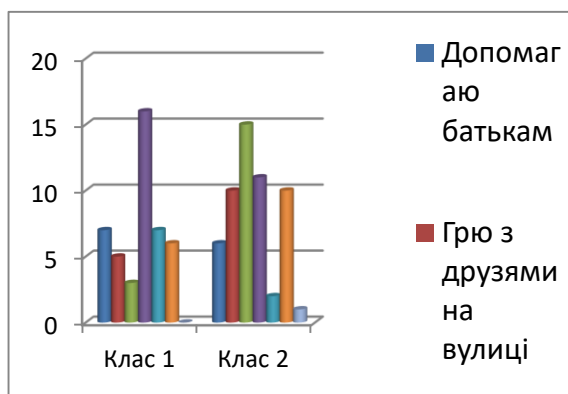


Рис.1. Відповіді учнів на запитання «Чим ти у більшості займаєшся у вільний час?»

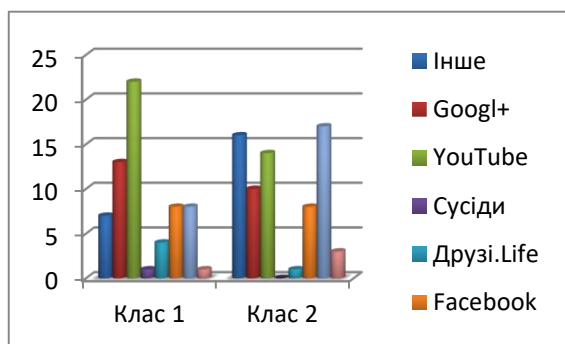


Рис.2. Відповіді учнів на запитання «В яких соціальних мережах ти зареєстрований?»



За діаграмою розподілу відповідей учнів (рис.2) можна зробити висновок, що діти люблять розважальні мережі, а також творчі, де можна показати свої таланти та креативність. Діти у більшості використовують мережу Інтернет з метою розваги, заповнення часу, відпочинку. Крім цього вони обирають соціальні мережі в яких можна спілкуватися. Майже всі опитувані обрали декілька соціальних мереж, що свідчить про їх обізнаність в медіапросторі.

Оскільки за результатами опитування виявили, що діти свій вільний час проводять в Інтернеті (рис.1), виникла необхідність проаналізувати скільки часу діти проводять в медіапросторі. За результатами дослідження видно, що більшість дітей 2 класу проводять в Інтернеті до 1 години—14, а в 1 класі з'явилися діти які проводять в Інтернеті більше 3 годин – 7 осіб. Можемо стверджувати, що отриманий результат може бути обумовлений тим, що відсоток дітей які у свій вільний час відвідують різні секції вищий у класі 2 у порівнянні з даними класу 1 (рис.1), тому у них менше залишається часу на соціальні мережі.

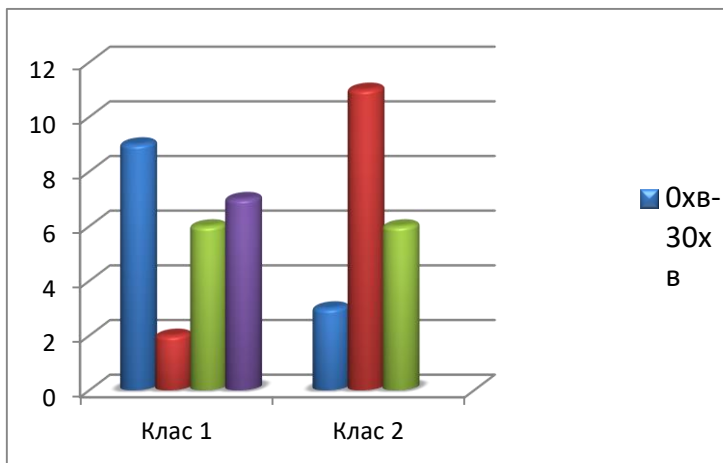


Рис.3. Відповіді дітей на запитання «Скільки часу ти проводиш в соціальній мережі?»

Особливу увагу в дослідженні ми надали вивченню того чим займаються діти в соціальній мережі. За отриманими відповідями (рис.3) більшість дітей слухають музику 32 особи (60%), багато дітей користуються мережею для спілкування –30 (57%), оскільки опитувані навчаються в школі, то їм часто доводиться шукати інформацію в Інтернеті –26 (49%). 45% учнів четвертих класів люблять дивитися мультфільми, що може визначитись впливом їхніх вікових особливостей. Всі діти обирали по декілька відповідей,тому що використовують медіапростір не лише для розваг та спілкування,а також для розвитку себе та пошуку інформації в Інтернеті для навчання.



(рис.3)

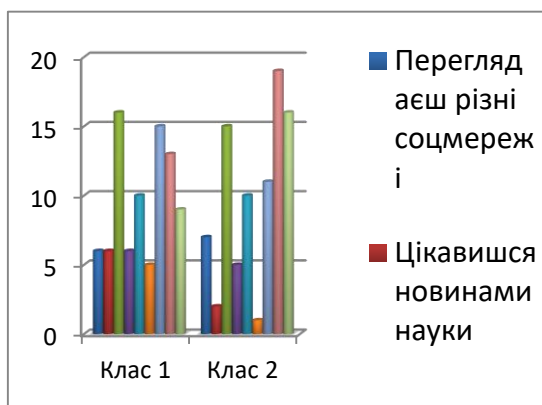


Рис.4. Діаграма відповідей учнів на запитання «В Інтернеті ти?»

Висновок. За опрацьованими результатами можна сказати, що Інтернет в житті дітей займає багато часу. Кожен його використовує по-різному, але в більшості діти використовують соціальні мережі для спілкування та відпочинку. Вони знають безліч соціальних мереж які можна використовувати для розвитку своїх здібностей, для створення свого медіапродукту. Діти слідкують за різними тенденціями в музиці та мультфільмах. В свою чергу батьки повинні слідкувати за діями дітей в соціальних мережах дітей, адже там є багато небезпек, та слідкувати за часом, який діти проводять в медіапросторі.

Список використаної літератури

1. Роберт Стюлц, Медіа-простір, Хероx PARC, 1986.
2. Грицай С. В. Визначення поняття "медіапростір" з позицій міждисциплінарного підходу / С. В. Грицай // Вісник Харківської державної академії культури. - 2012. - Вип. 36. - С. 235-243. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/hak_2012_36_27



ДОСЛІДЖЕННЯ ІНТЕРЕСІВ УЧНІВ 3-ГО КЛАСУ В РЕАЛЬНОМУ ТА ВІРТУАЛЬНОМУ СВІТІ

Лучнікова С. А. Дослідження інтересів учнів 3-го класу в реальному та віртуальному світі

Анотація. В статті представлені результати дослідження основних груп інтересів в реальному та віртуальному світі учнів початкової школи. Проаналізовано дослідження вітчизняних педагогів, щодо впливу Інтернет-мережі на особистість людини та на її інтереси. На основі вище зазначеного, запропоновано до уваги результати анкетування учнів початкової школи.

Ключові слова: медіаграмотність, соціальні мережі, інтереси.

Постановка проблеми. Упродовж останнього часу в суспільстві відбуваються кардинальні зміни, які пов'язані з розвитком інноваційних технологій та поширенням Інтернету в різних сферах діяльності людини. Відбувається витіснення звичних для людини форм та способів взаємодії із соціумом у віртуальному світі. Звичним явищем стали пошук інформації через мережу, спілкування, знайомство з новими людьми, придбання товарів тощо. Інтернет-мережа створює для людей багато різних інтересів. Багато людей проводить свій вільний час в віртуальному просторі, витрачаючи велику кількість часу на розваги. З часом люди починають бути залежними від них. Починають плутати реальний світ з віртуальним. В нас час люди звертаються до медичних фахівців, як позбавити дітей залежності від віртуального життя.

Аналіз актуальних досліджень. Досліджують психологічні особливості користувачів соціальних мереж, особливості віртуального спілкування, вплив Інтернет-мереж на особистість та на їхні інтереси вивчають такі вчені: А. Засекін, І. Лещук, А. Лучинкіна, М. Назар, Л. Найдьонова, О. Сусська, В. Фатунова, Т. Фісенко та інші.

Метою нашого дослідження є аналіз інтересів учнів в реальному та віртуальному світі.

Виклад основного матеріалу. Інтереси рухають життям людини, вони змушують особистість активно шукати способи задоволення її потреб в пізнанні. **Інтерес** – це вибіркове ставлення особистості до об'єкта в силу його життєвого значення чи емоційної привабливості [1].

Інтерес – це складна синтетична властивість, яка включає в себе:

пізнавальні процеси (якщо щось розуміє, уявляє, запам'ятовує – це щось викликає інтерес);

увагу як форму організації діяльності;

емоційні процеси (де є інтерес, там завжди виявляється емоційне ставлення).

Інтерес – це спрямованість уваги, думок, пам'яті, і ця спрямованість пов'язана з широкими людськими емоціями [1]. За А.Петровським Інтерес – це емоційний прояв пізнавальних потреб.

Види інтересів:



за предметним змістом: матеріальні, духовні та суспільні;

за тривалістю: короткотривалі та довготривалі (*матеріал з біології англійською мовою, які учень не любить; для підлітка характерні нестійкі інтереси: він шукає себе*);

за глибиною: глибокі і поверхові (дилетанти);

за широтою: широкі (до багатьох галузей пізнання) і вузькі; активні та пасивні (споглядальні); безпосередні (прямі) – до самого процесу пізнання; опосередковані (непрямі) – до кінцевого результату діяльності – отримання високого балу (інтерес до біології і укр. літ.) [1].

Отже, інтереси допомагають розкрити особистість дитини та визначити рівень її розвитку. Зміст інтересів, їх глибина, широта і стійкість – це показники рівня розвитку особистості.

У ході навчальної практики, студентами проводилось дослідження рівня сформованості медіаграмотності учнів (360 респондентів). Одним з напрямків дослідження було обрано інтереси учнів в реальному та віртуальному світі. Вибірку дослідження склали 28 учнів 3 класу комунальної установи Сумська спеціалізована школа №2 імені Д. Косаренка. Після статистичної обробки нами були проаналізовані отримані дані, на основі яких ми зробили висновки про основні інтереси учнів.

На питання «Чим ти у більшості займаєшся у вільний час?» (рис.1) 13 учнів вибрали відповідь: проводжу час в Інтернеті (46,4%). Майже така сама кількість учнів вибрала відповідь: граю з друзями на вулиці (42,9%). На третьому місці опинилась відповідь: дивлюсь телевізор (39,3%). Найменший відсоток набрали відповіді: читаю журнали (3,6%), допомагаю батькам (3,6%).

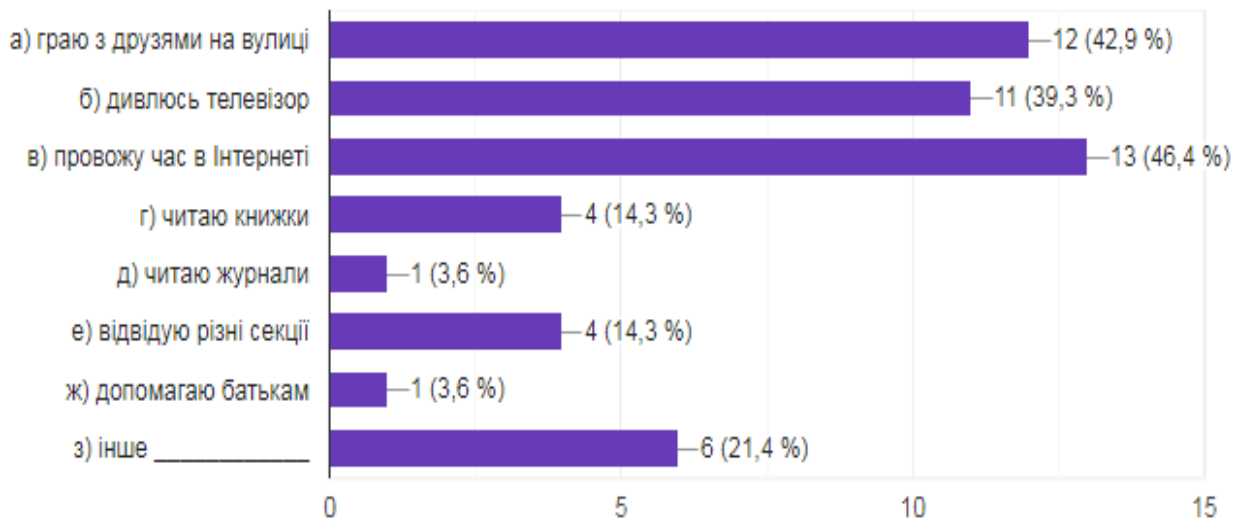


Рис.1 Діаграма відповідей учнів на запитання «Чим ти у більшості займаєшся у вільний час?»

Аналізуючи пріоритети в соціальних мережах виявили відсутність зацікавленості учнів у українських соціальних мережах (рис.2). Так зайнятості учнів у вільний час, визначили, що переважна кількість школярів, а саме 18 учнів (64,3%) є зареєстрованими в YouTube, а 11 учнів (39,3%) вибрали відповідь: Instagram. На третьому місці опинились три відповіді: Facebook (25%), Google + (25%), інший (25%). Жодної відповіді не набрав український контент: Сусіди (0%)



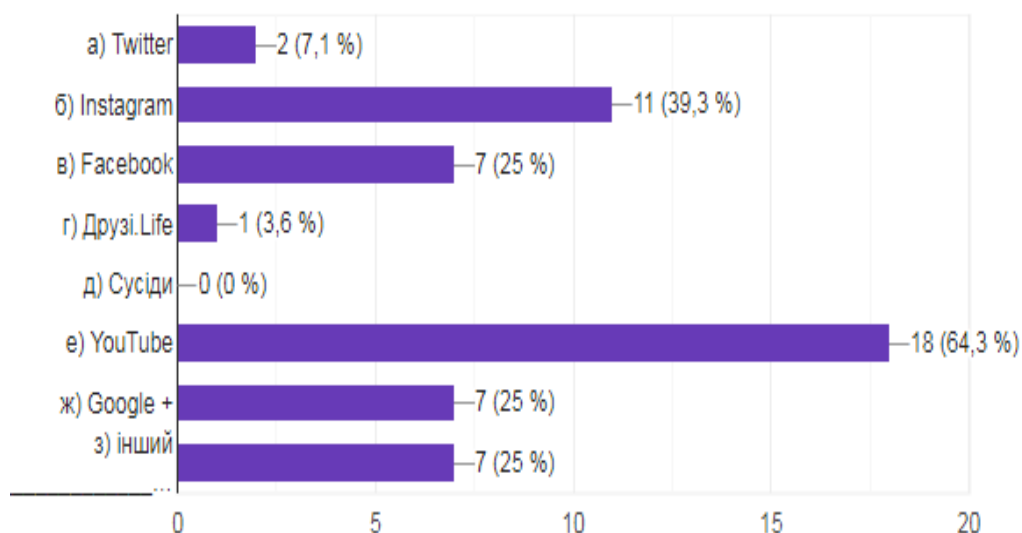


Рис.2 Діаграма відповідей учнів на запитання «В яких соціальних мережах ти зареєстрований?»

Досліджуючи інтереси учнів в мережі виявили, що більшість дітей (19 учнів), що складає 67,9% в Інтернеті слухають музику; 16 учнів вибрали відповіді: спілкуються з друзями (57,1%); дивляться різні шоу- програми (57,1%); 13 учнів (46,4%) відповіли, що в Інтернеті дивляться мультфільми.

Найменший відсоток (17,9%) набрали відповіді: читаєш і створюєш пости, переглядаєш різні соц. мережі, цікавишся новинами науки (рис.3).

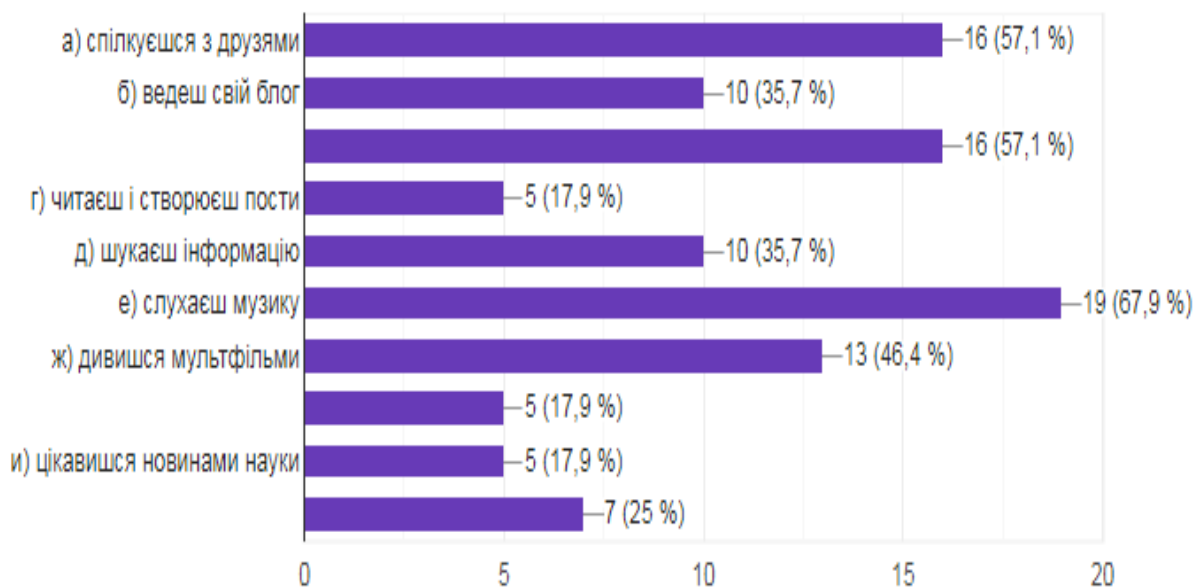


Рис.3 Діаграма відповідей учнів на запитання « В Інтернеті ти: ...»

Більшість дітей відповіли, а саме 8 учнів (28,6%), що проводять всього одну годину в соціальних мережах. Також є діти, які зовсім не проводять свій вільний час в соціальних мережах (2 учня).

Із 28 учнів виявилось, що лиш один учень проводить більше 9 годин в соц. мережах (рис.4).



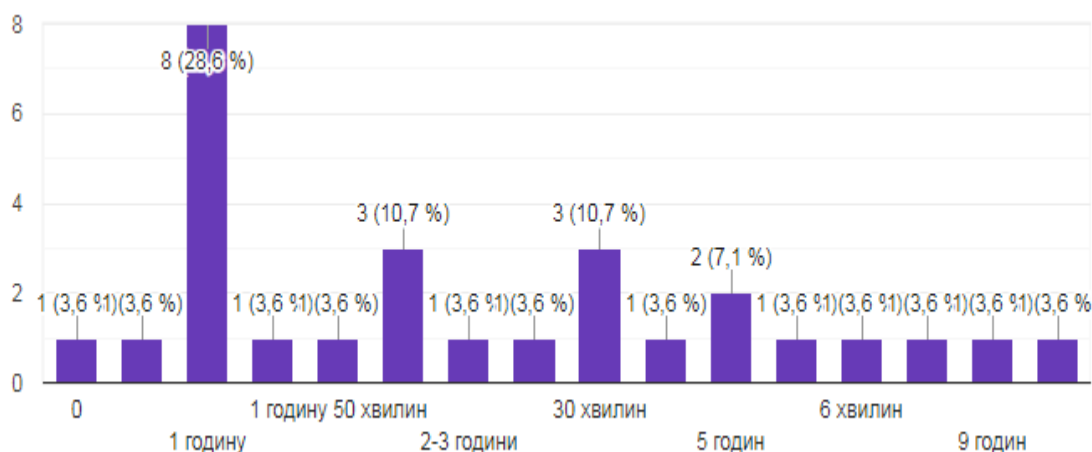


Рис.4 Діаграма відповідей учнів на запитання «Скільки часу ти проводиш в соціальних мережах?»

На запитання «Чи подобається тобі створювати медіапродукти?» переважна кількість учнів відповіла, що створювати їм не подобається (39,3%); 25 % дітей відповіли, що середньо ставляться до їх створювання; 28,6% учнів відповіли, що їм дуже подобається створювати медіапродукти (рис.5).

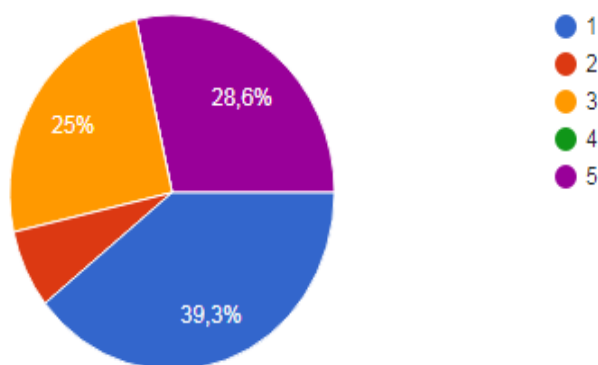


Рис.5 Діаграма відповідей учнів на запитання «Чи подобається тобі створювати медіапродукти»

Висновок. Отже, проведене анкетування показує нам, що більшість дітей віддають перевагу все ж таки віртуальному світу, ніж реальному. В Інтернет-мережі учні спілкуються з друзями, читають і створюють пости, ведуть свій блог, а також дивляться мультфільми і слухають музику. Залежність дитини від віртуального світу може привести до негативних наслідків. Діти з часом можуть зовсім втратити бажання та навички спілкуватись, грати з друзями в реальному світі. Щоб вирішити це питання, варто проводити більше цікавих, змістовних заходів під час яких діти змогли б спілкуватись між собою, вирішувати проблемні питання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Поняття про інтереси та їх види. – Режим доступу: <https://studall.org/all3-142285.html>.
2. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. – Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe



ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІЛЕЙ ЗВЕРНЕННЯ ДІТЕЙ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ ДО МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Рева Т.М. Дослідження цілей звернення дітей початкової школи до мережі
Інтернет

Стаття присвячена розгляду цілей використання дітьми початкової школи Інтернету. У статті висвітлюються результати дослідження пріоритетів видів діяльності з якими учні звертаються до ресурсів мережі Інтернет, наведено стан сформованості медіаобізнаності учнів.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаграмотність, соціальні мережі, медіапродукт, Інтернет, відеохостинг.

Постановка проблеми. Сьогодні телебачення, Інтернет, газети, журнали стали не тільки щоденним джерелом інформації, але й способом проведення дозвілля, засобом спілкування тощо. Повсякденне життя людини насичене медіатекстами, які споживаються вдома, у русі, на роботі, потужно впливаючи на всі верстви населення, передусім дітей і молодь. Разом з тим, мас-медіа несуть загрозу, оскільки людина часто є маніпульованою, витрачає багато часу, не помічаючи його плину, у пошуках "задоволень" від віртуального життя [2].

На сучасному етапі загрозу становлять прискорені темпи розвитку інформаційних технологій, які значно випереджають розроблення й упровадження виховних, уваги до питань виховання дітей, передусім учнів молодшого шкільного віку: саме в цей період закладаються основи для становлення й самореалізації особистості. Актуальність здійснення морального виховання саме в початковій школі посилюється у зв'язку з тим, що діти є особливо вразливою категорією щодо негативних впливів мас-медіа, значення яких у формуванні внутрішнього світу молодших школярів з кожним роком посилюється.

Аналіз актуальних досліджень. Дослідження медіаосвіти та медіаграмотності дітей і молоді прискорено розвиваються в останні два десятиріччя. Ці проблеми вивчають в Україні О. Волошенюк, В. Іванов, Т. Іванова, Л. Кульчинська, Г. Онкович, Л. Найдьонова, М. Синиця, С. Шумаєва, О. Янишин тощо, у зарубіжних країнах – А. Анджеєвська, Ю. Беднарек, Я. Гайда, А. Лепа, Я. Морбітзер, Ф. Рогоу, Б. Семенецький, Д. Семенецька, М. Танась, С. Шейбе тощо. Ученими обґрунтовано теоретико-методичні засади медіаосвіти: здійснено трактування основних понять; визначено цілі, завдання, концепції, функції, напрями, основні чинники генези медіаосвіти тощо [1].

Мета статті – дослідити з якою метою та з якими цілями діти початкової школи використовують Інтернет. Порівняти їх захоплення в віртуальному та реальному світах.

Виклад основного матеріалу.

З метою вивчення цілей користування Інтернетом серед школярів початкової школи було проведено анкетування учнів одного з третіх класів КУ ССШ №17. Обсяг



вибіркової сукупності 30 осіб. Дітям було запропоновано відповісти на 16 запитань різної форми. В даному дослідженні висвітливо результати та аналіз відповідей учнів на питання анкети:

- Чим ти у більшості займаєшся у вільний час?
- В яких соціальних мережах ти зареєстрований?
- В Інтернеті ти... ?

У першому питанні дітям було запропоновано з переліку справ, обрати ті якими вони займаються у вільний час. Аналізуючи результати можна зробити такі висновки: 19% дітей у вільний час грають з друзями на вулиці, 13% дивляться телевизор, 22% проводять час в Інтернеті, 11% читають книжки, 5% читають журнали, 13% відвідують секції, 14% допомагають батькам, і 3% обрали варіант відповіді «Інше» (Рис.1.).

Отже, виходячи із отриманих даних, можна зробити висновок, що для більшості дітей, проводити час в Інтернеті не є в пріоритеті. Сумно зазначити, що для невеликої частки дітей читання книжок та журналів, не є цікавим проведенням вільного часу.

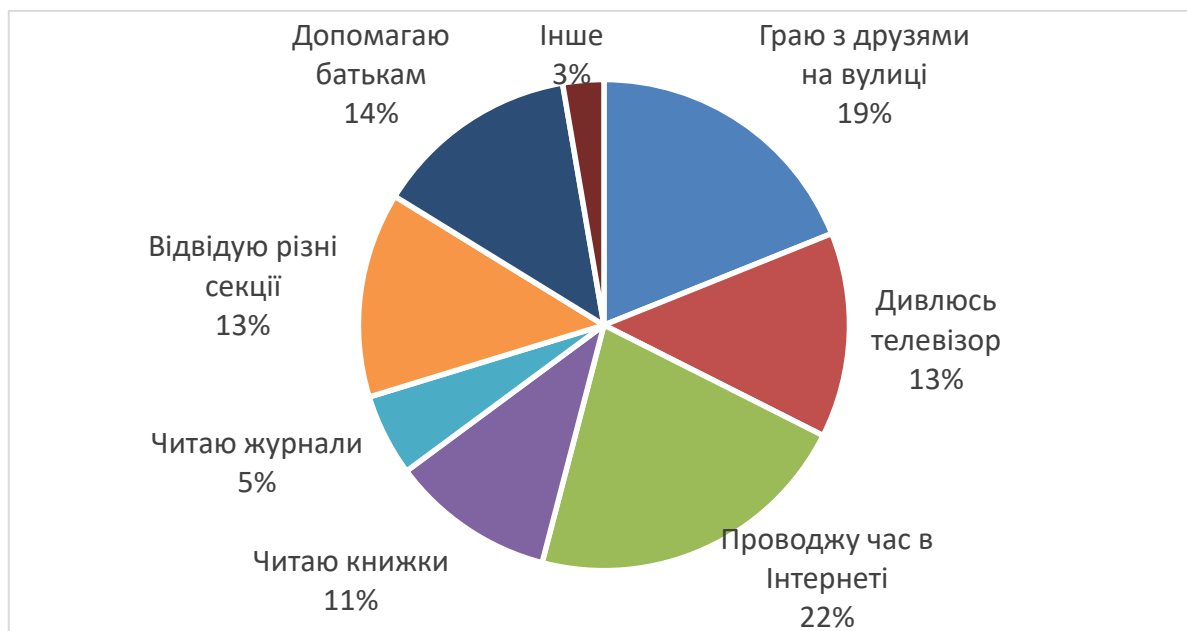


Рис.1. Результати відповідей дітей на питання «Чим ти у більшості займаєшся у вільний час?»

Другим не менш цікавим запитанням, було в яких саме соціальних мережах зареєстровані школярі. Їх було запропоновано 8 соціальних мереж, таких як Twitter, Instagram, Facebook, Друзі.Life, Сусіди, YouTube, Google+, Viber.

З отриманих даних можна зробити такий висновок: в Twitter зареєстровано лише 1% школярів, у Instagram 23%, у Facebook 11%, у Друзі.Life 3%, у соціальній мережі Сусіди 1%, у відеохостингу YouTube 32%, у Google+ 23%, у Viber 5%, і не зареєстрований взагалі 1% школярів (Рис.2.).

Отже, найбільший відсоток школярів зареєстровані у YouTube. Це не було несподіванкою. На сьогоднішній день це найпопулярніший сайт, з відеороликами, які



зацікавлюють дітей молодшої школи все більше і більше. Діти говорять про те, що люблять не тільки переглядати ролики а й вести власний блог.

Можемо передбачити, що найменший відсоток мають такі соціальні мережі як Twitter і Сусіди, оскільки дані сайти не розраховані на молодшу аудиторію, і для дітей вони є складними, не цікавими і не зрозумілими.

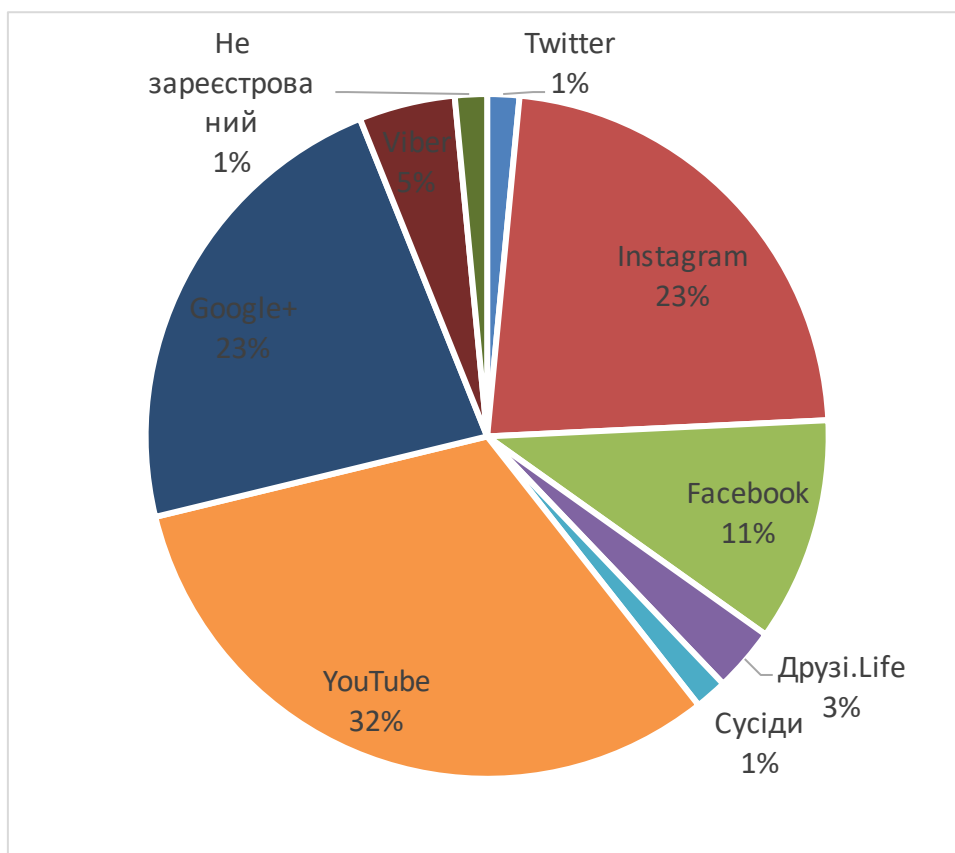


Рис.2. Результати відповідей дітей на питання «В яких соціальних мережах ти зареєстрований?»

В третьому питанні учням було запропоновано зі списку обрати те, чим вони люблять займатися в Інтернеті (Таблиця 1). Зробивши аналіз маємо такі результати: 9% учнів цікавляться новинами науки, 12% віддають перевагу спілкуванню з друзями, 12% ведуть власний блог, 16% переглядають різні шоу-програми, 6% читають і створюють пости, 15% шукають корисну інформацію, 13% слухають музику, 12% переглядають мультфільми і лише 5% переглядають соціальні мережі.

Таблиця 1

Результати відповідей дітей на питання «В Інтернеті ти?»

№	Варіанти відповідей	%
1	Спілкуєшся з друзями	12%
2	Ведеш свій блог	12%
3	Дивишся різні шоу-програми	16%
4	Читаєш і створюєш пости	6%
5	Шукаєш інформацію	15%
6	Слухаєш музику	13%



7	Дивишся мультфільми	12%
8	Переглядаєш різні соцмережі	5%
9	Цікавишся новинами науки	9%

Отже, можна зробити такий висновок, що більшість дітей в такому віці віддають перевагу спілкуванню з друзями, та розширенню свого світогляду, шукаючи корисну інформацію та цікавлячись новинами науки.

Висновки. Проведене анкетування дає можливість стверджувати, що учні недостатньо використовують можливості Інтернету в навчальному процесі, житті, а в більшості випадків з метою спілкування, розваг та особистісного розвитку. Виявляють бажання вдосконалювати свої знання за допомогою медіаосвіти. Тому, на нашу думку, необхідно підвищити рівень інформаційної та медіаграмотності учнів зніз шляхом підготовки майбутніх учителів до раціонального застосування пізнавальних медіатекстів у процесі навчання, повсякденному житті; формувати навички перевірки та критичного сприйняття інформації, отриманої з різних медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Янкович О. І. Моральне виховання учнів молодшого шкільного віку в процесі реалізації медіаосвіти [Електронний ресурс] / О. І. Янкович // Педагогічний альманах. - 2017. - Вип. 33. - С. 18-24. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pedalm_2017_33_4
2. [Медиакод. Инструкция по выживанию в медийно насыщенной среде: пособие для учителя / Перевод с англ. М. Касперович, А. Ворошиловой; ред. К. Флойд, Ю. Халлин. – FOJO: Media Institute. – 47 с].
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. – <http://balakliya-school2.edu.kh.ua>
4. Лютий В. П. Залежність від соціальних мереж як проблема сучасних студентів [Електронний ресурс] / В. П. Лютий, К. С. Коломієць // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. - 2014. - № 3-4. - С. 6-12. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VAPSV_2014_3-4_3.
5. Бешок Т. В. Діагностика рівнів сформованості медіаграмотності в учнів загальноосвітніх навчальних закладів [Електронний ресурс] / Т. В. Бешок // Молодий вчений. - 2018. - № 6(2). - С. 329-332. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_6\(2\)_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2018_6(2)_25)



СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА ІНТЕРЕСИ УЧНІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ

Диченко В.О. Соціальні мережі та інтереси учнів початкових класів

У статті висвітлюються результати дослідження інтересів учнів початкових класів, виявлення часу, який учні проводять в мережі Інтернет та пріоритетні соціальні мережі.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаграмотність, соціальні мережі, інтернет-залежність, медіапродукт.

Постановка проблеми. Для сучасних дітей та молоді медіа (особливо соціальні мережі) набагато більше, ніж прості засоби спілкування один з одним. Дітям подобається мати справу з новими технологіями, але ж не всі володіють достатніми навичками, щоб об'єктивно оцінювати істинний сенс одержуваної інформації, тому діти більш схильні до маніпуляцій свідомістю та сліпого наслідування привабливих образів. Тому дуже важливим є той факт, щоб навчити молоде покоління раціонально використовувати інформаційний простір, який ми використовуємо в повсякденному житті, щоб в учнів власноруч не розвинути залежність. Інтернет-залежність розвивається дуже швидко, про це доводять дослідження Інституту соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України, серед українських користувачів Інтернету залежними вважаються від 2 % до 6 %, абсолютна більшість серед яких – студенти. Отже, **залежності дітей від інтернету** не піддається сумніву. Вона існує за умови, якщо поведінка дитини, спрямована на досягнення почуття радості і на позбавлення від будь-якого психологічного вантажу, виходить з-під її контролю. Учні перестають контролювати свою поведінку, і не зважають на те, що після залежності є негативні наслідки.

Аналіз актуальних досліджень. Проблемою дослідження інтернет-залежності займалися такі зарубіжні вчені, як А. Войскунський, А. Голдберг, А. Єгорова, К. Янг та інші. Серед українських фахівців, що в різних аспектах досліджують феномен інтернет-залежної поведінки людини: Н. Бугайова, Г. Пілягіна, О. Чабан, Л. Юр'єва та ін.

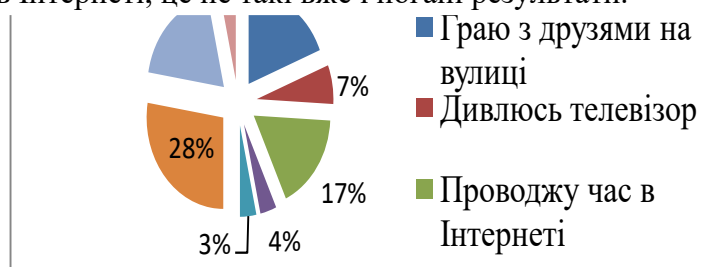
Мета статті – дослідити інтереси учнів початкових класів, виявити кількість часу, яку вони проводять в мережі Інтернет та пріоритетні соціальні мережі.

Виклад основного матеріалу. З метою вивчення феномену залежності від соціальних мереж серед учнів студентами 2-го курсу фізико-математичного факультету Сумського державного педагогічного університету ім. А.С. Макаренка було проведено опитування учнів 3-4-х класів КУ Сумська спеціалізована школа №17.

Дослідження інтересів учнів початкових класів виявило, що 19 % опитаних відповіли, що грають з друзями на вулиці; дивлюсь телевизор - відповіли 7 % учнів; 17 % респондентів дали відповідь - проводжу час в Інтернеті, читають книжки 4 % осіб, 3 % учнів читають журнали, 28 % опитуваних відвідують різні секції, допомагають батькам 19



%. Отже, з отриманих результатів можна сказати, що 17 % опитуваних, котрі проводять час в Інтернеті, це не такі вже і погані результати.



Мал.1. Результати питання «Чим ти у більшості займаєшся у вільний час?»

Опитування показало, що 26 % всіх опитаних учнів не зареєстровані в жодних соціальних мережах, та 74 % респондентів мають хоча б одну сторінку в мережі Інтернет.

З поданих нижче результатів питання «Скільки часу ти проводиш в соціальних мережах?» видно, яку кількість часу учні початкових класів проводять в мережі Інтернет з метою спілкування з іншими користувачами соціальних мереж.

Таблиця 1.

Результати відповідей «Скільки часу ти проводиш в соціальних мережах?»

№	Варіанти відповідей	%
1	0 хв. – 30 хв.	45 %
2	31 хв. – 1 год.	26 %
3	1 год. 1 хв. – 1 год. 30 хв.	7 %
4	1 год. 31 хв. – 2 год.	13 %
5	2 год. 1 хв. – 4 год.	3 %
6	більше	6 %

Отже, виходячи із отриманих даних, можна вважати, що перебування в соціальних мережах та спілкування є нормою для сучасних учнів. Для більшості учнів характерні часте проте нетривалі відвідування своїх сторінок або сторінок своїх знайомих протягом дня, яке не характерне для залежності особистості.

Одним із головних питань дослідження було питання «Чи будеш ти користуватись соціальними мережами, якщо вони стануть не безкоштовними?». Маємо такі результати: 10 % опитаних відповіли, що будуть користуватись соціальними мережами, не залежно від ціни; 13 % респондентів дали відповідь, що користуватимуться, якщо ціна буде прийнятною, 48 % учнів невпевнені у своїй відповіді; та всього 29 % впевнено дали відповідь «Ні».





Мал. 2. Результати відповіді учнів на питання «Чи будеш ти користуватись соціальними мережами, якщо вони стануть не безкоштовними?».

Проте звичка систематично відвідувати власну сторінку в соціальній мережі, бажання постійно перебувати у взаємодії з представниками своєї віртуальної спільноти, віддання переваги віртуальному спілкуванню над реальним не свідчить про те, що користувачі мають Інтернет залежність.

При визначенні залежності від соціальних мереж ми виходили з того адикція є станом особистості, формуванням у неї стійкої надмірної емоційної прив'язаності до певної активності, внаслідок чого особа втрачає здатність свідомо контролювати її частоту, тривалість й інтенсивність та узгоджувати її з іншою життєво важливою діяльністю [2, с.9]. Адикція проявляється в постійному або періодичному переживанні особою невтримного і невгамованого потягу до певної активності і призводить до її здійснення у таких межах, які мають руйнівний, деструктивний характер.

Таким чином залежність від соціальних мереж можна визначити як вид адикції стан особистості, що характеризується нав'язливим прагненням до маніпулювання власними даними та взаємодії з іншими користувачами в соціальній мережі та нездатністю контролювати тривалість та інтенсивність даної активності й узгоджувати її з іншою життєво важливою діяльністю, незважаючи на можливі негативні наслідки.

Висновки. Отже, проведене анкетування дає можливість стверджувати, що більшість учнів не мають інтернет-залежність, що є позитивним фактом до їхнього розвитку. Але учнів необхідно вчити розрізняти отриману інформацію правдиву від неправдивої, навчити аналізувати маніпулятивні впливи користувачів по той бік монітору і т.д. Тому необхідно підвищити рівень спілкування учнів у соціальних мережах.

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

1. Интернет-зависимость: психологическая природа и динамика развития [Текст] / Ред.-сост. А. Е. Войскунский. – М. : Акрополь, 2009. – 279 с.
2. Лютий В. П. Залежність від соціальних мереж як проблема сучасних студентів [Електронний ресурс] - 2014. - № 3-4. - С. 6-12. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VAPSV_2014_3-4_3.
3. Малєєва Н. С. Залежність від соціальних мереж як соціально-психологічний феномен [Електронний ресурс] - 2015. - Т. 20, Вип. 3(1). - С. 62-70. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_psi_2015_20_3\(1\)_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_psi_2015_20_3(1)_9)



ІНФОРМАЦІЙНІ ЗАГРОЗИ І СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

Круподеров С. А. Інформаційні загрози і соціальні мережі

Анотація. У статті розглядаються проблеми інформаційних загроз та комплекс питань, пов'язаних з інформаційною безпекою учнів початкових класів. Окреслено основні проблеми навчання захисту від негативних інформаційних впливів, забезпечення інформаційно-психологічної безпеки особистості. Запропоновано методи медіаосвіти, які сприяють реалізації захисної функції критичного мислення учнів, що розраховані на практичне застосування в сучасних загальноосвітніх навчальних закладах. Схарактеризовано використання аналізу медіатекстів: контент-аналіз; сюжетний або розповідний аналіз; аналіз стереотипів; аналіз персонажів; автобіографічний (особистісний) аналіз; ідентифікаційний аналіз

Ключові слова медіаграмотність, засоби масової інформації, медіатекст, соціальні мережі

Постановка проблеми. Сьогодні телебачення, Інтернет, газети, журнали стали не тільки щоденним джерелом інформації, але й способом проведення дозвілля, засобом спілкування тощо. Повсякденне життя людини насичене медіатекстами, які споживаються вдома, у русі, на роботі, потужно впливаючи на всі верстви населення, передусім дітей і молодь. Зі стрімким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) і мас-медіа в сучасному світі виникає необхідність у цілеспрямованій підготовці особистості до вмілого і безпечного користування ними. Відтак перед освітянами постає гостра потреба у впровадженні медіаосвіти, одне з головних завдань якої полягає в розвитку медіаграмотності учнів. По-перше, з метою захисту від шкідливого медіавпливу необхідно озброїти їх знаннями та навичками для критичного сприйняття й аналізу медіаповідомлень. По-друге, для залучення молодого покоління до життя громадянського суспільства та творчої самореалізації учнів потрібно навчити створювати власну медіапродукцію [2].

Актуальність дослідження зумовлена надзвичайною силою впливу, що здійснюють медіа-технології як провідний засіб інформаційного метаболізму в суспільстві. Медіа, телебачення, комп'ютерні техніки, чисельні друковані видання стали вірним супутником кожної сучасної людини. Вони відіграють велику роль у вихованні, навчанні, культурному розвитку підростаючого покоління, активно беруть участь у процесах управління, у формуванні суспільної думки. Як би критично суспільство не оцінювало якість телевізійної, кінематографічної, друкованої продукції, більшість людей, а також діти є активними її глядачами, читачами, користувачами.

Наукою доведено, що інформаційне середовище не лише позитивно впливає на формування світогляду, цінностей, пріоритетів дітей та молоді, а й здійснює негативний вплив на здоров'я. Надмірне захоплення засобами масової комунікації негативно впливає на зір, психологічний та фізичний стан учнів (А. Бандура, Д. Ельконін). Учені зауважують на особливу небезпеку, пов'язану з впливом медіа-



технологій у дитячому віці, зокрема для дошкільників і молодших школярів (Я. Довгополова, О. Малахова). По-перше, молодший шкільний вік – важливий період активного інтелектуального, фізичного та психоемоційного розвитку дитини. По-друге, практика засвідчує, що молодший шкільний вік є найбільш сприятливим для формування внутрішньої спрямованості, залучення до загальнолюдських цінностей, оцінки етичних вчинків людей, формування довірчих стосунків з педагогом.

Учені підкреслюють важливість вікового розвитку молодших школярів як періоду «вбирання», періоду ширшої зацікавленості, схильності до наслідування. По-третє, психологи підтверджують, що величезна доля у становленні особи дитини припадає на її його молодші шкільні роки (Л. Божович, Д. Ельконін, Е. Еріксон, І. Кулагіна). Тому так важливо, особливо в молодшому шкільному віці, додати стосункам дітей та дитячим взаєминам дух доброзичливості, розвивати у дітей прагнення і уміння допомагати як старшим, так і один одному.

Мета статті. Метою цієї роботи є узагальнення результатів діагностики сформованості навичок медіазахисності учнів загальноосвітніх навчальних закладів в соціальних мережах.

Виклад основного матеріалу. Концепція дослідження охоплювала два напрями: виявлення переліку мереж де зареєстровані учні початкових класів та дослідження реакції дітей на можливі загрози в мережах. Тому дітям четвертого класу, загальною вибіркою 29 чоловік (18 дівчаток та 11 хлопчиків, середній вік 10 років) запропонували пройти анкетування (анкета розміщена у підрозділі 2.4.1.), результати якого описані нижче.

Відповіді учнів на запитання анкети «В яких соціальних мережах ти зареєстрований?» подані на малюнку 1.

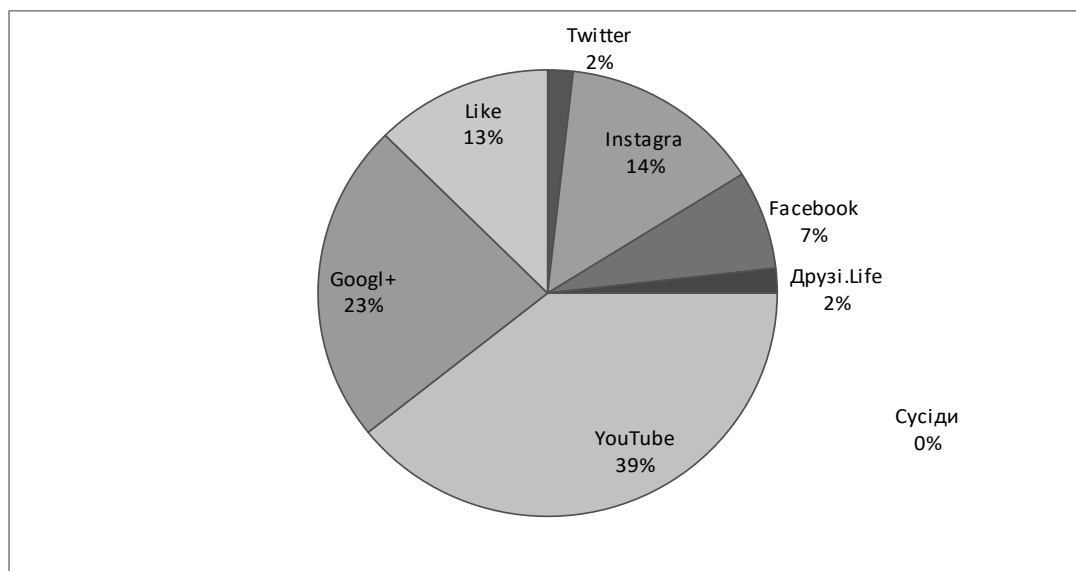


Рис.1. Результати відповіді учнів на питання «В яких соціальних мережах ти зареєстрований?»

За даними опитування найпопулярнішою соціальною мережею серед учнів 4-го класу є YouTube -39%, на другому місці Google - 23% ,на третьому місці - Instagram -



14%. З результатів можна сформулювати висновок : Першість займають мережі не зовсім пов'язані із спілкуванням ,але які існують для задоволення власних потреб.

Дізнавшись в яких соціальних мережах діти зареєстровані поставили завдання з'ясувати результати відповіді на питання: «Скільки часу ти проводиш в соціальних мережах?» (рис.2). Згідно результатів анкетування найбільш поширеною відповіддю є - перебування в соціальній мережі менше 1 години - 37%, на другому місці - не більше 2 годин - 25%, третім результатом виявилась відповідь - не більше 4 годин - 17%. Першість 37% (1 година на день) на нашу думку може бути пов'язане з батьківським контролем, батьки намагаються відсторонити своїх дітей від поганого впливу Інтернет середовища.

Однак і були учні яким дозволено проводити весь свій вільний час в соціальних мережах - таких 17% . Такі діти відчують себе більш відкрито, неначе їм все дозволено,під час власного спостереження спостерігав ,що замість зосередження на навчальному матеріалі під час уроку, вони неначе "літають" у власних думках ,та намагаються непомітно дістати телефон на уроці.

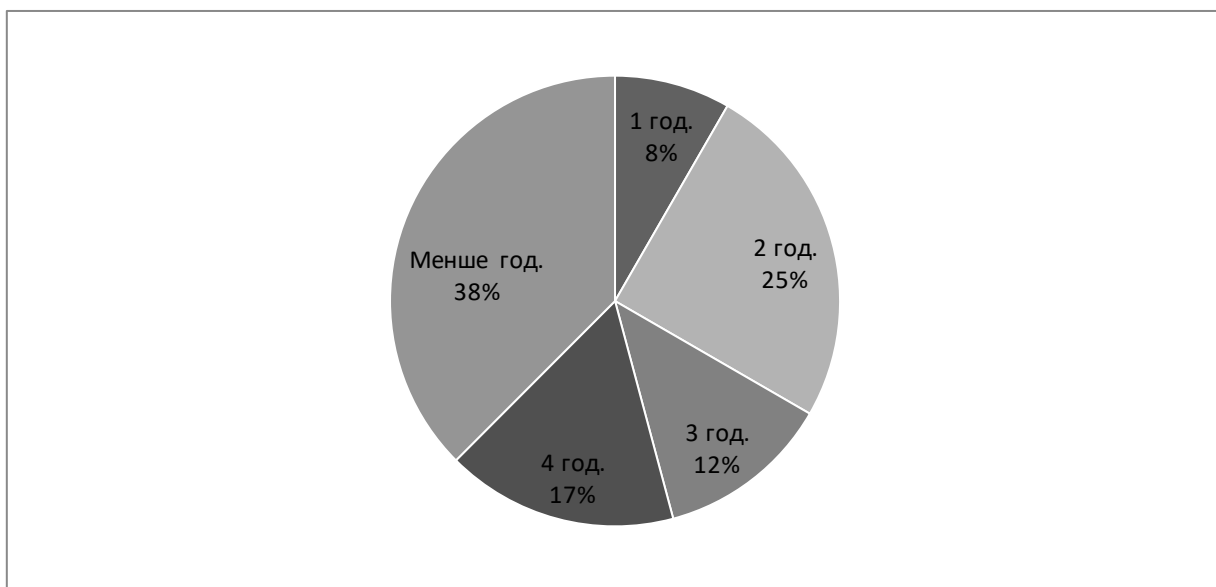


Рис. 2. Результати відповіді учнів на питання «Скільки часу ти проводиш в соціальних мережах?»

Переважна більшість дітей зареєстрована в соціальних мережах та активно ними користуються, але стосовно їх дій під час Інтернет загрози нам нічого невідомо. Тому задля здобуття цієї корисної інформації в анкеті було питання : " Якщо б ти отримав повідомлення у Viber від незнайомця ти б як діяв?" (рис 3).





Рис. 3 Результати відповіді учнів на питання «Якщо б ти отримав повідомлення у Viber від незнайомця ти би як діяв?»

Відповіді різні, однак більша половина опитуваних в даній ситуації проконсультуються з батьками - 54%, не реагувати вирішило - 19%, прочитати і відповісти - 15%. Особисто мене здивувала велика кількість дітей, які обрали варіант - розповісти батькам, тому що в моєму представленні діти цієї вікової категорії становляться більше закритими по відношенню до батьків і будь – яка інформація таємно прихована.

Висновки. Таким чином, медіа-технології мають як негативний, так і позитивний вплив на формування особистості учнів початкових класів. Правильно підібрана медіа-продукція за віком, відповідний час перегляду, контроль та підтримка з боку дорослих значно зменшує негативний вплив медіа на здоров'я та психічний стан дітей усувають можливі загрози Інтернет спілкування.

Список використаних джерел

1. Кузьміч Т. О. Використання медіаосвітніх методів під час формування критичного мислення учнів [Електронний ресурс] / Т. О. Кузьміч // Педагогічний альманах. - 2017. - Вип. 36. - С. 70-75. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pedalm_2017_36_14
2. Медиакод. Инструкция по выживанию в медийно насыщенной среде: пособие для учителя / Перевод с англ. М. Касперович, А. Ворошиловой; ред. К. Флорид, Ю. Халлин. – FOJO: Media Institute. – 47 с.



МЕДІАТВОРЧІСТЬ УЧНІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ

Соколовська Ю.І. Медіаторчність учнів початкових класів

Анотація. У статті розглядається проблема створення медіа продуктів учнями початкової школи, їх види. Розглянуто пріоритети учнів у створенні медіапродуктів. Проаналізовані відповіді учнів на питання анкети, що розкривають залежність учнівської творчості від оцінки оточуючих.

Ключові слова: медіа продукція, види медіапродуктів.

Постановка проблеми. В даний час здійснюється перехід людства до інформаційного суспільства. Збільшуються масштаби, ускладнюється структура і зміст інформаційних джерел і всього інформаційного середовища. В умовах стрімкого розвитку медіапродуктів, на думку Семеняко Ю.Б. характеризуються постійним збільшенням обсягу інформації, підрастаюче покоління не в змозі адекватно реагувати на виробництво та розповсюдження медіапродукту.[1] Більш того, прогресуючий розвиток інформаційних технологій веде до того, що ця пастка з кожним днем стає все дедалі страшнішою.

Аналіз актуальних досліджень. Вихованням у дітей молодшого віку культури споживання медіа продукції займалася Семеняко Ю.Б. Логічною культурою медіа продукту займалася Зелінська Н.В. та Кіневич М.В. займалась дослідженням медіапродукції, як різновид впливу на особистість.

Метою нашого дослідження є вивчення особливостей медіа творчості учнів початкової школи.

Виклад основного матеріалу. Медіа (засоби масової комунікації) – це засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, поширення, сприйняття інформації та обміну її між автором і масовою аудиторією. Існують різні класифікації медіа. Вони визначаються від критеріїв, які покладені в його основу: за участю аналізатора (візуальні (друк, малюнок, комп'ютерна графіка), аудійні (звукові) (звукозапис), аудіовізуальні (кінематограф, телебачення, відео, Інтернет), за типом основного засобу медіа (преса, радіо, кіно, телебачення, відео, комп'ютерні мережі та ін.), за каналом сприйняття (аудіо, відео, аудіовізуальні, знакові – текстові, графічні), за місцем використання (індивідуальне, групове, масове, домашнє, робоче, транспортне та ін.), за змістом інформації, напрямку соціалізації (ідеологічне, політичне, морально-виховне, пізнавально-навчальне, естетичне, екологічне, економічне), за функціями та цілями використання (одержання інформації, освіта, спілкування, розв'язання проблем, розвага, соціальне управління), за результатом впливу на особистість (розвиток світогляду, самопізнання, самовиховання, самонавчання, самоствердження, самовизначення, регуляція стану, соціалізація).

В рамках навчальної практики студентів природничо-географічного факультету Сумського державного педагогічного університету ім. А. С. Макаренка, було проведено



анкетування учнів початкової школи КУ Сумської спеціалізованої школи I-III ступенів №2 ім. Д. Косаренка (загальна вибірка 186 учнів), з метою виявлення їх рівня сформованості медіаграмотності. Анкета складалась з 15 питань, в яких були сформовані різні напрями дослідження медіаграмотності учнів початкової школи.

В даному дослідженні наведено результати анкетування 3-х та 4-х класів, загальна кількість учнів, результати відповідей яких аналізуються в статті - 59 учнів.

Відповіді учнів початкових класів на запитання: «Які медіа продукти ти створював?» представлені на (рис.1.)

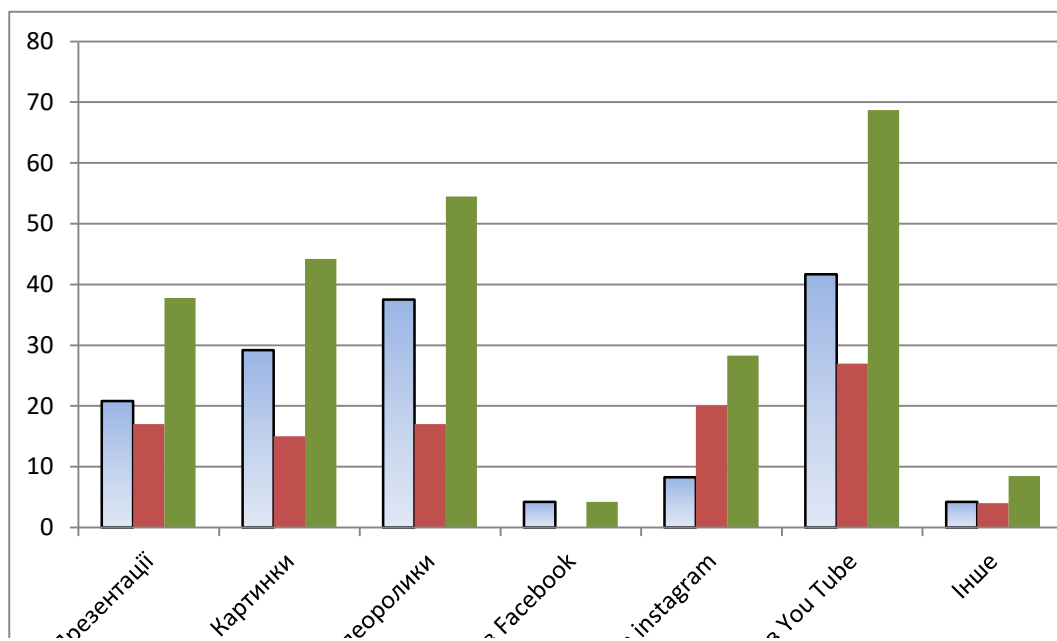


Рис.1.Відповіді учнів на питання «Які медіа продукти ти створював?»

За результатами відповідей учнів, поданих на діаграмі можна стверджувати, що діти віддають перевагу створенню відео в You Tube 41,7% (17). Друге місце займає створення відеороликів 37,5% (15), третю позицію займають презентації 27,3% (10) та картинки 20,8% (9). З цього можна сказати, що сучасні діти надають перевагу створенню власного продукту.

Наступне запитання було таке «Чи подобається тобі створювати медіа продукти?» відповіді представлені на (рис.2.).

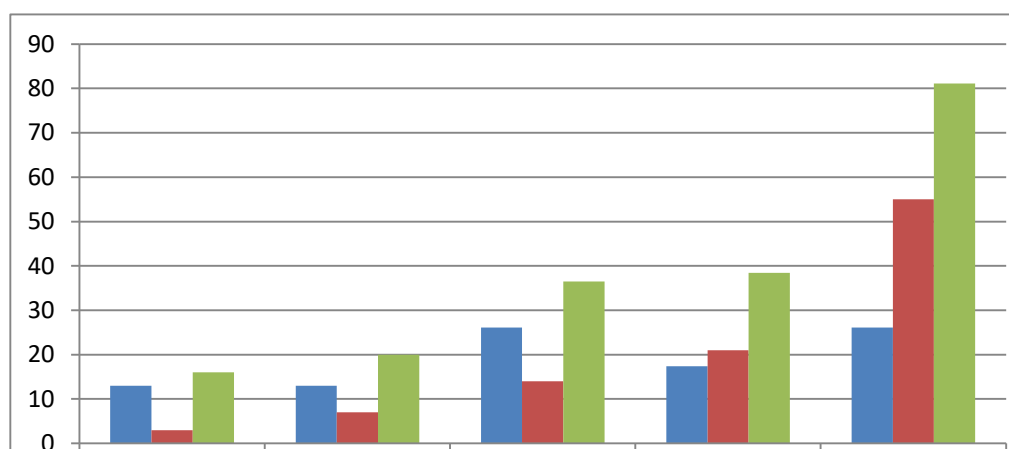


Рис.2. Відповіді учнів на питання «Чи подобається тобі створювати медіа продукти?»



Дана діаграма показує рівень зацікавленості учнів початкової школи у створенні медіа продукту. Дивлячись на діаграму видно що учні 4-го класу більше зацікавлені у створенні медіа продукту з них 80%(25), а учні 3-го класу менше зацікавлені 56% (16). На нашу думку причиною може бути їхня різниця у віці.

У нашому дослідженні було важливо дізнатись на скільки учні незалежні і автономні в свій творчості. Наступне питання звучало так «Чи важлива для тебе оцінка медіа продукту?» (рис.3.)

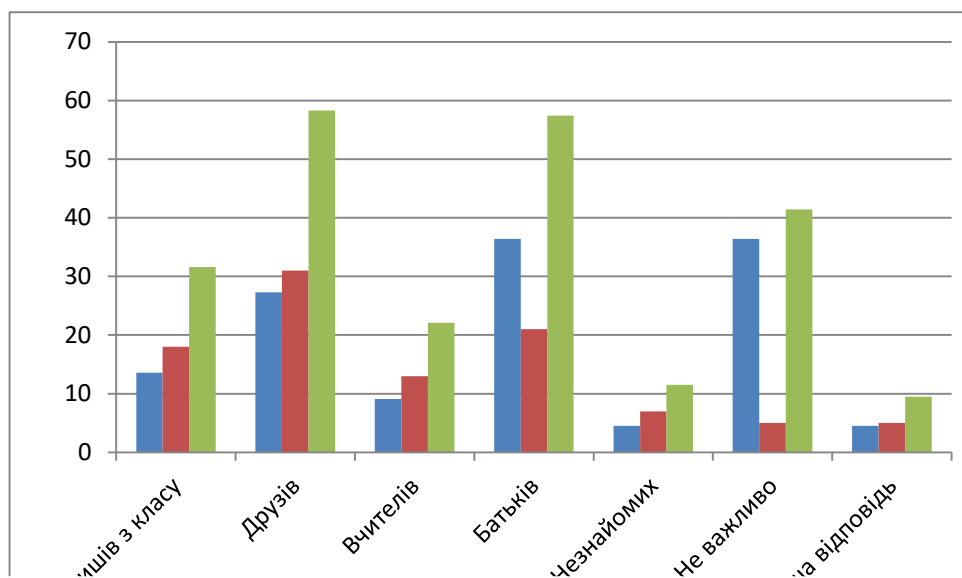


Рис.3. Відповіді дітей на запитання « Чи важлива для тебе оцінка медіа продукту?»

Відповіді учнів розподілилися наступним чином: для 31% учнів 4-А класу найважливішою є оцінка друзів, а для 38% 3-В класу важлива оцінка батьків. Можливо це пов'язано з тим, що учні 4-А класу більше часу проводять з друзями, також впливає різниця у віці.

Висновок. За отриманими результатами можна зробити висновок, що сучасні діти зацікавлені у створенні медіапродукту, більш того вони полюбують створювати свій власний продукт та показувати його друзям та батькам. Для них важлива думка близьких їм людей. Але для 4-х класів близькими є все ж таки друзі, на нашу думку 4-і класи більше проводять час з друзями ані ж 3-і.

Список використаних джерел

1. Семеняко.Ю.Б. Виховання у дітей культури споживання медіапродукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.skrepka-media.com.ua/index.php/masterklas/pressklas/item/172-kak-sozdatshkolnuyu-pechatnuyu-gazetu>.
2. Найдьонова Л.А. Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу: Підручник / Л.А. Найдьонова; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Вид. друге, стер. – Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2015. – 244 с.



ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ МЕДІАТВОРЧОСТІ УЧНІВ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ

Жуков А.О., Заєць В.О. Дослідження особливостей медіатворчості учнів початкової школи

У статті висвітлено результати вивчення інтересу учнів початкової школи до медіатворчості, проаналізовано пріоритетні для них медіапродукти, важливість оцінки творчості оточуючими.

Ключові слова: *медіаосвіта, медіаграмотність, соціальні мережі, медіапродукт, анкетування, медіа тексти інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), мас-медіа, медіавплив, медіаповідомлення, медіатворчість.*

Постановка проблеми. В наш час медіа продукти стали не тільки джерелом інформації, але й способом проведення дозвілля. Життя людини насичене медіа продуктами які супроводжують людину завжди, вдома, на роботі, тощо. В нашому світі інформаційні технології стрімко розвиваються і тому є велика необхідність підготовки особистості до вмілого користування ними. Перший крок до цього буде впровадження медіаосвіти в навчальних закладах, що сприяє розвитку медіаграмотності учнів. Поряд з тим, медіаресурси надають можливість для самопрезентації, комунікації, засобів медіапродуктів, що потребує спеціального вивчення та спеціальної роботи з формування у учнів умінь грамотної медіаграмотності. Для досягнення означених цілей було спрямовано дослідження.

Аналіз наукових досліджень. Дослідження медіаосвіти та медіаграмотності дітей і молоді прискорено розвиваються в останні два десятиріччя. Ці проблеми вивчають в Україні О. Волошенюк, В. Іванов, Т. Іванова, Л. Кульчинська, Г. Онкович, Л. Найдьонова, М. Синиця, С. Шумаєва, О. Янишин тощо. Ученими обґрунтовано теоретико-методичні засади медіаосвіти: здійснено трактування основних понять; визначено цілі, завдання, концепції, функції, напрями, основні чинники медіаосвіти тощо. Проте проблеми медіатворчості учнів в процесі її реалізації потребують детального вивчення. Не встановлено форми, методи, засоби й основні напрямки такої роботи. Актуальним завданням залишається поширення медіатворчості серед учнів молодшого шкільного віку, створення медіапродуктів, що особливо важливо здійснювати в початковій школі, адже діти ще не володіють критичним мисленням.

Мета статті полягає у виявленні впливу створення та функціонування медіатворчості на розвиток медіаграмотності учнів.

Виклад основного матеріалу.

З метою дослідження особливостей медіатворчості учнів, студентами було проведено анкетування школярів 4-го класу однієї з шкіл міста Суми. Обсяг виборки – 21 особа.



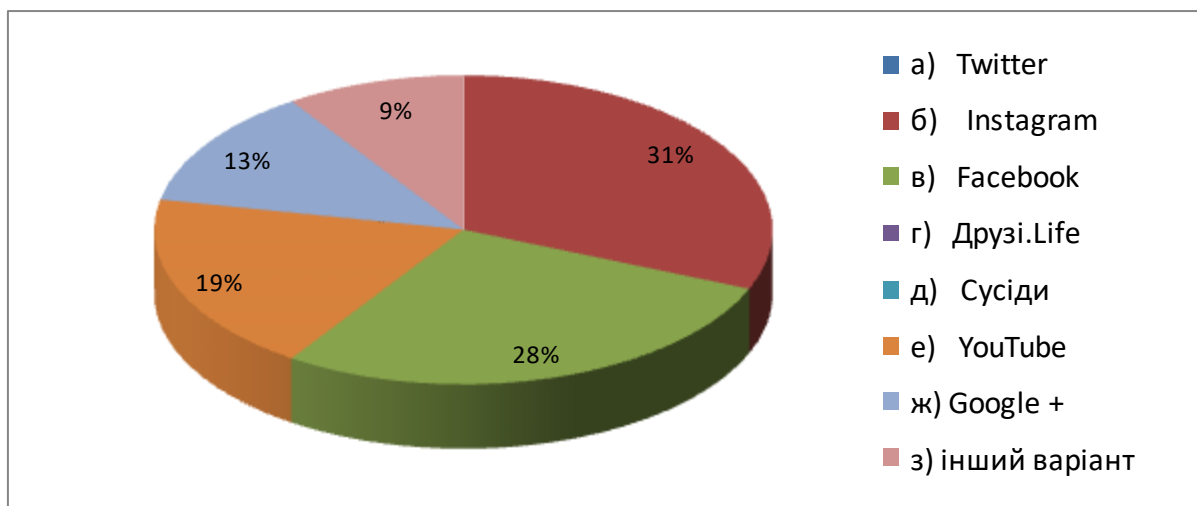


Рис.1 Результати відповідей учня на питання «В якій соціальній мережі ти зареєстрований?»

Отримані дані дають можливість стверджувати, що більшість дітей зареєстровано у Інстаграмі, та Фейсбуці. Фігурують також і інші популярні мережі, але в вітчизняних мережах не зареєстрований ніхто. Вибір дітей підтверджує актуальність вивчення особливостей медіатворчості учнів оскільки спілкування дітей в цих мережі відбувається на основі фото на відео продуктів і вони є пріоритетними для дітей. У нашому дослідженні аналізуються дані відносно мережі Інстаграм, оскільки цей ресурс ґрунтується лише на медіапродуктах. Результати доводять значну зацікавленість учнів в медіатворчості, і відповідно, необхідність дослідження та відповідної системи роботи.

На запитання «Чи подобається тобі створювати медіапродукти?» і прохання встановити міру бажання або небажання на шкалі від 1 до 5:

(Не подобається 1 2 3 4 5 Дуже подобається)

Отримали наступні результати (рис 2):

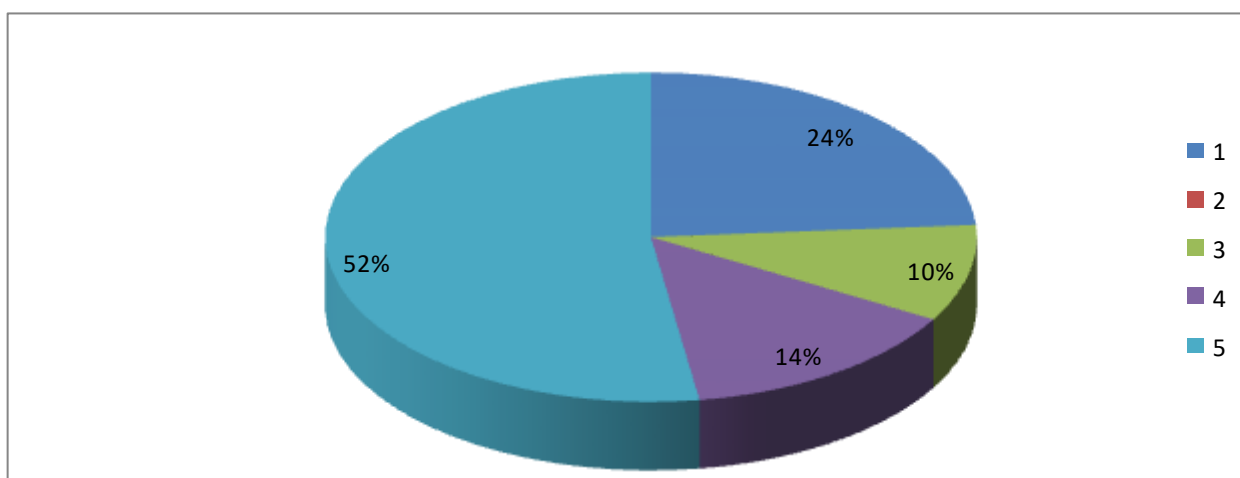


Рис.2 Відповіді учнів на питання «На скільки тобі подобається створювати медіапродукти?»



З результатів діаграми ми бачимо, що 52 відсоткам дуже подобається створювати медіапродукти, 14 відсоткам подобається, 10 відсотків мають нейтральне відношення, 24 відсоткам дуже не подобається створювати медіапродукти. Можливо доступність сучасних програм, легкість і швидкість сприймання інформації з візуалізованих медіапродуктів визначає високий відсоток зацікавленості учнів у їх створенні.

Наступним напрямом дослідження було виявлення пріоритетних для учнів початкової школи типів медіапродукції, виявили, що (рис.3):

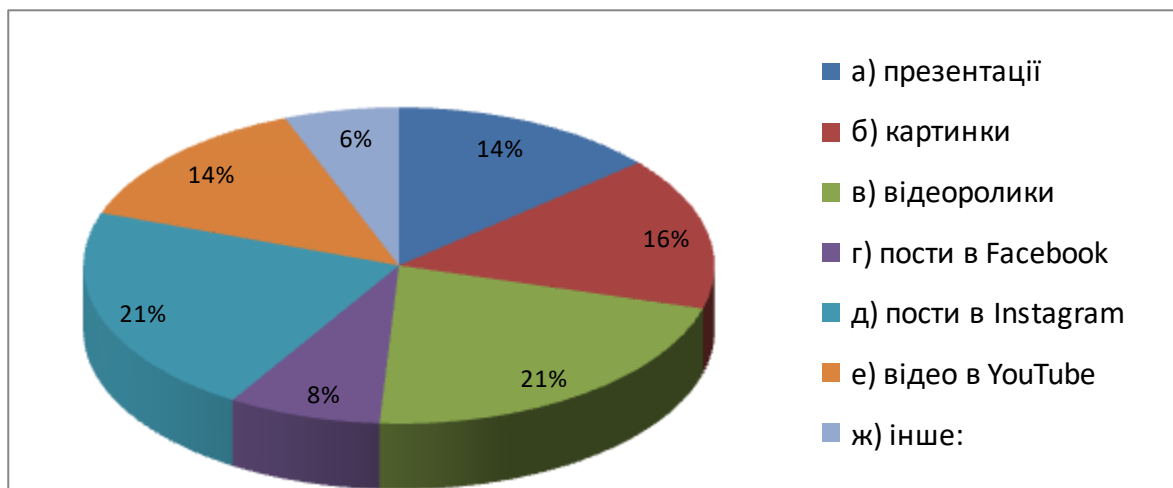


Рис.3 Відповіді учнів на питання «Які медіа продукти ти створював?»

З результатів цієї діаграми ми бачимо, що більшість дітей створює пости в Інстаграмі та відеоролики, також не відстає створення картинок, найменше діти створюють картинки, презентації, та щось своє.

Дітям початкової школи властиво звертати увагу а думку однолітків, референтних людей відносно себе, своєї діяльності, своїх продуктів творчості. Нам було важливо зрозуміти он-лайн середовище нівелює цю особливість чи творчість дітей, її зміст, її частота залежать від схвалення акторів мережи. Так аналіз відповідей дітей на запитання «Чи важлива для тебе оцінка медіапродукту?» продемонстрував, що (рис.4):

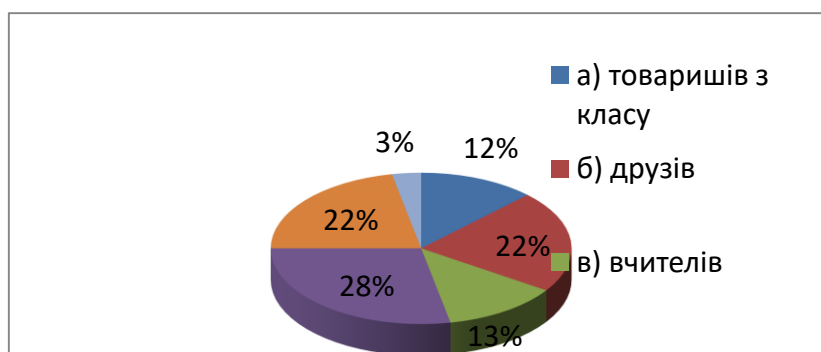


Рис.4 Відповіді учнів на запитання «Чи важлива для тебе оцінка медіапродукту?»



З результатів діаграми зрозуміло, що дітям найбільш важлива оцінка своїх батьків 28%; друзів 22%; вчителів 13%; 12 % учнів важлива оцінка незнайомих щодо створеного медіапродукту. Також, що цікаво, багатьом дітям 22 % зовсім не важлива оцінка медіа.

З результатів діаграм ми бачимо що більшості дітям подобається створювати продукти медіа, в основному це відео або пости. Найбільше медіа учні створюють в соціальних мережах Instagram та Facebook які є найбільш популярними серед дітей.

Висновки. Таким чином, медіа-технології мають як негативний, так і позитивний вплив на формування доброзичливості в учнів початкових класів.

Отже для сучасного покоління властиве пріоритетність візуального, оскільки по перше це природньо зумовлено [2, с.76], по друге візуальне сприймання людиною є провідним каналом отримання інформації, та візуально медіакультура є особливістю інформаційного світу.

Проведене дослідження виявило інтерес учнів до створення медіапродуктів, наявність учнівського досвіду медіатворчості, пріоритетність батьківської оцінки їх творчості.

Формування культури медіатворості стає пріоритетним в епоху розквіту інформаційних технологій. За результатами дослідження студентами в тиждень медіаграмотності були вивчені загальношкільні акції «Сторінка інстаграм», «Поділись новиною» та загально класні виховні заходи: «Селфі альбом», «Копіювання не завжди добре» метою яких стало вчити учнів не тільки бачити об'єкт, сприймати його очима, інтерпретувати його, а й сприймати його сутність, розуміти світ очима, бачити незриме.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Капінус А. М. Вплив медіа-технологій на формування доброзичливості в учнів початкових класів [Електронний ресурс] / А. М. Капінус // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Педагогічні науки. - 2013. - № 13(3). - С. 90-94. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vlup_2013_13\(3\)_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vlup_2013_13(3)_14)
2. Медіапсихологія: На перетині інформаційного та освітнього просторів: макографія за наук. Ред. Л.А. Найдюнової, Н.І. Череповської. – К. : Міленіум, 2014.- 349с.
3. Рибіна Ю. О. Розвиток медіаграмотності учнів у процесі створення шкільного медіа [Електронний ресурс] / Ю. О. Рибіна // Інформаційні технології в освіті. - 2017. - Вип. 2. - С. 109-128. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/itvo_2017_2_11



МЕДІАКОНТЕНТ І БРЕНДІНГ: ПРІОРИТЕТИ УЧНІВ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ

Лесик А.М. Медіаконтент і брендінг: пріоритети учнів початкової школи

У статті висвітлюються результати дослідження медіаконтенту школярів, наведено стан обізнаності знань школярів в різних медіаскладових; визначена кількісна і якісна характеристика користування учнями соціальними мережами.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаграмотність, соціальні мережі, медіапродукт.

Постановка проблеми. Сучасний світ по праву називають світом масових комунікацій і підростаюче покоління все частіше називають «медійним». І хоча ступінь поінформованості про різні засоби масової комунікації залежить від безлічі факторів, основними з яких є вік, наявність медійних засобів та ін., інтерес, що проявляється до медіа, незмінно зростає, а вільний час більшості сьогоденних дітей тісно пов'язаний саме із засобами масової комунікації. Це не дивно, адже «для більшості дітей та молоді сучасні медіа (і особливо Інтернет), набагато більше, ніж прості засоби пізнання навколишнього світу. Це їх світ, їх віртуальна реальність, де все найкраще і найгірше може бути як створено, так і знищено. Молоді набагато більше, ніж дорослим, подобається мати справу з новими технологіями, і вони більш невимужені в цьому відношенні»

Існують різні класифікації медіа. Вони визначаються від критеріїв, які покладені в його основу: за участю аналізатора, за типом основного засобу медіа, за каналом сприйняття, за місцем використання, за змістом інформації, напрямку соціалізації, за функціями та цілями використання, за результатом впливу на особистість. Однак всі види медіа передають аудиторії інформацію за допомогою медіатекстів – повідомлень, викладених в будь-якому вигляді і жанрі медіа. Спілкування з медіа спричиняє на кожного з нас певний медіавплив – у сфері освіти і виховання, розвитку свідомості, формування поведінки, поглядів, реакцій, відгуків, поширення інформації та ін.

Перед сучасною освітою постає важливе завдання навчити підростаюче покоління розуміти медіаінформацію, мати уявлення про її механізми і наслідки її впливу на глядачів, читачів і слухачів. Проте до цих пір «багато вчителів продовжують спиратися на репродуктивні (позбавлені творчого, критичного підходу) методи навчання, серйозно відстаючи від своїх учнів технологічно». Поступово процес навчання перестає бути важливим і цікавим для дитини, яка звикає працювати за шаблоном, по запропонованому зразком, не шукає інших рішень поставлених завдань, крім загальновідомих. Однак медіа технології можуть служити гарним засобом розширення знань, накопичення цінностей, розвитку критичного мислення, формування необхідних у житті підлітка умінь, а саме головне – формування його медіаграмотності.

Аналіз актуальних досліджень. Аналізом специфіки медіаграмотності та її впливу на соціум у ХХ столітті займалися такі зарубіжні дослідники, як Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямін, Ж. Дельоз, М. Маклюен, Г. Маркузе, Х. Ортега-і-



Гассет, Ч. Пірс, Д. Соссюр, Е. Тоффлер, М. Кастельс, Ю. Кристева, К. Леві- Стросс, Д. Рашкофф та ін. В Україні та ближньому зарубіжжі, де сам термін з'явився відносно недавно, впродовж багатьох років цю проблему досліджували представники семіотики, мовознавства, психології (М. Бахтін, Ю. Тинянов, Л. Виготський, Ю. Лотман, В. Біблер, В. Міхалкович, М. Ямпольський, А. Якимович та ін.).

Мета статті – розкрити сутність обізнаності дітей молодшого шкільного віку про медіаграмотність та її складові.

Виклад основного матеріалу. З метою вивчення поширеності серед учнів початкової школи користування соціальними мережами та їх чинників нами було проведено опитування школярів початкової школи 3-го класу загальноосвітньої школи Сум. Обсяг вибіркової сукупності 29 осіб .

Аналіз відповідей дітей на питання «Чи користуєтесь ви соціальними мережами?» (рис.1) показав, що не всі учні користуються соціальними мережами, 66% опитаних мають свою сторінку хоча б у одній з соціальних мережі, 34 % опитаних не користуються соціальними мережами взагалі.

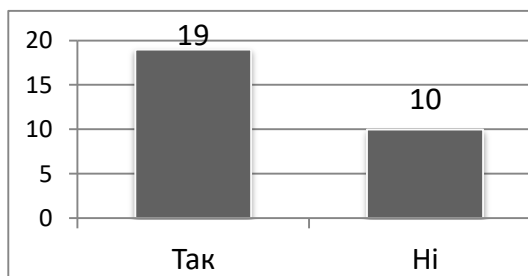


Рис.1 Відповіді учнів на запитання «Чи користуєтесь ви соціальними мережами?»

Отже, виходячи із отриманих даних , можна вважати , що перебування в соціальних мережах та спілкування є нормою для сучасних дітей.

Наступним напрямом дослідження було обрано виявлення того, чому надають перевагу діти у свій вільний час (рис.2).

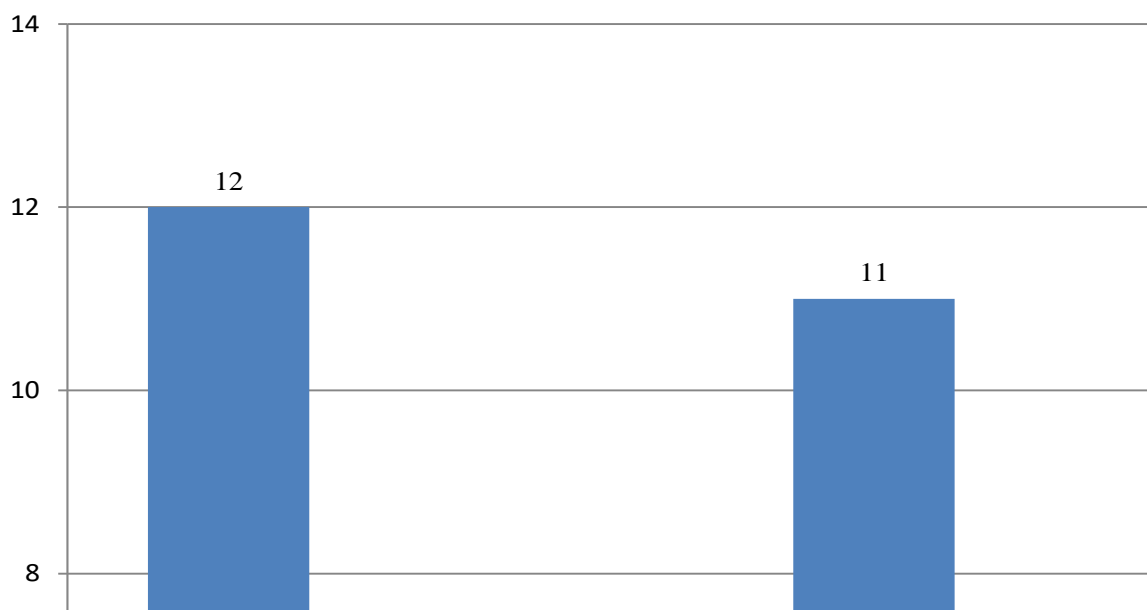


Рис.2 Відповіді учнів на запитання «Чи важлива для тебе оцінка медіапродукту?»



Так на питання «Чим ти у більшості займаєшся у вільний час?» було отримано такі відповіді: 23% школярів грають з друзями на вулиці; 21% - проводять час в Інтернеті; 15% - відвідують різні секції; 13% - дивляться телевізор; 8% - допомагають батькам; 4% - читають журнали; 2% - читають книжки, а 13% - надають перевагу чомусь іншому.

Отже, у ході дослідження було виявлено, що більшість учнів все ж таки проводять свій час на свіжому повітрі, у реальному світі з друзями, що є дуже схвально. Але все ж таки є діти, які проводять більшість свого часу у віртуальності, в Інтернет, що є проблемою сучасності, рішення якої ми намагаємось знайти.

Третім напрямом дослідження було з'ясувати якими саме засобами медіа, мережами користуються школярі. Дослідження показало, що 40% опитуваних надають перевагу мережі YouTube; 25% - Google+; 13% - Facebook; 10% - Instagram; 6% - Viber ; 2% - Twitter; 2% - Друзі Life; 2% - взагалі не зареєстровані у соціальних мережах.

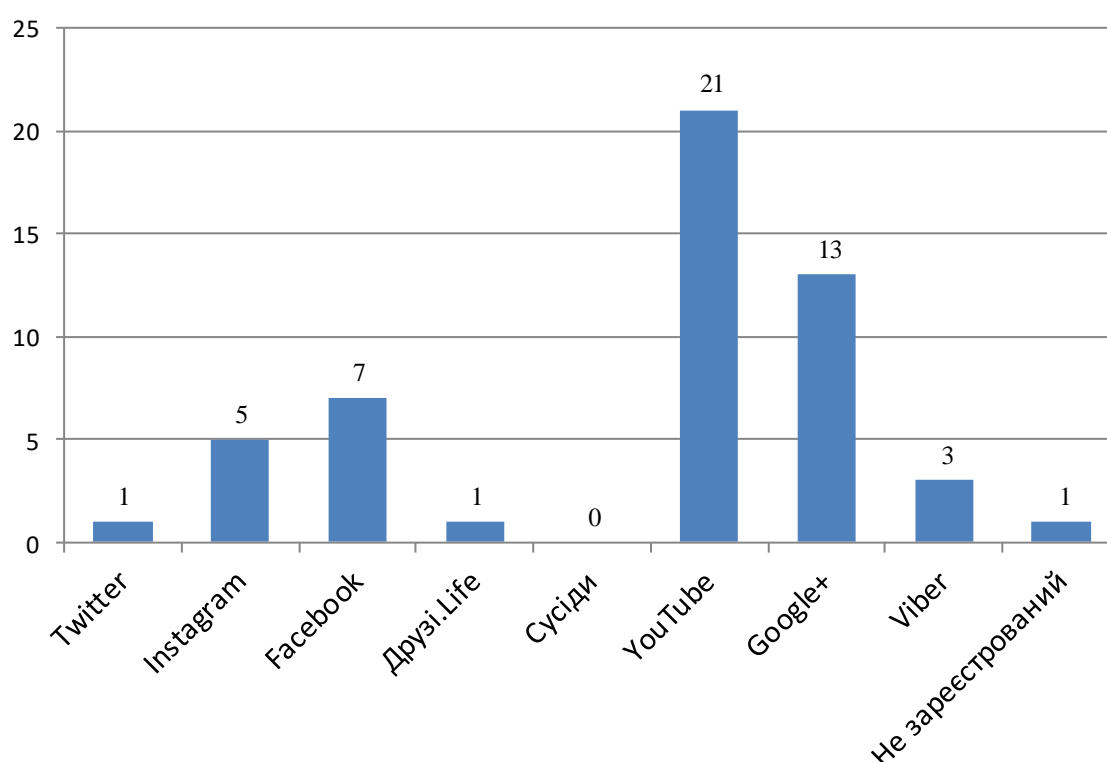


Рис.3 Відповіді учнів на запитання «в якій соціальній мережі ти зареєстрований?»

Таким чином, було виявлено, що більшість школярі початкової школи користуються не соціальними мережами, а медіа продуктами, за допомогою яких здійснюється пошук інформації та відео-матеріалів.

Брендинг є лише однією з медіатехнологій, до якої схильні діти. Вони знайомі з брендингом з самого раннього віку. Вчені довели, що у віці від шести місяців, діти можуть сформувати уявні образи корпоративних логотипів і талісманів. Розуміння бренду може бути встановлене вже у віці двох років, а коли вони підуть у школу, більшість дітей у школі здатні визначити сотні логотипів.





Рис.4 Матеріал для вивчення обізнаності учнів початкових класів в медіа та брендингу

Останнім етапом дослідження було з'ясування знань окремих елементів медіа, які було показано на прикладі емблем. Отримали такий результат: 10% - обрали точку G; 10% - т. S; 10% - т. F; 8% - т. C; 8% – т. A; 8% - т. B; 7% - т. L; 6% - т. M; 6% - т. N; 5% - т. H; 5% - т. P; 2% - т. Q; 2% - т. R; 2% - т. O; 2% - т. K; 2% - т. J; 2% - т. I; 2% - т. E; 2% - т. D .

Таким чином було встановлено, що учні початкової школи більш обізнані на емблемах популярних медіа продуктів (Google, Facebook, Skype), а складову медіа, які не є такими популярними в наш час (Ebay, Rolex, D&G), школярі майже не знають.

Таким чином було встановлено, що учні початкової школи більш обізнані на емблемах популярних медіа продуктів (Google, Facebook, Skype), а складову медіа, які не є такими популярними в наш час (Ebay, Rolex, D&G), школярі майже не знають.



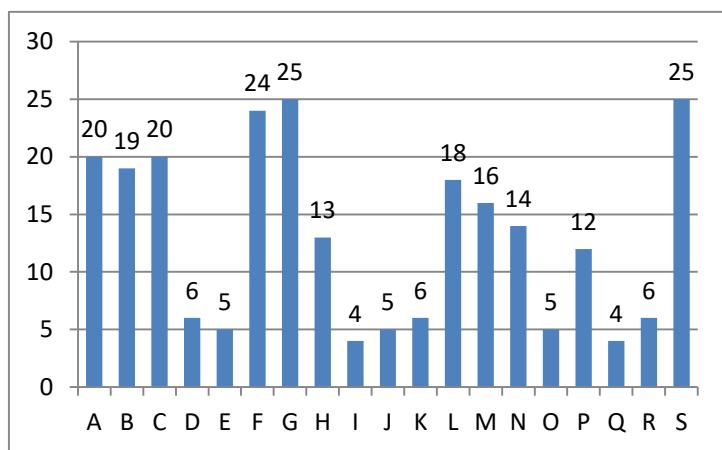


Рис.5. Відповіді учнів на запитання подане на малюнку 4.

Висновки. Отже, медіаосвіта, як спосіб розвинути творчі та комунікативні здібності особистості за допомогою і на матеріалі засобів масової комунікації актуальна в освітніх системах розвинених країн і затребувана в українських школах.

Дослідження медіаконтенту учнів початкових класів виявило потребу у цілеспрямованій роботі. Актуальним напрямом формування медіаграмотності вважаємо проведення виховних тижнів для учнів початкової школи. В освітній програмі закладу загальної середньої освіти можуть бути передбачені факультативні курси як варіанти евристичних, ігрових, проблемних, проектних форм медіаосвіти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. – <http://balakliya-school2.edu.kh.ua>
2. Лютий В. П. Залежність від соціальних мереж як проблема сучасних студентів [Електронний ресурс] / В. П. Лютий, К. С. Коломієць // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. - 2014. - № 3-4. - С. 6-12. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VAPSV_2014_3-4_3.
3. Малєєва Н. С. Залежність від соціальних мереж як соціально-психологічний феномен [Електронний ресурс] / Н. С. Малєєва // Вісник Одеського національного університету. Серія : Психологія. - 2015. - Т. 20, Вип. 3(1). - С. 62-70. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_psi_2015_20_3\(1\)_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_psi_2015_20_3(1)_9)
4. Ferguson, C.J. (2011). Video Games and Youth Violence: A Prospective Analysis in Adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, Vol. 40, No. 4.



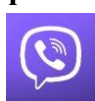
Додаток 1. Анкети дослідження медіаграмотності учнів

1.1 Соціальні мережі. Безпечна поведінка в Інтернеті

Шановний учень!

1. Чи зареєстрований ти в соціальних мережах?

- a) так б) ни



- а)  б)  в)  г)  д)  ж) власна
ВІДПОВІДЬ

a) так б) ні.

а) друзям
в) друзям по інтернет-листуванні
д) нікому.

- а) своє прізвище, адресу, телефон
- б) номери прикладів з математики
- в) імена своїх домашніх улюбленців
- г) назви своїх улюблених книжок чи мультиків.

- а) прочитати і відповісти йому
- б) розповісти батькам
- в) прочитати і видалити повідомлення
- г) не реагувати
- ж) власна відповідь

- а) будеш тримати все в таємниці і підеш на зустріч
- б) візьмеш із собою на зустріч когось із друзів
- в) ніколи не зробиш цього, не повідомивши батьків
- г) усі відповіді правильні
- ж) проігноруєш запрошення.

Особливо небезпечно	1	2	3	4	5	Надзвичайно безпечно
---------------------	---	---	---	---	---	----------------------

Дякуємо за ширі відповіді та співпрацю!

Розроблено: студенткою 2 курсу
математичного факультету **Колот Д. М.**

АНКЕТА

1.2 Медіа інтереси учнів початкової школи

Мета дослідження : дослідити складові медіа контенту учнів початкової школи
Шановний учень!

Просимо тебе відповісти на подані нижче питання. . Опитування є анонімним.

1. Чим ти займаєшся у вільний час?

- а) граю з друзями на вулиці допомагаю батькам
- б) дивлюсь телевизор
- в) в Інтернеті
- г) читаю книги
- д) читаю газети
- е) читаю журнали
- ж) відвідую різні секції
- з) інше (вкажіть будь ласка, що саме) _____

2. В інтернеті ти: (можна обрати декілька відповідей) спілкуєшся з друзями

- а) дивишся різні шоу-програми
- б) шукаєш інформацію
- в) слухаєш музику
- г) дивишся мультфільми
- д) переглядаєш різні соцмережі
- е) цікавишся новинами
- ж) дізнаєшся нове про моду
- з) власна відповідь _____

3. Подивись на символи літер алфавіту і обери, які з них тобі знайомі?

A 	B 	C 	D 	E 
F 	G 	H 	I 	J 
K 	L 	M 	N 	O 
P 	Q 	R 	S 	T 
U 	V 	W 	X 	Y 

Твій клас:

вік:

стать:

Дякуємо за відповіді!

Розроблено: студенткою 2 курсу
фізико-математичного факультету **Кирноз К.В.**



Анкета

1.3 Кібер-булінг

Мета дослідження: визначити актуальність проблеми кібер-булінгу в середовищі учнів початкової школи.

Шановний учень!

Просимо відповісти тебе на подані нижче запитання. Опитування є анонімним.

У тих запитаннях, де пропонується кілька варіантів відповідей, ти можеш підкреслити ту, яка найбільше відповідає твоїй думці, або дописати свою.

1. Що таке кібер-булінг?

- а) комп'ютерна гра
- б) Інтернет-вірус
- в) сучасна форма дитячої агресії.

2. З якими проявами кібер-булінгу ти зустрічався в Інтернеті?

- а) листи з погрозами
- б) звинувачення з боку інших
- в) неправдиві чутки
- г) оази (образливі слова)
- д) не зустрічався з цим ніколи.

3. Чи отримував ти листи з погрозою, цькування, образи, звинувачення з боку

- а) однокласників
- б) товаришів
- в) незнайомих
- г) власна

відповідь _____

4. Якщо ти побачиш прояви кібер-булінгу, то кому ти повідомиш у першу чергу про це?

- а) батькам
- б) класному керівнику
- в) зателефонує на дитячу «гарячу лінію» 116-111
- г) не скажеш про це нікому
- д) друзям
- е) власна

відповідь _____

5. Як ти будеш діяти, коли зіткнешся з проявами кібер-булінгу?

- а) буду ігнорувати
- б) розповім про це
- в) відповім кривднику
- г) заблокую кривдника
- д) власна

відповідь _____

Твій клас: _____

вік: _____

стать: _____

Дякуємо за відповіді!

Розроблено: студентка 2 курсу

Фізико-математичного факультету Захарченко Т.І



АНКЕТА

1.4 Медіаторчість учнів

Мета: дослідити прагнення учнів початкової школи до медіаторчості, наявний досвід учнів, відношення до оцінки продукту он-лайн спільнотою.

Шановний учень!
Просимо тебе відповісти на подані нижче запитання.

1. Які медіапродукти ти створював?

- 1) презентації;
- 2) картинки;
- 3) відеоролики;
- 4) пости в Facebook;
- 5) пости в Instagram;
- 6) канал в YouTube;
- 7) інше _____

2. Чи подобається тобі створювати медіапродукти?

Не подобається 1 2 3 4 5 Дуже подобається

3. Чи важлива для тебе оцінка медіапродукту ... ?

- 1) товаришів з класу;
- 2) друзів;
- 3) вчителів;
- 4) батьків;
- 5) незнайомих;
- 6) ні, не важлива;
- 7) власна відповідь _____

Твій клас: вік: стать:

Дякуємо за відповіді!

Розроблено: студенткою 2 курсу фізико-математичного факультету Заєць В.О.



АНКЕТА

1.5 Комп'ютерні ігри

Мета дослідження: визначити рівень залежності молодших школярів від комп'ютерних ігор.

Шановний учень!

Просимо відповісти тебе на подані нижче запитання.

У тих запитаннях, де пропонується кілька варіантів відповідей, ти можеш підкреслити ту, яка найбільше відповідає твоїй думці, або додати свою.

1. Чи граєш ти в комп'ютерні ігри?

- а) так б) ні

2. Скільки годин в день ти проводиш за комп'ютерними іграми?

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24

3. Напиши будь ласка, яка комп'ютерна гра тобі подобається найбільше? (можеш вказати одну або декілька комп'ютерних ігор)-

4. Чим саме тобі подобається вказана тобою комп'ютерна гра?

5. Який із видів комп'ютерних ігор тобі подобаються найбільше?

- а) інформаційні
б) пізнавальні
в) навчальні
г) розважальні

6. Відміть, будь ласка, знайомі тобі зображення.



А) ☐



Б) ☐



В) ☐



Г) ☐



Г) ☐



Д) ☐



Е) ☐



Є) ☐





Ж)

☐

З)

☐

И)

☐

І)

☐

Ї)

☐

Й)

☐

К)

☐

Л)

☐

М)

☐

Н)

☐

О)

☐

П)

☐

7. Який у тебе улюблений герой з комп'ютерної гри?(його ім'я)

8. Чи хотів би ти бути схожим на нього? І чому?

9. Які емоції ти відчуваєш під час гри?

а) радість б) страх в) упевненість г) злість д) страх е) задоволення є) цікавість ж) гнів з) інше

Твій клас:

Твій вік:

Твоя стать:

Дякуємо за твої відповіді!

Розроблено: студентом 2 курсу
фізико-математичного факультету Нищега М.П.



Анкета
1.6 Залежність учнів від комп'ютерних ігор

Мета дослідження: визначити рівень залежності учнів від комп'ютерних ігор.

Шановний учень!

Просимо відповісти тебе на подані нижче запитання. Опитування є анонімним.

У тих запитаннях, де пропонується кілька варіантів відповідей, ти можеш підкреслити ту, яка найбільше подобається тобі, або дописати свою.

1. Як ти проводиш свій вільний час?

- а) спілкуюсь з друзями
- б) читаю книги
- в) переглядаю ТБ
- д) граю в комп'ютерні ігри
- г) власна відповідь _____

2. Скільки часу ти проводиш за комп'ютером в день?

- а) менше 1 години
- б) 1-2 години
- в) 3-5 годин
- г) більше 5 годин

3. Чи вважаєш ти, що комп'ютерні ігри – небезпечні для здоров'я?

- а) так, я абсолютно впевнений(а)
- б) можливо це так
- в) ні я не згоден

4. Чи доводилося тобі витратити на комп'ютерні ігри більше часу, ніж ти планував?

- а) так, це траплялося часто
- б) іноді таке трапляється
- в) ні, таке рідко буває
- г) ніколи, я завжди планую свій час

5. Турбуєшся ти, коли програєш в комп'ютерній грі?

- а) так, я часто засмучуюсь з приводу програшу
- б) це буває рідко
- в) ні, я спокійно ставлюся до програшу

Напиши будь-ласка свій: Клас: Вік: Стать:

Дякую за відповіді!

*Розроблено: студенткою 2 курсу
Фізико-математичного факультету **Мащенко Марією, 521 група***



АНКЕТА
1.7 Мультиплікаційні інтереси учнів

Мета: дослідити мультиплікаційні вподобання учнів.

Шановний учню!
Просимо відповісти тебе на запитання.

1. Чи любиш ти дивитися мультфільми?

- а) так
- б) ні

2. Які твої улюблені мультфільми?

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____

3. На якого героя з мультфільму ти хотів би бути схожим?

4. Що тобі в цьому герої подобається?

- а) поведінка
- б) характер
- в) він добрий
- г) зовнішність
- д) він має багато друзів
- е) він веселий
- ж) власна відповідь _____

4. З ким з героїв мультфільму ти би хотів пограти?

5. Назви героїв, які вершать подвиги?

Твій клас: **вік:** **стать:**

Дякуємо за відповіді!

Розроблено: студентка 2 курсу фізико-математичного факультету Сіромаха А.Ю.



АНКЕТА

1.8 Телебачення в житті молодшого школяра

Мета дослідження: визначити вплив телебачення на розвиток учня початкової школи.

Шановний учню!

Просимо пройти тебе анкетування.

Твої відповіді будуть повністю анонімні.

1. Скільки годин на день ти дивишся телевизор? Познач на шкалі.

2. Чи контролюють батьки час коли ти дивишся телевизор?

а) так

б) ні.

3. Телепередача, яка подобається тобі найбільше та чому :

4. З ким тобі подобається переглядати телебачення?

а) з батьками

б) з друзями

в) самому.

5. Тебе дратує коли тебе відволікають від перегляду телевизору?

а) так

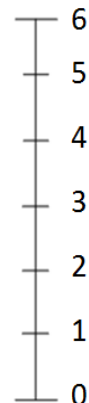
б) ні

в) інколи.

Твій клас : вік: стать:

Дякую за участь у анкетуванні!

Розроблено: студенткою 2 курсу
природничо-географічного
факультету **Дорошенко А.Ю.**



АНКЕТА
1.9 Самовираження в YouTube

Мета дослідження: визначення шляхів самовираження учнів початкової школи засобами продуктів інформаційного ресурсу YouTube.

*Шановний учень!
Просимо відповісти тебе на подані нижче запитання.*

1. Чи є у тебе канал на YouTube?

- а) так;
- б) ні;
- в) працюю над створенням;
- г) не цікаво;
- д) не хочу створювати

2. Чи підписаний ти на чужі канали?

- а) так;
- б) ні.

3. Що ти любиш дивитись на YouTube? (напиши відповідь)

4. Що ти любиш створювати на YouTube? (напиши відповідь)

5. Чи обговорюєш ти з друзями відео з каналу YouTube?

- а) так;
- б) інколи;
- в) ніколи

6. Скільки людей підписано на твій канал? (напиши відповідь)

Твій клас: вік: стать:

Дякую за відповіді!

Розроблено: студенткою 2 курсу
природничо-географічного факультету
Соколовською Ю.І



АНКЕТА
1.10 Залежність дітей від соціальних мереж

Мета дослідження: виявити відношення учнів початкової школи до соціальних мереж, залежність від них їх пріоритети в мережі.

Шановні діти!
Ми пропонуємо вам прийняти участь у анкетуванні.

1.Твоя стать?

а) чоловіча б) жіноча

2.Ти зареєстрований в різних соціальних мережах?

а) так б) ні

3.В яких соц.мережах у тебе є аккаунти?



4.Яка буде твоя реакція, якщо випадково станеться,що всі соціальні мережі у світі закриваються?

а)позитивна б)байдуже в)дуже негативно

г)свій варіант _____

5.Ти відчуваєш тривогу і занепокоєння, якщо тобі забороняють використовувати соц. мережі?

а) так б) ні в) іноді

6.Чи виникає у тебе роздратування, коли тебе вимушено відволікають від соціальних мереж?

а) так б) ні в) іноді

7.Чи трапляється тобі, перебуваючи online, говорити собі: «ну ще одну хвилиночку ...»?

а) так б) ні в) іноді

8.Ти використовуєш соц. мережі так часто, що це починає заважати твоєму навчанні чи домашнім обов'язкам :

а) так б) ні в) іноді

9. Тебе турбує, скільки відміток "мені подобається" поставлені на твоїх фотографіях або записах?

а) так, я заціклений на цьому

б) мене іноді це турбує

в) ні, мені байдуже

Твій клас: вік: стать:

Дякую за відповіді!

*Розроблено: студенткою 2 курсу
природничо-географічного факультету
Лучніковою С.А.*



АНКЕТА

1.11 Медіаграмотність як основа кібербезпеки

Мета дослідження: визначити ступінь обізнаності дітей щодо правильної поведінки в соціальних мережах, дізнатися наскільки діти вміють захистити свої персональні данні.

Шановний учень!

Нам важливо дізнатися думки підростаючого покоління, тому будемо дуже вдячні якщо ви відповісте на декілька наших питань.

1. Познач логотипи тих соціальних мереж якими ти користуєшся?

1. <input type="checkbox"/>		7. <input type="checkbox"/>		13. <input type="checkbox"/>	
2. <input type="checkbox"/>		8. <input type="checkbox"/>		14. <input type="checkbox"/>	
3. <input type="checkbox"/>		9. <input type="checkbox"/>		15. <input type="checkbox"/>	
4. <input type="checkbox"/>		10. <input type="checkbox"/>		16. <input type="checkbox"/>	
5. <input type="checkbox"/>		11. <input type="checkbox"/>		17. <input type="checkbox"/>	
6. <input type="checkbox"/>		12. <input type="checkbox"/>		18. <input type="checkbox"/>	

2. Соціальні мережі можуть бути небезпечними?

- а) так
- б) ні

3. Чим небезпечні соціальні мережі?

- а) особиста інформація може бути використана ким завгодно в різних цілях.



- б) соціальні мережі викликають залежність.
- в) при перегляді невідомих посилань комп'ютер може бути зламаний.
- г) в соціальних мережах можна натрапити на шахраїв.
- д) власна відповідь: _____

4. Який із способів зберігання пароля від аккаунту ти вважаєш найнадійнішим?

- ☐ зберігати паролі на аркуші паперу біля комп'ютера.
- ☐ зберігати паролі в нотатках на телефоні.
- ☐ запам'ятати всі паролі.
- ☐ зберігати всі паролі в браузері .
- ☐ зберігати всі паролі в комп'ютері.

5. У Юрі Петренка багато друзів в Інтернеті, він кожен день додає нових друзів в свої контакти. Раптом Юрі стали приходити повідомлення з неприємним і грубим змістом. Що Юра повинен зробити?

- а) образити кривдника.
- б) не відповідати кривдникові тим же, а продовжити з ним спілкування.
- в) повідомити дорослим про це.
- г) своя думка: _____

6. Новий друг Васі Кравченко, з яким Вася познайомився вчора в Інтернеті, Іван Невідомий, попросив Васю терміново повідомити йому таку інформацію: номер телефону, домашню адресу, ким працюють батьки Васі. Вася повинен:

- а) повідомити Івану всі потрібні відомості.
- б) повідомити номер телефону.
- в) повідомити домашню адресу.
- г) сказати ким працюють батьки.
- д) чи не повідомляти в Інтернеті, а повідомити при зустрічі.
- е) порадитися з батьками.

Твій клас: вік: стать:

Дякуємо за відповіді на наші запитання, ваша думка важлива для нас!

*Розроблено: студенткою 2 курсу
природничо-географічного факультету
Старинська Н.О.*



АНКЕТА

1.12 Комп'ютерна гра та її вплив на спілкування молодших школярів

Мета дослідження: визначити актуальність проблеми впливу комп'ютерних ігор на соціалізацію учнів початкової школи.

Шановний учень!

Просимо відповісти тебе на подані нижче запитання.

Опитування є анонімним.

У тих запитаннях, де пропонується кілька варіантів відповідей, ти можеш підкреслити ту, яка найбільше відповідає твоїй думці, або дописати свою.

1. Що таке комп'ютерна гра для тебе?

- а) спосіб проведення вільного від справ часу
- б) спосіб життя
- в) просто гра

2. В які саме ігри ти граєш найбільше?

- а) шутери
- б) гонки
- в) стратегії
- г) власна відповідь _____

3. Чи багато друзів у тебе серед однолітків?

- а) так
- б) ні
- в) важко відповісти

4. Як часто ти граєш в ігри з друзями в мережі Інтернет, а не сам?

- а) постійно граю з друзями.
- б) інколи з друзями, але більшість сам
- в) завжди сам

5. Чому ти віддаєш перевагу?

- а) комп'ютерній грі
- б) спорту
- в) безпосередньому спілкуванні з однолітками
- г) власна відповідь _____

6. Продовжіть фразу: «Я не можу уявити своє життя без _____»

Дякуємо за відповіді!

*Розроблено: студентом 2 курсу
природничо-географічного
факультету Кузьменком М.М.*



АНКЕТА

1.13 Спілкування засобами медіа, та соціальними мережами

Мета: дослідження участі учнів в соціальних мережах, та спілкування у них.

Шановний учень!

Просимо тебе бути максимально чесним та відвертим у своїх відповідях під час проходження данної анкети.

Опитування є анонімним.

У поданих тобі запитаннях обери одну, або декілька відповідей з запропонованих варіантів.

1.В яких соціальних мережах ти зареєстрований(на)?(обведи відповідь)



2.Як часто ти заходиш в соціальні мережі?

- а) користуюся рідко або зовсім не користуюсь
- б) 1-5 разів на день
- в) 5-10 разів на день
- г) 10-20 разів на день
- д) свій варіант _____

3.Мета з якою ти заходиш в соціальні мережі?

- а) перевірити пошту
- б) переглянути новини
- в) розважитись
- г) власна відповідь: _____

4.Якому типу спілкування ти надаєш перевагу?

- а) зателефонувати
- б) спілкування on-line
- в) живе спілкування
- г) власна відповідь: _____

5.Вам легше поділитись переживаннями з приводу поганої оцінки:

- а) з друзями в Інтернеті
- б) з друзями в школі
- в) з батьками

Дякуємо за твою від відвертість у відповідях!

Розроблено: студентом 2 курсу, природничо-географічного факультету Касека.А.В



Додаток 2. Узагальнена анкета та результати дослідження медіаграмотності учнів

2.1. Анкета дослідження медіаграмотності учнів початкової школи

Шановний учень!

Просимо відповісти тебе на подані нижче запитання.

1. Чи зареєстрований ти в соціальній мережі?

- а) так б) ні

2. Чим ти у більшості займаєшся у вільний час?

- а) граю з друзями на вулиці
б) дивлюсь телевизор
в) провожу час в Інтернеті
г) читаю книжки
д) читаю журнали
е) відвідую різні секції
ж) допомагаю батькам
з) інше _____

3. В яких соціальних мережах ти зареєстрований?

- а) Twitter
б) Instagram
в) Facebook
г) Друзі.Life
д) Сусіди
е) YouTube
ж) Google +
з) інший варіант _____

4. У соціальних мережах ти підписаний під справжнім ім'ям?

- а) так б) ні в) так і ні

5. Чи однакові паролі у твоїх соціальних мережах?

- а) так б) ні

6. Оціни від 1 до 10, наскільки твій реальний образ відповідає віртуальному?

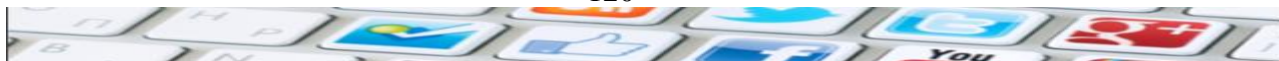
Не відповідає 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 точно відповідає

7. Скільки часу ти проводиш в соціальних мережах?

Напиши в хвилинах чи годинах: _____

8. В Інтернеті ти: (можна обрати декілька відповідей)

- а) спілкуєшся з друзями
б) ведеш свій блог
в) дивишся різні шоу-програми
г) читаєш і створюєш пости
д) шукаєш інформацію
е) слухаєш музику
ж) дивишся мультфільми
з) переглядаєш різні соцмережі
и) цікавишся новинами науки
к) власна відповідь _____



9. Чи будеш ти користуватись соціальними мережами, якщо вони стануть не безкоштовними?

- а) так, незалежно від ціни
- б) так, якщо ціна буде прийнятною
- в) важко сказати
- г) ні

10. Які медіапродукти ти створював?

- а) презентації
- б) картинки
- в) відеоролики
- г) пости в Facebook
- д) пости в Instagram
- е) відео в YouTube
- ж) інше _____

11. Чи подобається тобі створювати медіапродукти?

Не подобається 1 2 3 4 5 Дуже подобається

12. Чи важлива для тебе оцінка медіапродукту ... ?

- а) товаришів з класу
- б) друзів
- в) вчителів
- г) батьків
- д) незнайомих
- е) ні, не важлива
- ж) власна відповідь _____

13. Коли ти в Інтернеті, то нікому не маєш давати:

- а) своє прізвище, адресу, телефон
- б) номери прикладів з математики
- в) імена своїх домашніх улюбленців
- г) назви своїх улюблених книжок чи мультиків.

14. Ти отримав повідомлення у Viber чи на Facebook від незнайомця, твої дії:

- а) прочитати і відповісти йому

- б) розповісти батькам

- в) прочитати і видалити повідомлення

- г) не реагувати

- ж) власна відповідь _____



15. Визнач в балах, наскільки безпечно ти відчуваєш себе в Інтернеті?

Дуже небезпечно 1 2 3 4 5
Надзвичайно безпечно

16. Подивись на символи літер алфавіту і обери ті, які з них тобі знайомі?

Твій клас: вік: стать:

Дякуємо за відповіді!



2.2 Узагальнені результати дослідження медіаграмотності учнів 3-4х класів

1. Чи зареєстрований ти в соціальній мережі?

№	Варіанти відповідей	%
1	Так	61,3
2	Ні	38,7

2. Чим ти у більшості займаєшся у вільний час?

№	Варіанти відповідей	%
1	Граю з друзями на вулиці	26,3
2	Дивлюсь телевизор	16
3	Проводжу час в Інтернеті	19,67
4	Читаю книжки	6
5	Читаю журнали	3
6	Відвідую різні секції	15
7	Допомагаю батькам	9
8	Інше	8

1. Чи зареєстрований ти в соціальній мережі?

№	Варіанти відповідей	%
1	Так	78
2	Ні	22

2. Чим ти у більшості займаєшся у вільний час?

№	Варіанти відповідей	%
1	Граю з друзями на вулиці	29
2	Дивлюсь телевизор	12,25
3	Проводжу час в Інтернеті	14,75
4	Читаю книжки	9,25
5	Читаю журнали	2
6	Відвідую різні секції	19
7	Допомагаю батькам	14
8	Інше	2,5



3. В яких соціальних мережах ти зареєстрований?

№	Варіанти відповідей	%
1	Twitter	3,6
2	Instagram	19
3	Facebook	16
4	Друзі.Life	2,3
5	Сусіди	1,3
6	YouTube	29,6
7	Google+	20,3
8	Viber	3,6
9	Like	0
10	TikTok	0
11	Telegram	0
12	Stem	0
13	Amino	0
14	Google	0
15	Месенджер	0
	Не зареєстрований	5

3. В яких соціальних мережах ти зареєстрований?

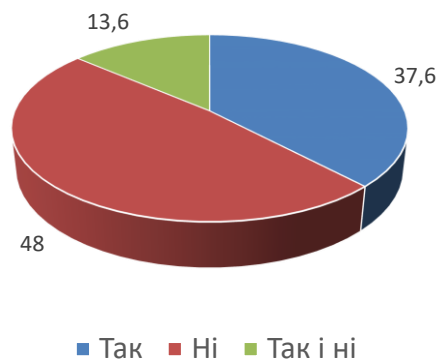
№	Варіанти відповідей	%
1	Twitter	2,25
2	Instagram	24,75
3	Facebook	17
4	Друзі.Life	0,25
5	Сусіди	0
6	YouTube	24,25
7	Google+	17
8	Viber	3
9	Like	3,75
10	TikTok	0,75
11	Telegram	0,25
12	Stem	0,25
13	Amino	0,25
14	Google	0,25
15	Месенджер	0,25
16	Не зареєстрований	0,25



4. У соціальних мережах ти підписаний під справжнім ім'ям?

№	Варіанти відповідей	%
1	Так	37,6
2	Ні	48
3	Так і ні	13,6

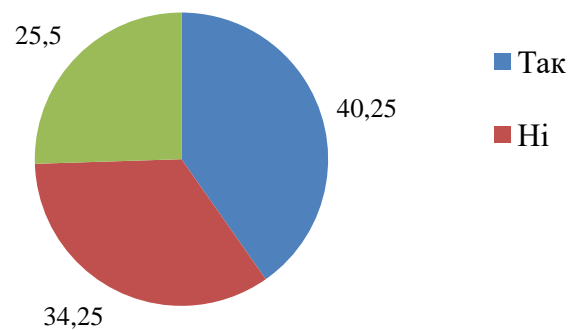
4. У соціальних мережах ти підписаний під справжнім ім'ям?



4. У соціальних мережах ти підписаний під справжнім ім'ям?

№	Варіанти відповідей	%
1	Так	40,25
2	Ні	34,25
3	Так і ні	25,5

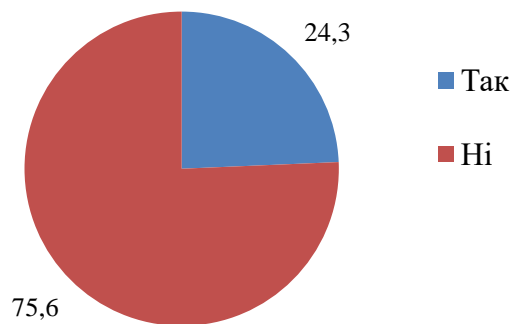
4. У соціальних мережах ти підписаний під справжнім ім'ям?



5. Чи однакові паролі у твоїх соціальних мережах?

№	Варіанти відповідей	%
1	Так	24,3
2	Ні	75,6

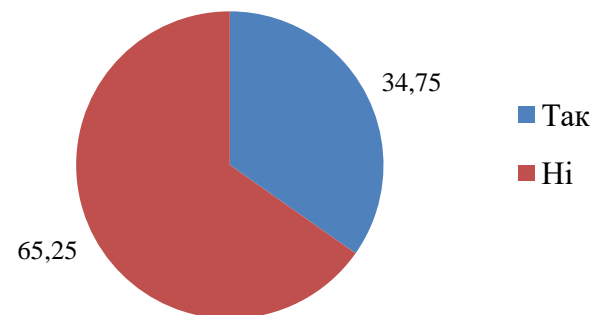
5. Чи однакові паролі у твоїх соціальних мережах?



5. Чи однакові паролі у твоїх соціальних мережах?

№	Варіанти відповідей	%
1	Так	10
2	Ні	21

5. Чи однакові паролі у твоїх соціальних мережах?



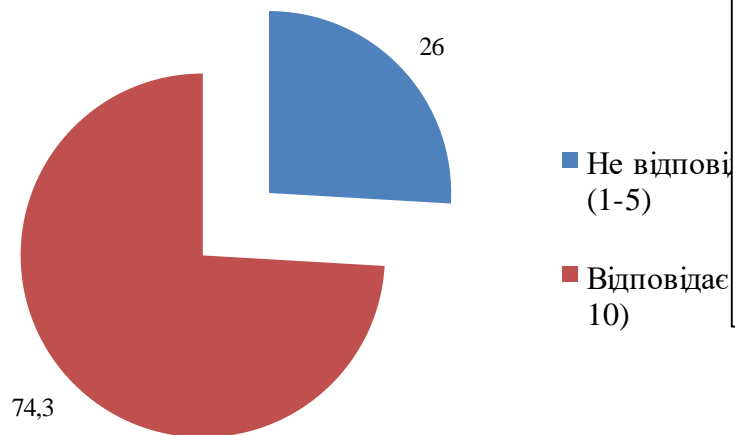
6. Оціни від 1 до 10, наскільки твій реальний образ відповідає віртуальному?

№	Варіанти відповідей	%
1	Не відповідає (1-5)	26
2	Відповідає (6-10)	74,3

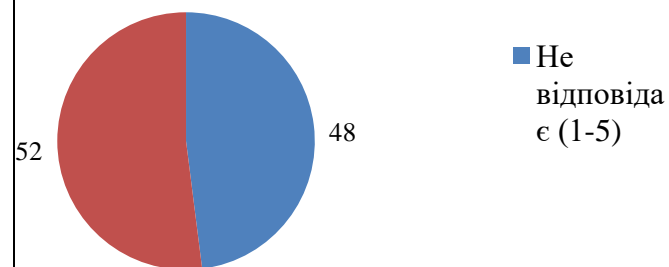
6. Оціни від 1 до 10, наскільки твій реальний образ відповідає віртуальному?

№	Варіанти відповідей	%
1	Не відповідає (1-5)	48
2	Відповідає (6-10)	52

6. Оціни від 1 до 10, наскільки твій реальний образ відповідає віртуальному?



6. Оціни від 1 до 10, наскільки твій реальний образ відповідає віртуальному?



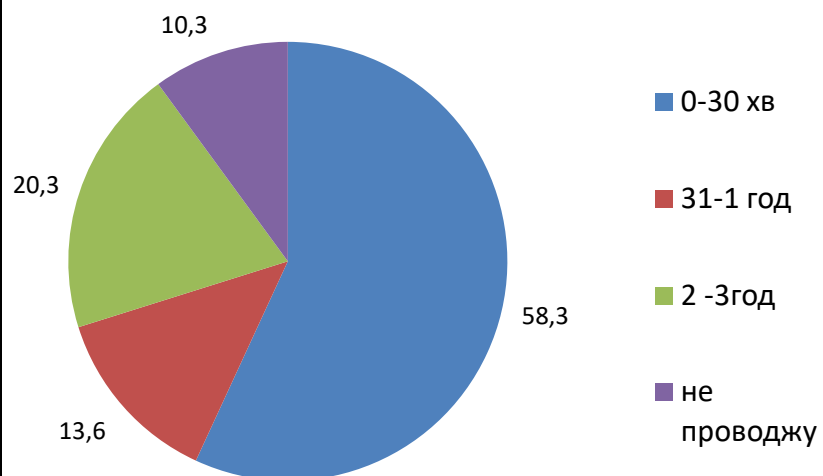
7. Скільки часу ти проводиш в соціальних мережах?

№	Варіанти відповідей	%
1	0 хв. – 30 хв.	58,3
2	31 хв. – 1 год.	13,6
3	1год. 1 хв. – 1 год. 30 хв.	0
4	1 год. 31 хв. – 2 год.	0
5	2год-3 год.	20,3
6	Не проводжу	10,3

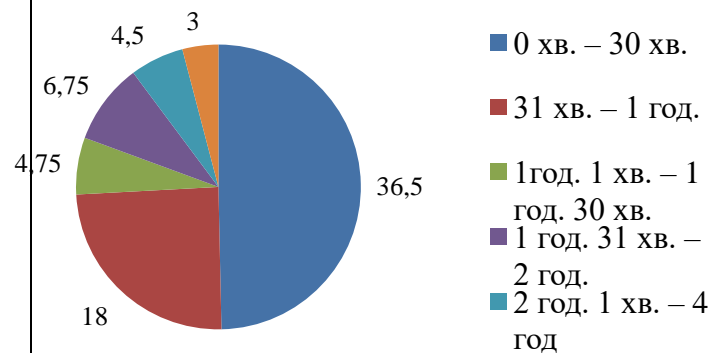
7. Скільки часу ти проводиш в соціальних мережах?

№	Варіанти відповідей	%
1	0 хв. – 30 хв.	36,5
2	31 хв. – 1 год.	18
3	1год. 1 хв. – 1 год. 30 хв.	4,75
4	1 год. 31 хв. – 2 год.	6,75
5	2 год. 1 хв. – 4 год.	4,5
6	більше	3

7. Скільки часу ти проводиш в соцмережах?

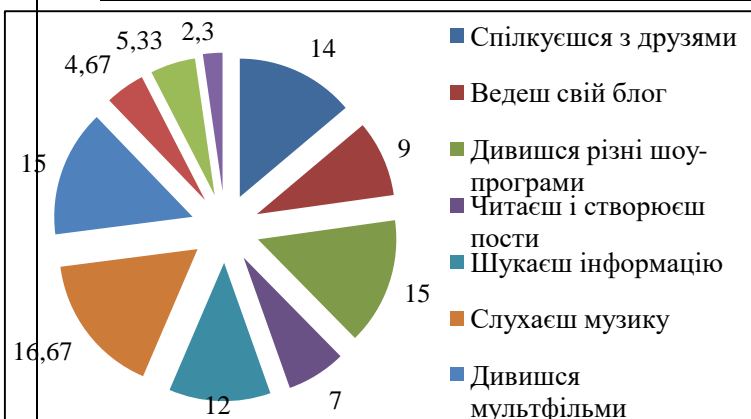


7. Скільки часу ти проводиш в соціальних мережах?



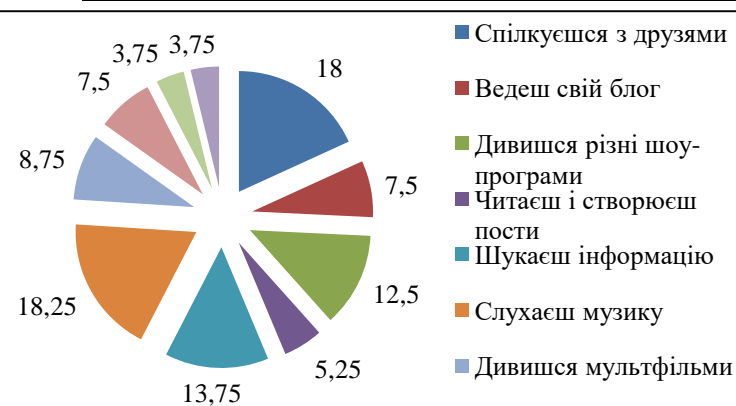
8. В Інтернеті ти ?

№	Варіанти відповідей	%
1	Спілкуєшся з друзями	14
2	Ведеш свій блог	9
3	Дивишся різні шоу-програми	15
4	Читаєш і створюєш пости	7
5	Шукаєш інформацію	12
6	Слухаєш музику	16,67
7	Дивишся мультфільми	15
8	Переглядаєш різні соцмережі	4,67
9	Цікавишся новинами науки	5,33
10	Власна відповідь	2,33



8. В Інтернеті ти ?

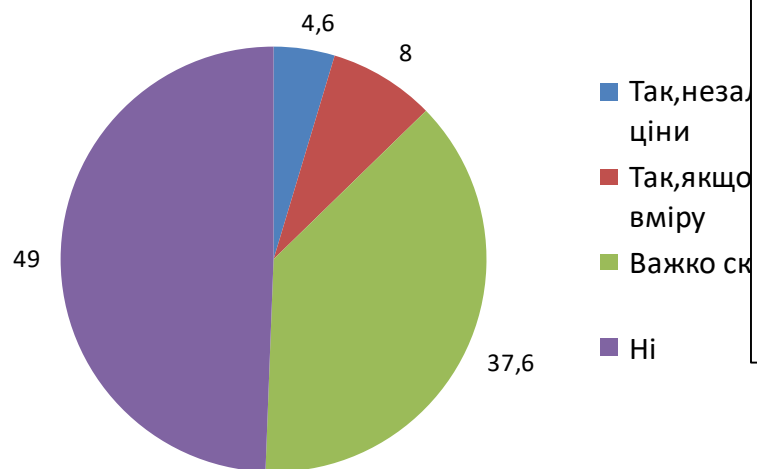
№	Варіанти відповідей	%
1	Спілкуєшся з друзями	18
2	Ведеш свій блог	7,5
3	Дивишся різні шоу-програми	12,5
4	Читаєш і створюєш пости	5,25
5	Шукаєш інформацію	13,75
6	Слухаєш музику	18,25
7	Дивишся мультфільми	8,75
8	Переглядаєш різні соцмережі	7,5
9	Цікавишся новинами науки	3,75
10	Власна відповідь	3,75



9. Чи будеш ти користуватися соцмережами, якщо вони стануть не безкоштовними?

№	Варіанти відповідей	%
1	Так, незалежно від ціни	4,6
2	Так, якщо ціна буде прийнятною	8
3	Важко сказати	37,6
4	Ні	49

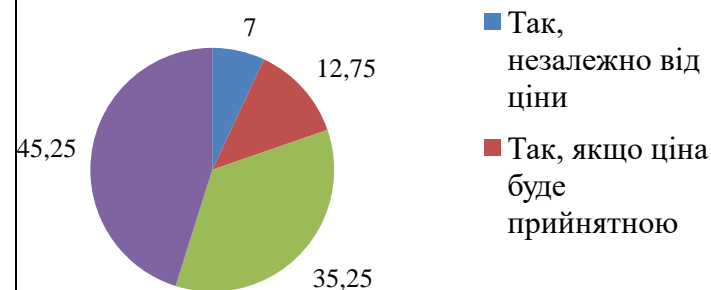
9. Чи будеш ти користуватися соцмережами, якщо вони стануть не безкоштовними?



9. Чи будеш ти користуватись соціальними мережами, якщо вони стануть не безкоштовними?

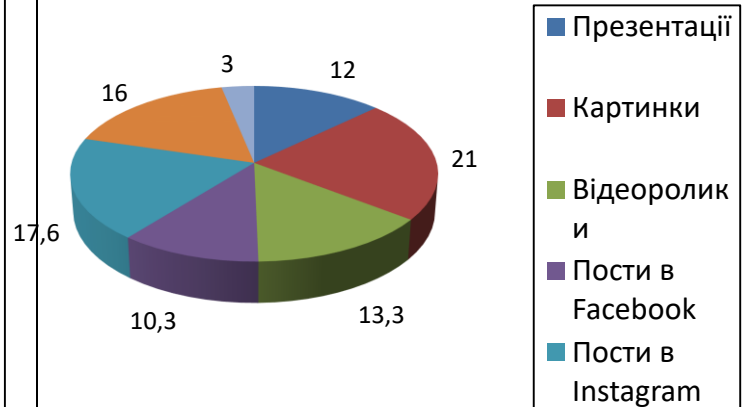
№	Варіанти відповідей	%
1	Так, незалежно від ціни	7
2	Так, якщо ціна буде прийнятною	12,75
3	Важко сказати	35,25
4	Ні	45,25

9. Чи будеш ти користуватись соціальними мережами, якщо вони стануть не безкоштовними?



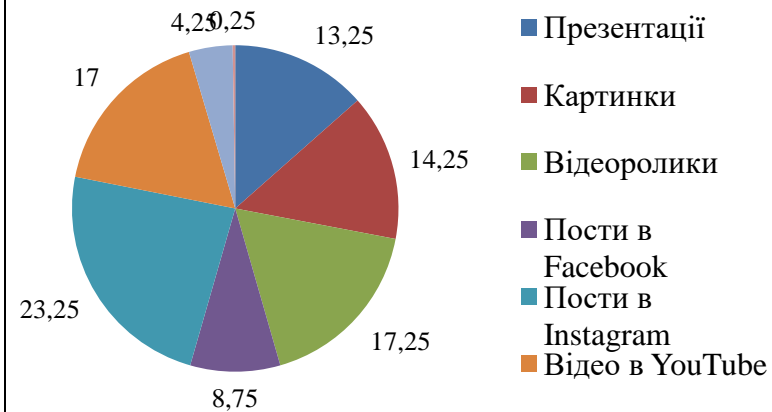
10. Які медіа продукти ти створював?

№	Варіанти відповідей	%
1	Презентації	12
2	Картинки	21
3	Відеоролики	13,3
4	Пости в Facebook	10,3
5	Пости в Instagram	17,6
6	Відео в YouTube	16
7	Просто зареєстрований	0
8	Інше	3



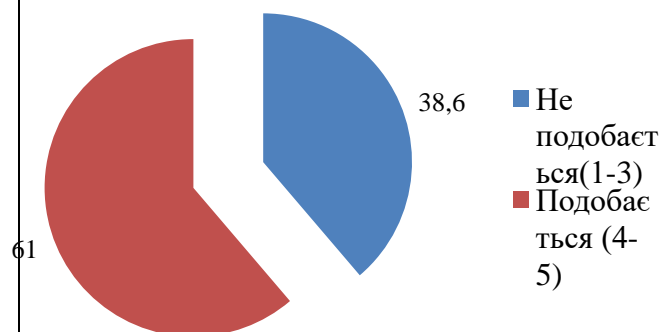
10. Які медіапродукти ти створював?

№	Варіанти відповідей	%
1	Презентації	13,25
2	Картинки	14,25
3	Відеоролики	17,25
4	Пости в Facebook	8,75
5	Пости в Instagram	23,25
6	Відео в YouTube	17
7	Просто зареєстрований	4,25
8	Інше: музику	0,1



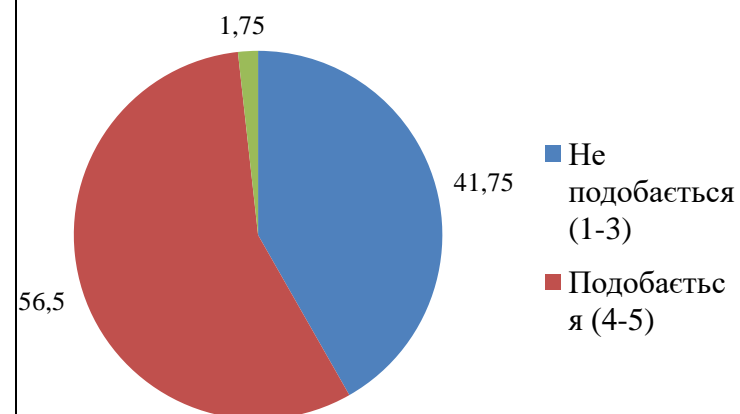
11. Чи подобається тобі створювати медіа продукти?

№	Варіанти відповідей	%
1	Не подобається (1-3)	38,6
2	Дуже подобається (4-5)	61
3	Я не створюю	0



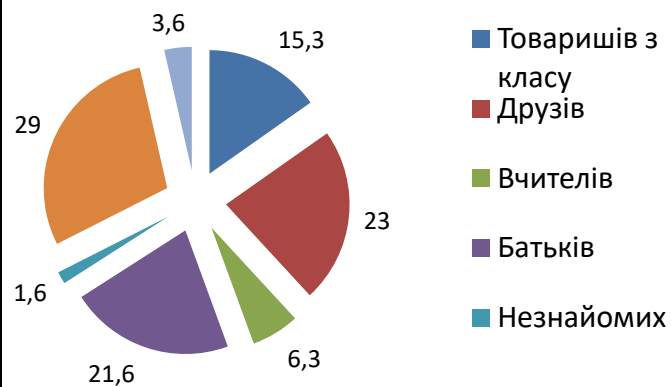
11. Чи подобається тобі створювати медіапродукти?

№	Варіанти відповідей	%
1	Не подобається (1-3)	41,75
2	Подобається (4-5)	56,5
3	Я не створюю	1,75



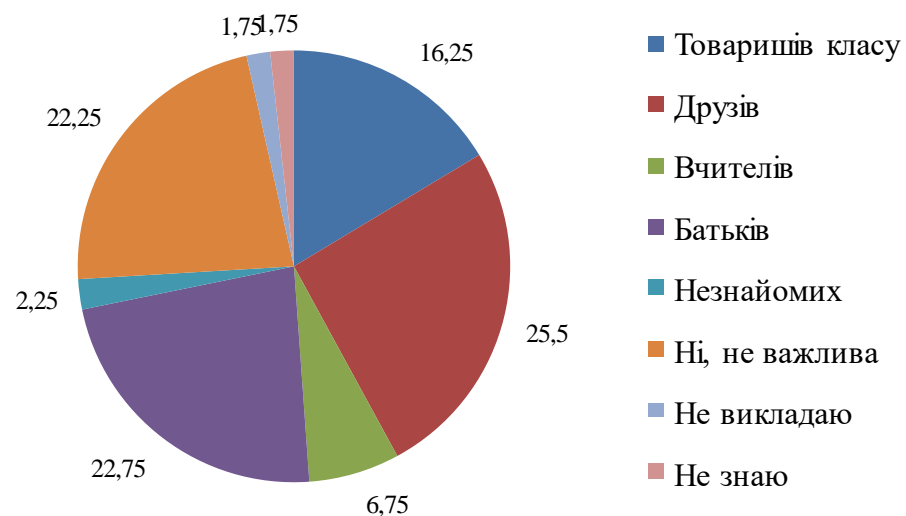
12. Чи важлива для тебе оцінка медіа продукту ?

№	Варіанти відповідей	%
1	Товаришів з класу	15,3
2	Друзів	23
3	Вчителів	6,3
4	Батьків	21,6
5	Незнайомих	1,6
6	Ні, не важлива	29
7	Власна відповідь	3,6



12. Чи важлива для тебе оцінка медіапродукту...?

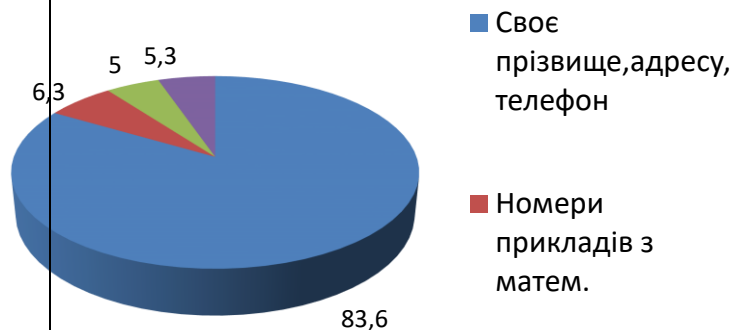
№	Варіанти відповідей	%
1	Товаришів класу	16,25
2	Друзів	25,5
3	Вчителів	6,75
4	Батьків	22,75
5	Незнайомих	2,25
6	Ні, не важлива	22,25
7	Власна відповідь	3,5



13. Коли ти в Інтернеті, то нікому не маєш давати:

№	Варіанти відповідей	%
1	Своє прізвище, адресу, телефон	83,6
2	Номери прикладів з математики	6,3
3	Імена домашніх улюбленців	5
4	Назви своїх улюблених книжок чи мультфільмів	5,3

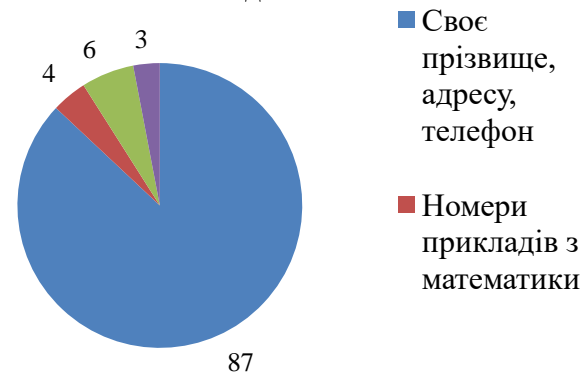
13. Коли ти в інтернеті, то нікому не маєш давати:



13. Коли ти в Інтернеті, то нікому не маєш давати:

№	Варіанти відповідей	%
1	Своє прізвище, адресу, телефон	87
2	Номери прикладів з математики	4
3	Імена своїх домашніх улюбленців	6
4	Назви своїх улюблених книжок чи мультиків	3

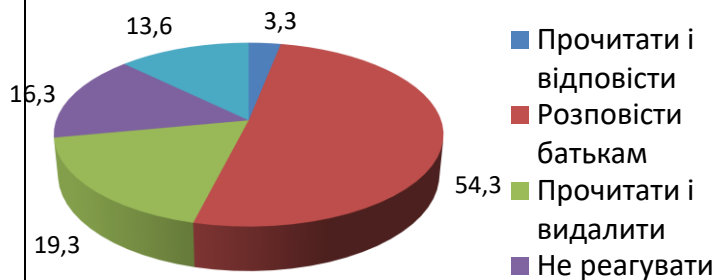
13. Коли ти в Інтернеті, то нікому не маєш давати:



14. Ти отримав повідомлення у Viber чи на Facebook від незнайомця, твої дії?

№	Варіанти відповідей	%
1	Прочитати і відповісти	3,3
2	Розповісти батькам	54,3
3	Прочитати і видалити	19,3
4	Не реагувати	16,3
5	Власна відповідь: заблокувати	3,3

14. Ти отримав повідомлення у Viber чи на Facebook від незнайомця, твої дії?



14. Ти отримав повідомлення у Viber чи на Facebook від незнайомця, твої дії:

№	Варіанти відповідей	%
1	Прочитати та відповісти йому	4,75
2	Розповісти батькам	46
3	Прочитати і видалити повідомлення	24,5
4	Не реагувати	9
5	Власна відповідь: заблокувати	4,5

14. Ти отримав повідомлення у Viber чи на Facebook від незнайомця, твої дії:

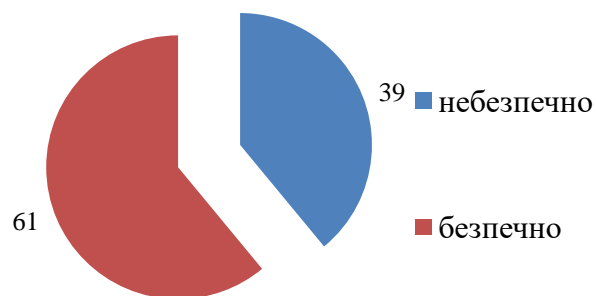


15. Визнач в балах, наскільки безпечно ти почуваєш себе в Інтернеті ?

Дуже небезпечно 1 2 3 4 5 Надзвичайно безпечно

№	Варіанти відповідей	%
1	небезпечно (1-3)	39
2	безпечно(4-5)	61

15. Визнач в балах, наскільки безпечно ти почуваєш себе в інтернеті?

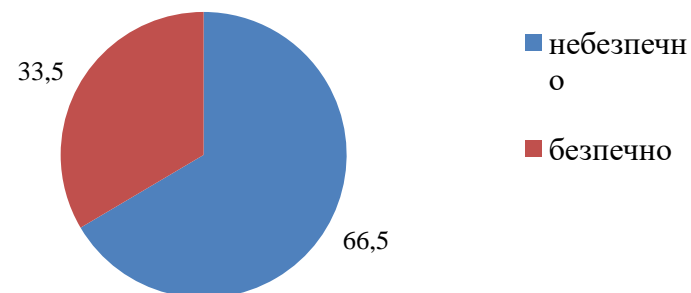


15. Визнач в балах, наскільки безпечно ти почуваєш себе в Інтернеті?

Дуже небезпечно 1 2 3 4 5 Надзвичайно безпечно

№	Варіанти відповідей	%
1	небезпечно (1-3)	66,5
2	безпечно (4-5)	35,5

15. Визнач в балах, наскільки безпечно ти почуваєш себе в Інтернеті?



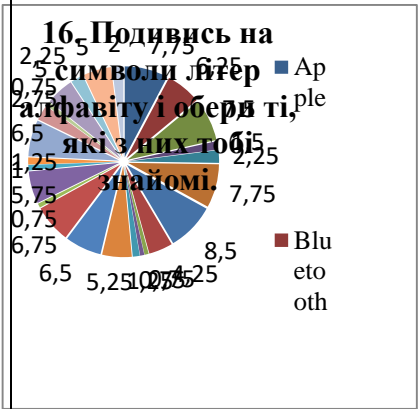
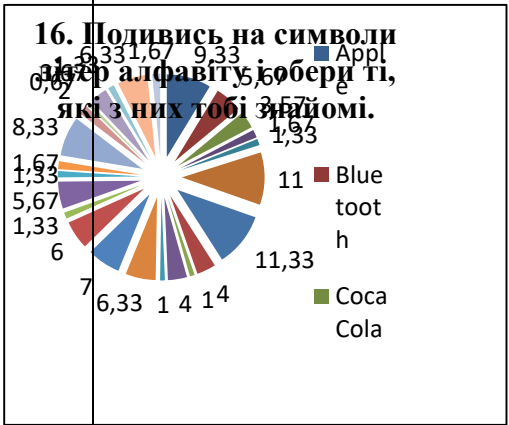
16. Подивись на символи літер алфавіту і обери ті, які з них тобі знайомі.

№	Варіанти відповідей	%
1	Apple	9,33
2	Bluetooth	5,67
3	CocaCola	3,57
4	D&G	1,67
5	EBAY	1,33
6	Facebook	11
7	Google	11,33
8	HP	4
9	Icq	1
10	Jaguar	4
11	Kodak	1
12	LG	6,33
13	Windows	7
14	NOKIA	6
15	Однокласники	1,33
16	PUMA	5,67
17	Quick meals	1,33
18	ROLEX	1,67
19	Skype	8,33
20	Twitter	2
21	UFO	0,67
22	VK	3,67
23	Wikipedia	1,33
24	The X Factor	6,33
25	Yahoo	1,67

16. Подивись на символи літер алфавіту і обери ті, які з них тобі знайомі.

№	Варіанти відповідей	%
1	Apple	7,75
2	Bluetooth	6,25
3	CocaCola	7,5
4	D&G	1,5
5	EBAY	2,25
6	Facebook	7,75
7	Google	8,5
8	HP	4,25
9	icq	0,75
10	Jaguar	0,75
11	Kodak	1,25
12	LG	5,25
13	Windows	6,5
14	NOKIA	6,75
15	Однокласники	0,75
16	PUMA	5,75
17	Quick meals	1
18	ROLEX	1,25
19	Skype	6,5
20	Twitter	2,75
21	UFO	0,75
22	VK	5
23	Wikipedia	2,25
24	The X Factor	5
25	Yahoo	2





Додаток 3. Анкета та результати дослідження стану сформованості медіаграмотності майбутніх вчителів

3.1. Анкета вивчення стану сформованості медіаграмотності майбутніх вчителів

Я в інформаційному світі

Шановні студенти! Подумайте над поданими нижче питаннями.

Опитування анонімне, намагайтесь будь ласка бути якомога точнішими у відповідях.

Оберіть одну або кілька відповідей.

1. Ви зареєстровані в соціальних мережах.

Так

Ні

2. Якщо Ваша відповідь в першому запитанні "так", вкажіть будь ласка в яких мережах зареєстровані

Друзі

Instagram

LinkedIn

Life

Google +

MySpace

UkrOpen

FamalyUA

Viber

Українці

Сусіди

WhatsApp

Ukrface

Telegram

Pinterest

Facebook

YouTube

Skype

Twitter

Мій Світ

Інше

3. Скільки часу, на Вашу думку, Ви проводите в соціальних мережах?

4. З яким(и) твердженням(и) Ви погоджуєтесь: соціальні мережі ...

а) створені для спілкування

б) прагнуть усіма можливостями утримувати вашу увагу в власних цілях

в) спрямовані на те, щоб користувач проводив якомога більше часу в мережі

г) ґрунтуються на алгоритмах, які вивчають мої інтереси і можуть керувати моєю увагою

д) містять персоналізовану стрічку новин, яка керує моєю увагою

е) контент корисної інформації, корисних зв'язків

ж) можливість відчувати себе не самотнім

з) корисна можливість безцільно повести час

и) інше:

5. Контент моєї стрічки новин соціальної мережі у більшості

а) розважає

б) інформує

в) розвиває

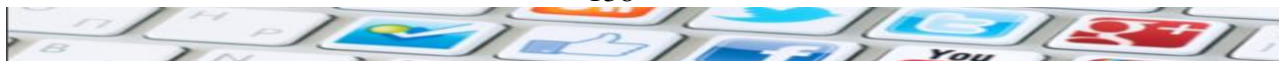
г) впевнює у власних силах

д) викликає заздрість

е) підвищує власну значущість

ж) обурює

з) інше



6. Тематика вашої стрічки новин в соціальній мережі

- а) повністю мене задовольняє
- б) хотілось би дещо змінити
- в) я знаю як формувати тематику стрічки новин
- г) у більшості мені не подобається
- д) інше

7. Які емоції ви відчуваєте коли бачите іконку соціальної мережі

радість,

бажання скоріше

відкрити

сум

хвилювання

сором

страх

нудьга

розчарування

безпека

байдужість

інше

8. Оцініть від 1 до 10 на скільки Ваш образ в соціальній мережі співпадає з реальним *

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

9. Соціальне схвалення в мережі для вас важливе?

- а) так, я чекаю позитивні лайки до моїх постів
- б) моя діяльність в соціальних мережах не визначається лайками друзів
- в) пишу оскільки не можу не писати, незалежно від якості і кількості оцінок
- г) негативні реакції на мої пости, фото викликають моє незадоволення в соціальних мережах
- д) не створюю пости тому не залежу від сторонньої думки
- е) інше

10. Чи бувало з Вами так, що після перегляду стрічки новин Вам здавалось, що ваше життя не таке цікаве

Так Ні

11. Продовж речення "Я зазвичай ..."

- а) підписуюсь лише на корисні для мене спільноти, сторінки
- б) виважено ставлю кожен лайк
- в) видаляю людей які пишуть "інформаційне сміття"
- г) додаю друзів дуже уважно і обережно
- д) не аналізуючи, легко лайкаю пости
- е) додаю у друзі усіх хто надсилає запит
- ж) коли ставлю лайк, усвідомлюю що мережа буде додавати схожий контент
- з) використовую режим браузера інкогніто, коли мої запити можуть додати до стрічки новин нецікавий контент
- и) мало чому вірю, перевіряю інформацію в різних джерелах

12. Чи будете Ви користуватись соціальними мережами, якщо вони стануть не безкоштовними?

- а) так, не залежно від ціни
- б) так, за адекватну ціну
- в) ні, не буду оплачувати
- г) важко відповісти
- д) ні

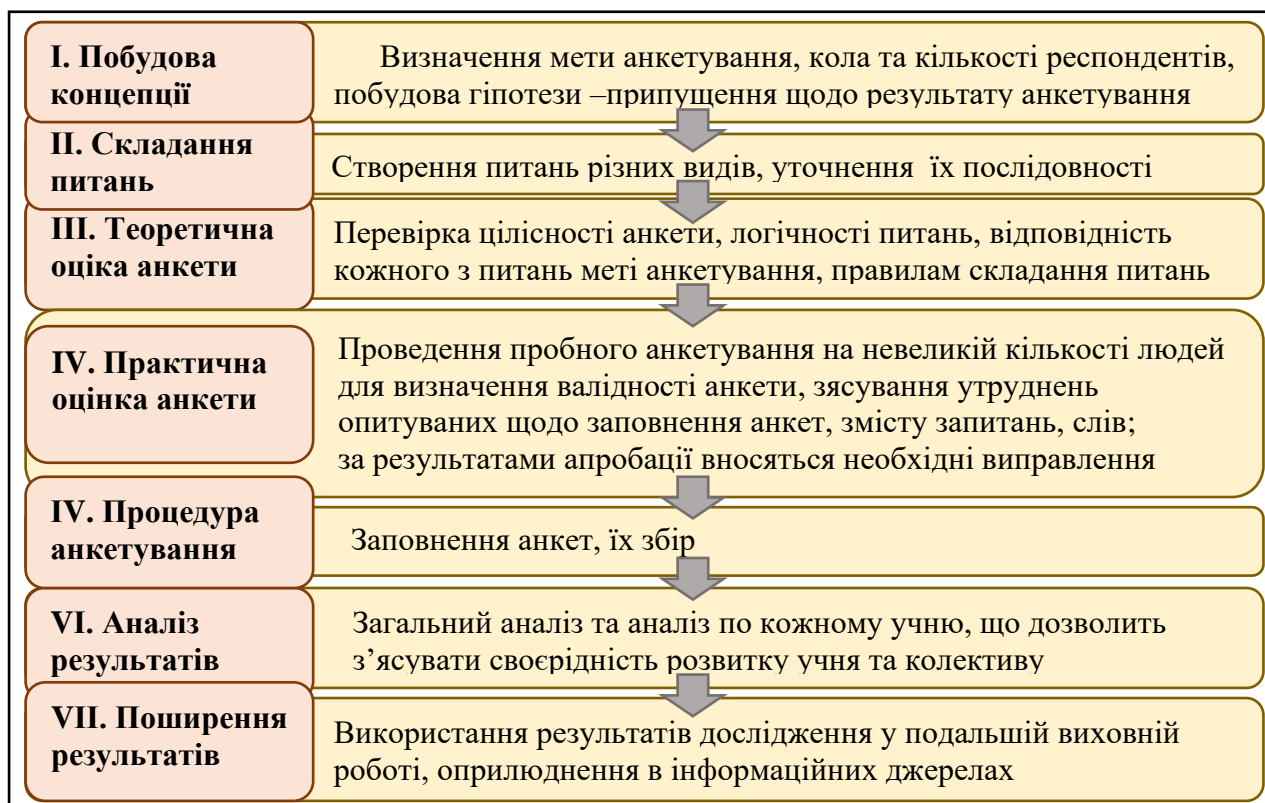


13. Як вирозумієте сутність поняття «медіа грамотність»?
14. Які структурні компоненти можна виділити в структурі медіаграмотності?
15. Чи важлива спеціальна виховна робота з медіаграмотності для учнів?
так
ні
не знаю
16. Ви граєте в комп'ютерні ігри?
так
ні
17. Якщо граєте, то ця гра ...
шутер
стратегічна гра
симулятор
пригоди
головоломка
перегони
інше
18. Булінг - це ...
комп'ютерна гра
Інтернет вірус
цькування, форма агресії
19. Чи є в Вашому оточенні люди, які здійснюють фізичний чи психологічний тиск на Вас?
так ні
20. Є в вашому оточенні люди з якими Ви можете поділитись проблемами цькування з боку інших людей?
а) так, батьки
б) так, однокласники
в) так, друзі
г) ні, не маю
д) інше
21. Дата Вашого народження
22. Ваша стать
жіноча
чоловіча



Додаток 4. Методичні поради до методу анкетування

4.1. Алгоритм проведення анкетування



4.2. Структурні частини анкети

ВСТУПНА частина - звернення до респондента, завірення в анонімності, наведення правил заповнення анкети

ОСНОВНА частина - блоки запитань до опитуваних, найбільш інформативна частина, надає змістовну інформацію.

ЗАКЛЮЧНА частина - дані про опитуваних (освіта, вік, стать, соціально походження тощо), вдячність респонденту за співробітництво



4.3. Типи запитань анкети

	Тип запитання		Приклад запитання анкети
I.	Контактні питання	A.	Ми знаємо Вас як відомого спеціаліста ...
II.	Питання-фільтри	B.	Чи займаєтеся Ви спортом? 1) Так; 2) Ні (якщо «ні», то переходьте до питання 10):
III.	Питання про факти та події; оцінки і думки	C.	Чи втрачали ви роботу протягом останнього року? Як би ви оцінили результати практики?
IV.	Питання-пастки	D.	Респонденту задається серія питань типу: Чи бувають у вас думки, які хотілося б приховати? Чи буває, що, розсердившись, ви виходите з себе? (особистісний тест Г. Айзенка). Якщо респондент на всі питання відповідає "Ні", то в його щирості доводиться засумніватися
V.	Контрольні питання	E.	Якщо основним є питання: "Якою мірою ви задоволені своєю роботою?", тоді до якого типу запитання віднести питання: "Хотіли б ви змінити місце роботи?"
VI.	Безособові питання	F.	Деякі люди вважають, що ... А як ви думаєте?
VII.	Підбір асоціацій	G.	Що для нас неформальна освіта? Наведіть асоціації
VIII.	Закрите (дихотомічне) запитання	H.	Чи пройшли Ви спеціальне навчання тренера? 1) Так; 2) Ні
IX.	Закрите (альтернативне) запитання	I.	Ви любите морозиво ? 1. Так. 2 Ні. 3. Так і ні. 4 Важко відповісти.
X.	Закрите (запитання-меню)	J.	Які фактори стимулюють ваше навчання у вузі? (можете обрати кілька відповідей) 1) бажання отримати знання; 2) необхідність мати диплом, стипендія; 3) інтерес до дисциплін; 4) авторитет в студентській групі; 5) вже стільки часу витрачено на навчання
XI.	Напівзакрите питання	K.	Що заважає Вам навчатися з повною віддачею сил? 1) відсутність необхідної літератури, 2) власна пасивність 3) розчарування в професії 4) житлові проблеми, проблеми зі здоров'ям 5) власна відповідь
XII.	Запитання-завершення речення	L.	Закінчіть фразу: Коли я чую, як викладачу докоряють у тому, що його студенти погано знають предмет, я думаю, що...
XIII.	Відкрите питання	M.	Ваші очікування від участі в Проекті?
XIV.	Шкальне питання	N.	Визначте в балах наскільки результативною була профорієнтаційна робота з учнями 8 класів? Абсолютно не результативна 1 2 3 4 5 Надзвичайно результативна



4.4. Шаблон заповнення анкети

Мета дослідження:	
Вступна частина анкети:	
Основна частина анкети:	
I. Контактні питання	
1.	
...	
II. Основні питання	
1. Відкрите питання	
2. Закрите питання	
3. Напівзакрите питання	
4. Питання-меню	
5. Контрольне питання	
6. Шкальне питання	
...	
III. Заключні питання	
1.	
2.	
...	
Заключна частина анкети: – дані про опитуваних – вдячність респонденту за співробітництво	

Лукіна Т.О. Технологія розробки анкет для моніторингових досліджень освітніх проблем: методичні рекомендації / Т.О.Лукіна . – Миколаїв: ОППО, 2012. – 32 с.

4.5. Вимоги до оформлення анкети

Поля: ліве 3, верхнє 2, нижнє 2, праве 1,5

Шрифти: назва 14, текст 12),

Списки: українські букви і дужка, після дужки маленька буква, після тексту відсутні «;»

Курсив: у зверненнях до учня,

Напівжирний для назви, запитань, прізвища та ініціалів автора,

Риска після власної відповіді доходить до краю тексту

Вільний рядок після назви, перед запитаннями, після кожного запитання



Додаток 5. Інфорграфіка «Як бути невидимим он-лайн»



..... HOW TO BE
INVISIBLE ONLINE
(WITHOUT GOING OFF THE GRID)

Worried about your data getting into the wrong hands? Uncomfortable with others being able to see your online activity? You're not being paranoid. Your data is being used for many purposes.

And yet, for many of us, switching to encrypted emails and fully anonymous tools like Tor just seems too drastic. **Without going off the grid completely, these tips are the best way to reduce the amount of information you share online.**

..... 1

HOW TO ANONYMIZE EVERYTHING YOU DO ONLINE

Don't worry if you're not ready to move to an anonymous browser like Tor; there are still things you can do to go invisible on your browser of choice.

GO INCOGNITO

Incognito mode disables the tracking information in your browser and prevents websites from collecting browsing information.¹

ON CHROME

- 1 Click 
- 2 Click **New Incognito Window**



- 3 Check for the Incognito icon  in the new window

ON FIREFOX

- 1 Click the menu button 



- 2 Click **New Private Window**

ON INTERNET EXPLORER

- 1 Click the **Gear** icon




- 2 Hover your cursor over the **Safety** option in the drop-down menu
- 3 Select **InPrivate Browsing**

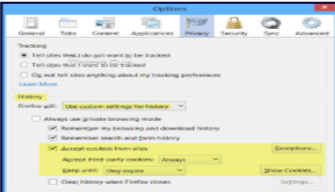


BLOCK THIRD-PARTY COOKIES

Cookies are small pieces of data that enable information about you to be remembered by an external site. Blocking cookies prevents your Internet activity from being tracked.


ON CHROME

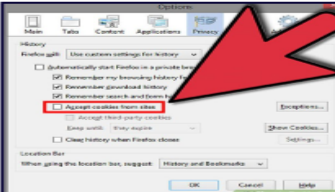
- 1 In top right, click  and then **Settings**
- 2 At the bottom, click **Show advanced settings**
- 3 In the **Privacy** section, click **Content settings**



- 4 Under **Cookies**, turn on **Block third-party cookies**

ON FIREFOX

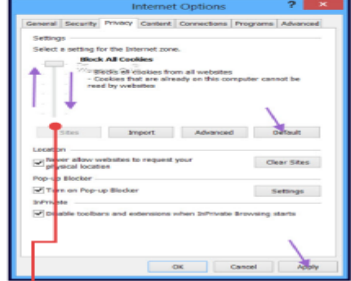
- 1 Click  and choose **Preferences**
- 2 Select the **Privacy & Security** panel
- 3 Go to the **Cookies and Site Data** section



- 4 Select **Block cookies and site data**

ON INTERNET EXPLORER

- 1 Click the **Gear** icon
- 2 Click on **Internet Options**
- 3 Go to the **Privacy** tab



- 4 Under **Settings**, move the slider to the top to block all cookies

TAILOR PERMISSIONS FOR WEBSITES THAT YOU ACCESS

If you feel unsure about the safety of a website then you can change its permission options to prevent it from tracking you.

ON CHROME

- 1 To the left of the web address, click the icon you see:
 Lock,  Info, or  Dangerous



- 2 Click **Site settings**
- 3 Change the **permission settings** (including Cookies, Popups, Ads, Automatic downloads, Location information, etc.)

ON FIREFOX

- 1 Click the right arrow on the **Control Center**



- 2 Next click **More Information** 
- 3 Check out the **Page Info** window
- 4 Make adjustments within the **permissions** section

ON INTERNET EXPLORER

- 1 Click the **Gear** icon
- 2 Select **Internet Options**
- 3 Go to the **Security** tab, and then click the **Trusted Sites** icon



- 4 Click **Sites** to view the current list of trusted websites
- 5 Websites can be **whitelisted** and **blacklisted** from here



PRO TIP

Use the **HTTPS Everywhere** extension to ensure you're always accessing the HTTPS version of a website where available. With HTTPS your connection is secure and it's much harder for anyone else to see what you're doing.



ON SOCIAL MEDIA PLATFORMS

Javelin Strategy & Research suggests that users of Facebook, Instagram, and Snapchat face a 46% higher risk of account takeover and fraud than those not active on social networks.²

So hiding yourself on social media is definitely worthwhile.

ON FACEBOOK

LIMIT ACCESS TO YOUR FUTURE POSTS

You can limit access to your future posts to ensure that they are only visible to friends. This should reduce the amount of data Facebook collects from your browsing.

Privacy Settings and Tools

Your Activity

Who can see your future posts? Close

You decide who can see your future posts each time you create a new post. Facebook will use that audience for future posts unless you change it.

What's on your mind?

Remember: You changed this setting. Review all your posts and things you're tagged in.

Limit the audience for posts you've shared with friends of friends or Public?

Who should see this?

- ☐ Public
Anyone on or off Facebook
- ☒ Friends
Your friends on Facebook

Post

Use Activity Log

Limit Past Posts



PRO TIP

Followers can see your posts on Facebook, even if you don't wish to befriend them. To prevent this, go to **Public Posts > Who can follow me** and change from **Public** to **Friends**.

Public Post Filters and Tools

Who Can Follow Me Who can see your future posts? Friends Edit

Followers see your posts in News Feed. Friends follow your posts by default, but you can also allow people who are not your friends to follow your public posts. Use this setting to choose who can follow you.

Each time you post, you choose which audience you want to share with. Learn more.

Public Post Comments Who can comment on your public posts? Friends Edit

Public Post Notifications Get notifications from Friends of Friends Edit

Public Profile Info Who can like or comment on your public profile pictures and other profile info? Friends Edit

Comment Ranking Comment ranking is Off Edit

STOP PEOPLE USING YOUR PERSONAL INFO FOR FINDING YOU

In the **Privacy** menu, alter your settings to prevent people you don't know from using your **email address** and **telephone number**.

Privacy Settings and Tools

Your Activity

Who can see your future posts? Friends Edit

Review all your posts and things you're tagged in Use Activity Log

Limit the audience for posts you've shared with friends of friends or Public? Limit Past Posts

How People Find and Contact You

Who can send you friend requests? Friends of friends Edit

Who can see your friends list? Friends Edit

Who can look you up using the email address you provided? Close

This applies to people who can't see your email address on your profile.

Who can look you up using the phone number you provided? Friends Edit

Who can look you up using the email address you provided? No Edit

Who can look you up using the phone number you provided?

Who can look you up using the email address you provided?



PREVENT YOUR NAME BEING LINKED WITH ADS

You can now prevent your name and Facebook actions being linked with advertisements.



1 Go to the **Ads** section



2 Under **Ad settings** update your settings



Ad settings

Ads based on data from partners

To show you better ads, we use data that advertisers and other partners provide us about your activity off Facebook Company Products.

Not allowed

Ads based on your activity on Facebook Company Products that you see elsewhere

When we show you ads off Facebook Company Products, such as on websites, apps and devices that use our advertising services, we use data about your activity on Facebook Company Products to make them more relevant.

Not allowed

Ads that include your social actions

We may include your social actions on ads, such as liking the Page that's running the ad. Who can see this info?

No One

3 Select **No one** for Ads that include your social actions

Cancel

Save

4 **Save changes**

BLOCK FACEBOOK APPS FROM ACCESSING YOUR DATA

In the **Apps and Websites** menu, it's possible to reduce the information that Facebook apps can access.

Preferences



Apps, Websites and Games

This setting controls your ability to interact with apps, websites and games both on and off Facebook.

Turned off.

Edit



Old Versions of Facebook for Mobile

This setting controls the privacy of things you post using old Facebook mobile apps that do not have the inline audience selector, such as outdated versions of Facebook for BlackBerry.

Only me ▼

1 Go to **Preferences > Apps, Websites, and Games**

2 Switch from **Turned on** to **Turned off**.³



ON TWITTER

PREVENT TWITTER FROM TRACKING YOU

Control how Twitter collects and shares your data.

- 1 In your **Account** page, click on **Privacy and safety**
- 2 Go to **Personalization and data**
- 3 Click on **Disable all**
- 4 Don't forget to **Save changes**

STOP INCLUDING LOCATION DATA IN TWEETS

Uncheck the box at **Settings and privacy > Tweet Location—Tweet with a location**. There is also a button here enabling you to delete previous information.


STOP TWITTER FROM ACCESSING YOUR CONTACTS

In the **Privacy and safety** menu, scroll down to **Discoverability** and unclick the boxes to stop others from finding you by your email address or phone number.



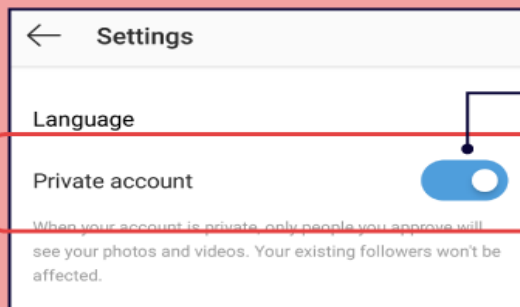
ON INSTAGRAM

MAKE YOUR POSTS PRIVATE

The most fundamental change to make in Instagram is to make your posts private. From inside the app, click  to access **Settings** and then tap to toggle **Private Account** on.




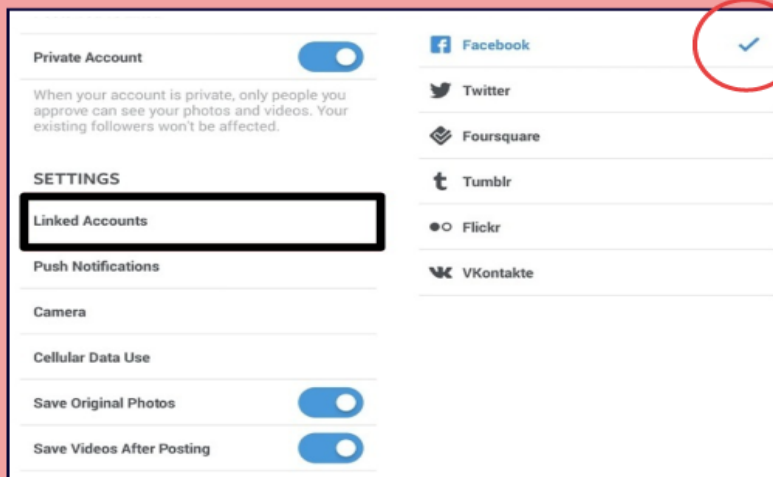
Settings



Private Account

PREVENT INSTAGRAM FROM SHARING INFORMATION WITH OTHER SOCIAL NETWORKING SITES

Click  to access **Settings** and then select **Linked Accounts**. Unclick all of the accounts you wish to remove.



- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ Foursquare
- ☐ Tumblr
- ☐ Flickr
- ☐ VKontakte



PRO TIP

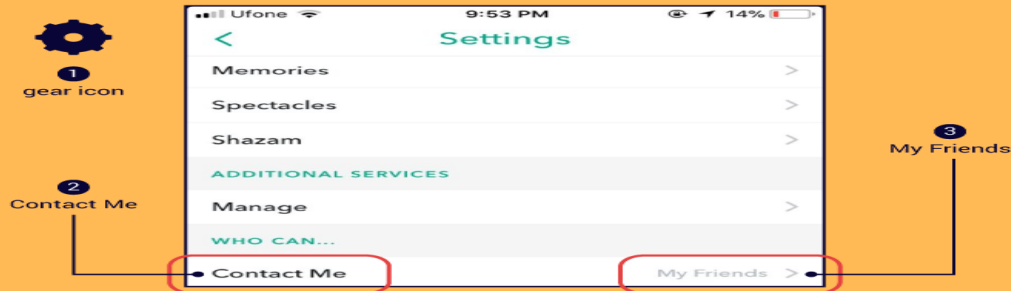
Reduce profile information. Instagram only requires you to put a username in your profile. So make your username anonymous, and don't include any other information.



ON SNAPCHAT

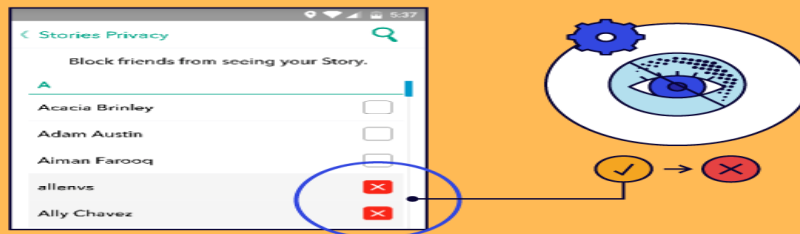
MAKE SURE ONLY YOUR FRIENDS CAN CONTACT YOU

Snapchat makes it possible for anyone to contact you, but it's probably best to limit this to your friends. In order to achieve this, first access your profile tab via the **gear icon**. Find the **Contact Me** option under the **Who Can** heading in **your settings**, and select **My Friends**.



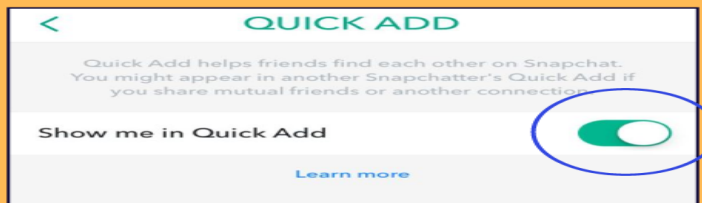
SELECT WHO YOU WANT TO SEE YOUR STORIES

Click the **gear icon**, then scroll down to the **Who Can** section and tap **View My Story**. You then have the option of customizing who sees your particular stories.



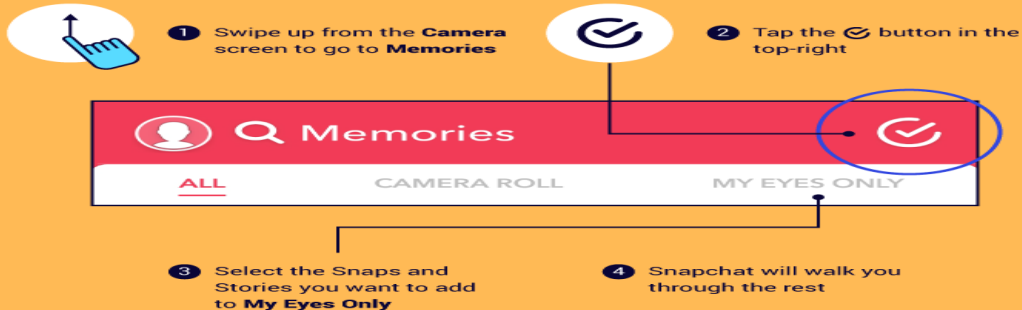
REMOVE YOURSELF FROM THE 'QUICK ADD' SECTION

Quick Add enables you to be added to the friends lists of mutual friends. To disable this option, go to the **gear icon** > **Show Me in Quick Add**, and turn it off.



MOVE PRIVATE SNAPS SAVED IN YOUR MEMORIES TO "MY EYES ONLY"

Add Snaps that you want to keep private to **My Eyes Only** so they don't show up in your Memories. The only way to access Snaps in **My Eyes Only** is by entering the passcode so make sure you don't forget it!⁴



PRO TIP

Pay attention to screenshot notifications. When a friend takes a **screenshot** of a snap that you've sent them, you will receive a notification which states "Username took a screenshot!"



HOW TO STAY ANONYMOUS ON YOUR PHONE

Check Point investigated 850 organizations that utilize mobile regularly in their operations. And 100% of them had experienced a mobile attack!⁵

So you must ensure that your mobile activity is as inaccessible as possible.

ON iOS

REMOVE WEBSITE TRACKING DATA IN SAFARI

With the right settings you will be able to remove Apple's capabilities of tracking data when you surf.⁶

- 1 Launch **Settings** from your Home screen
- 2 Go to **Safari > Preferences**
- 3 Scroll down to **Privacy & Security**



- 4 Enable **Prevent Cross-Site Tracking**
- 5 Enable **Ask Websites Not To Track Me**
- 6 Click on **Clear History and Website Data**



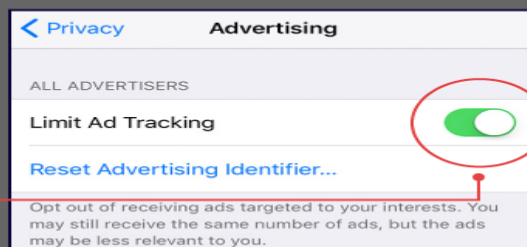
PRO TIP

Enable Fraudulent Website Warning. Safari will show a warning before visiting sites that look suspicious or may appear fraudulent. You can just hit **Ignore** if you know the site is legit.

BLOCK AD TRACKING

Limit Apple's ability to see what you search for on your iPhone or iPad with the goal of tailoring the ads you see on your apps.⁷

- 1 Launch **Settings** from your Home screen
- 2 Tap **Privacy > Advertising**
- 3 Tap the switch next to **Limit Ad Tracking**

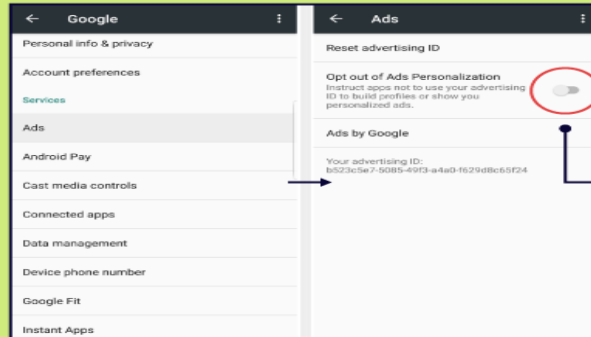


ON ANDROID

OPT OUT OF ADS PERSONALIZATION

You can prevent Google from providing advertisers with information about you, such as your location and what apps you are using.

- 1 Go to **Settings > Google**
- 2 Select the **Ads** option

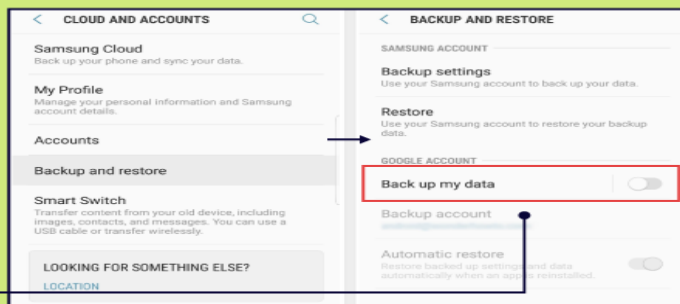


- 3 Swipe **Opt out of Ads Personalization** to disable it

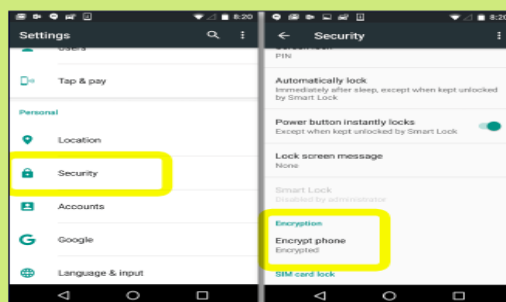
DISABLE GOOGLE BACKUP

Prevent Google from backing up information regarding your device, including call history, apps, and even what Wi-Fi network you're connected to.⁸

- 1 Go to **Settings > Cloud and accounts**
- 2 Click on **Backup and restore**
- 3 Disable **Back up my data**



PRO TIP



Encrypt your phone. If your Android phone is not encrypted by default, head to **Settings > Security > Encryption**. You should then go to **Encrypt phone**.



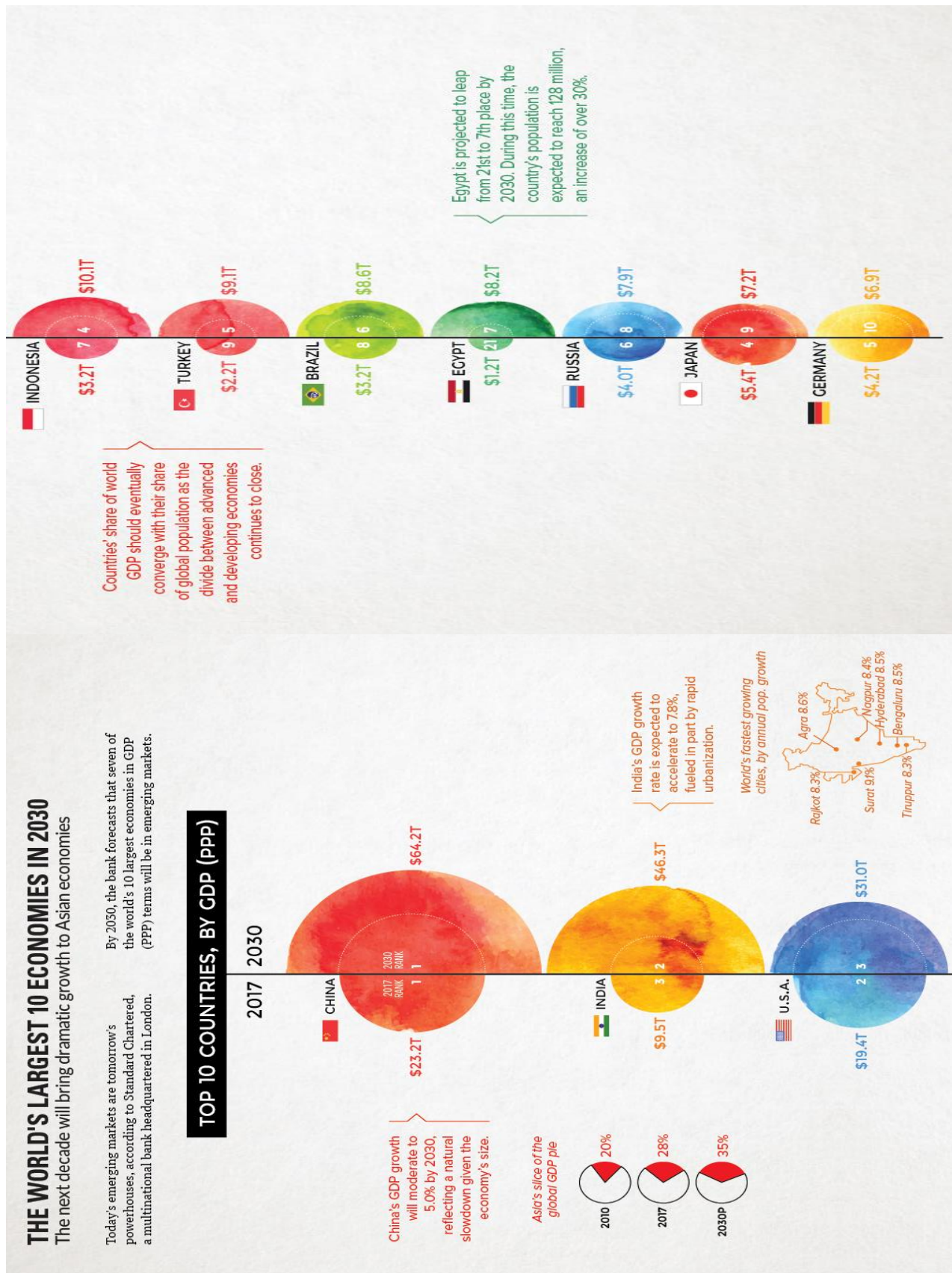
An online survey by The Harris Poll earlier this year determined that approximately **60 million** Americans have been impacted by identity theft.⁹

With people all over the world suffering from personal data issues, and the consequences of this being so serious, can you really afford to be complacent any longer? And remember, the rules change all the time, so make sure you recheck your permissions on a regular basis.

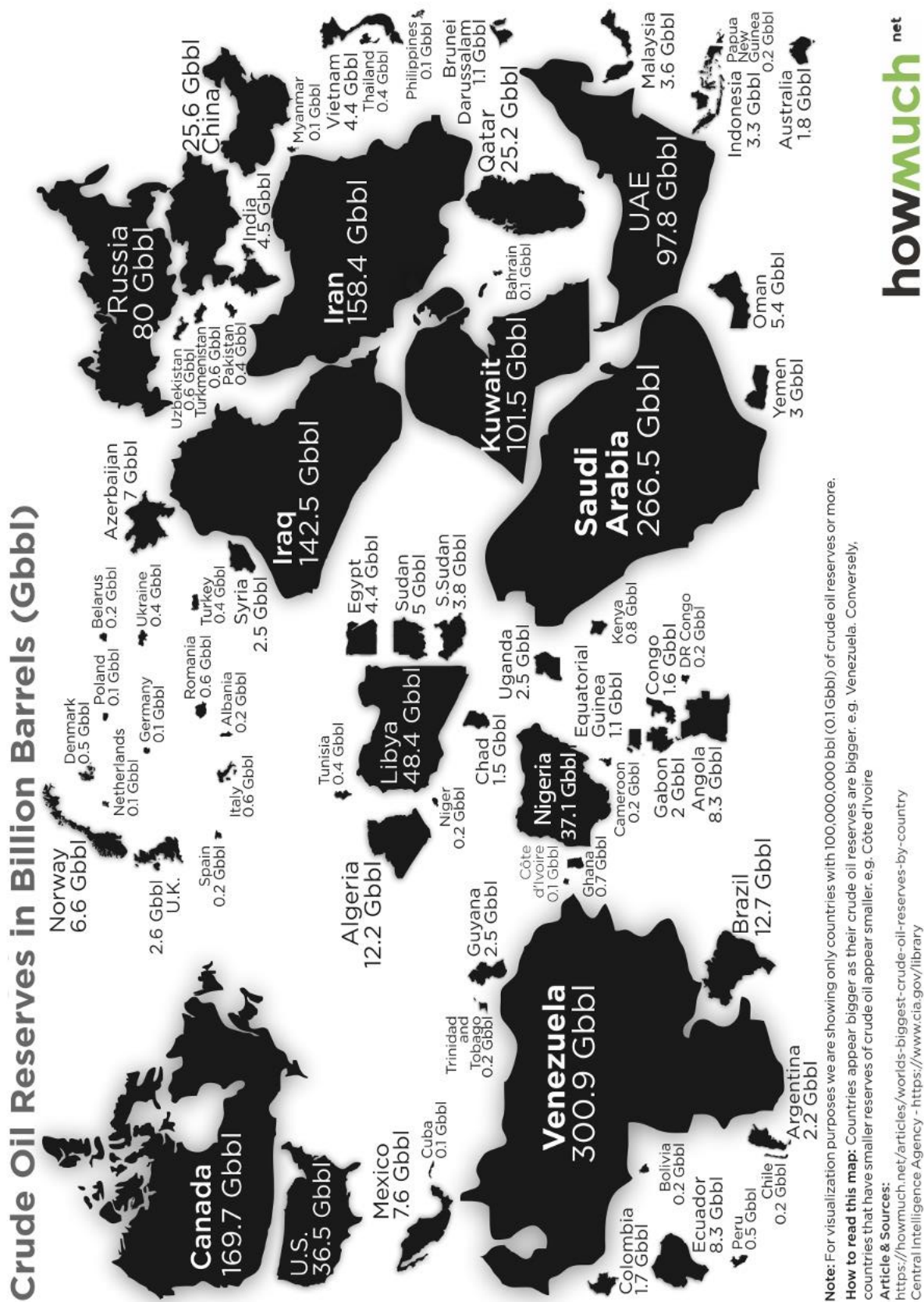


Додаток 6. Приклади створення інфографік

6.1. Інфорграфіка « Найбільші світові економіки у 2030»



6.2. Інфорграфіка «Запаси сирової нафти в барелях Біллона»





6.4. Інфорграфіка «20 років Інтернет гігантів»



6.5. Інфорграфіка «Упередження, що заважають критично мислити»



THE WORKFORCE'S NEWEST MEMBERS: GENERATION Z

MEET GENERATION Z

BORN BETWEEN 1997
AND THE EARLY 2010s

MAKES UP 25.9% OF
THE U.S. POPULATION

49% IDENTIFY AS NON-WHITE

COMPARED TO

44% OF MILLENNIALS

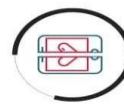
40% OF GEN X

28% OF BOOMERS

98%
OWN A SMARTPHONE

92%
HAVE A DIGITAL
FOOTPRINT

50%
ARE CONNECTED
ONLINE FOR
10 HOURS A DAY

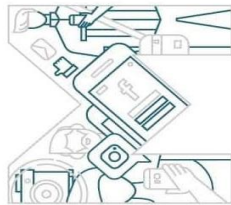


70%
WATCH MORE THAN
TWO HOURS OF
YOUTUBE EACH DAY

40%
SAY THEY'RE
ADDICTED TO
THEIR PHONES

80%
FEEL DISTRESSED
WHEN LEFT
FROM PERSONAL
ELECTRONIC DEVICES

MILLENNIALS vs. GENERATION Z



MILLENNIALS

Born between about

1980 & 1996

B MOST WERE RAISED BY
BABY BOOMERS

GREW UP DURING
AN ECONOMIC BOOM

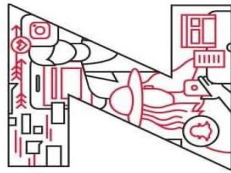
TEND TO BE IDEALISTIC

FOCUSSED ON HAVING
EXPERIENCES

MOBILE PIONEERS

PREFER BRANDS THAT
SHARE THEIR VALUES

PREFER FACEBOOK
& INSTAGRAM



GENERATION Z

Born between about

1997 & 2010s

X MOST WERE RAISED BY
GEN XERS

GREW UP DURING
A RECESSION

TEND TO BE PRAGMATIC

FOCUSSED ON
SAVING MONEY

MOBILE NATIVES

PREFER BRANDS THAT
FEEL AUTHENTIC

PREFER SNAPCHAT
& INSTAGRAM

GENERATION Z IN THE WORKPLACE

Percentage who prefer
face-to-face conversation
72%

Percentage who prefer
their own workspace
69%

Percentage who expect
to work harder than
previous generations
77%

Percentage who want
to have multiple roles
in an organization
75%

Percentage who say
equality is the most
important issue they
want their employer
to support
36%

Percentage who believe
racial equality is the most
important issue today
72%

Percentage who prefer
working for a startup or
large company
80%

Two greatest aspirations
after college:
TO BE FINANCIALLY
STABLE AND FIND
A DREAM JOB

Two most important
factors in a job:
EMPOWERING WORK
CULTURE AND POTENTIAL
FOR CAREER GROWTH

The two most important skills
for succeeding in the workplace
according to Gen Z:
COMMUNICATION AND
PROBLEM SOLVING

SOURCES:
diversityperceptions.com
millennials.com
millennials.com
millennials.com



Використані джерела

Нормативно-правова база

1. «Концепція впровадження медіа-освіти в Україні» Постанова Президії Національної академії педагогічних наук України 20 травня 2010 року, протокол № 1-7/6-150
1. Лист Міністерства освіти і науки України від 25.07.2014 № 1/9-376 «Методичні рекомендації з питань організації виховної роботи у навчальних закладах у 2014/2015 навчальному році»
2. Лист Міністерства освіти і науки України від 7.08.2018 № 1/9-486 «Про деякі питання організації в закладах освіти виховної роботи щодо безпеки і благополуччя дитини у 2018/2019 навчальному році»
3. Наказ Міністерства освіти і науки України від 07.09.2000 № 439 «Про затвердження Рекомендацій щодо порядку використання державної символіки в навчальних закладах України»
4. Наказ Міністерства освіти і науки України від 27.10.2014 № 1232 «Про затвердження плану заходів щодо посилення національно-патріотичного виховання дітей та учнівської молоді»
5. Наказ Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України від 31.10.2011 № 1243 «Про Основні орієнтири виховання учнів 1-11 класів загальноосвітніх навчальних закладів України»

Посібники, підручники статті

6. Безпека дітей в Інтернеті: попередження, освіта, взаємодія: Матеріали обласної науково-методичної Інтернет-конференції (м. Кіровоград, 11 лютого) Електронний ресурс / Укладачі М.С. Чала, А.В. Частаков, О.В. Литвиненко. – Кіровоград, 2014. – 184с. Режим доступу <http://konf.koippro.kr.ua/blogs/index.php/blog2/1-2>
7. Безпечне користування сучасними інформаційно-комунікативними технологіями / О. Удалова, О. Швед, О. Кузнєцова [та ін.]. – К.: Україна, 2010. – 72 с.
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. Виховання культури користувача Інтернету. Безпека у всесвітній мережі: навчально-методичний посібник / А. Кочарян, Н. Гущина. – К., 2011. – 100 с.
10. Головченко Г.О. Шкільні газети та інформаційне суспільство: навчальний посібник. – Миколаїв: Видавництво «Іліон», 2011. – 203 с.
11. Діти в Інтернеті: як навчити безпеці у віртуальному світі: посібник для батьків / І.Литовченко, С. Максименко, С Болтівець [та ін.]. – К.: ТОВ “Видавничий будинок «Аванпост-Прим»”, 2010. – 48 с.
12. Дозвілля школярів: ігрові програми / упорядник Л. Шелестова. – К., 2004. – 127 с.
13. Коваленко Н.В. Формування дослідницької компетентності майбутніх вчителів в навчально-науковому педагогічному проєкті / Н.В. Коваленко // Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології : наук. журн. / Сум. держ. пед. ун-т ім. А. С. Макаренка. – Суми : Сум ДПУ ім. А. С. Макаренка, 2018. – № 8 (52). – С. 172-181.
14. Коваленко Н. В. / Медіаграмотність як предмет вивчення та проєктуєтворюча дефініція в навчально-науковому педагогічному проєкті / Н.В. Коваленко // Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології : наук. журн. / Сум.



- держ. пед. ун-т ім. А. С. Макаренка. – Суми : Сум ДПУ ім. А. С. Макаренка, 2018. – № 6 (50). – С. 188-196.
15. Корнієнко С. М. Весела перерва. 1–4 класи : навч.-метод. посібн. / С. М. Корнієнко. – Вид. 2-ге, переробл. і доп. – Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2013. – 96 с.
 16. Кочерга О. Дівчатка: які вони? Психофізіологічні особливості / О. Кочерга // Початкова школа. – 2009. – № 7. – С. 3–7.
 17. Кочерга О. Хлопчики : які вони? [Психофізіологічні особливості] / О. Кочерга // Початкова школа. – 2009. – № 6. – С. 4–7.
 18. Лебедев В.В. Верстка школьной газеты. Основы работы в InDesign: Учебное пособие для старшеклассников. – Москва, 2010. – 56 с.
 19. Медіаграмотний ти і я : проект школи та університету : методичні рекомендації до організації виховного тижня / [за заг. ред Н. В. Коваленко]. – Суми : ФОП Цьома С.П., 2019. – 111 с.
 20. Медіаграмотність у початковій школі: посібник для вчителя / Волошенюк О. В., Ганик О. В., Голощапова В. В, Дегтярьова Г.А, Іванова І. Б., Кожанова А. Ю., Пиза Г. Ю., Шкребець О. О, Янкович О. І. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. – Київ : ЦВП, АУП, 2018 — 234 с.
 21. Медіаграмотність: Підручник для вчителів / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу / перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – Київ : Центр вільної преси, Академія української преси, 2017. – 319 с.
 22. Медіакультура та медіаосвіта учнів ЗОШ: візуальна медіакультура/ Наталія Череповська. – Київ: Шкільний світ, 2010. – 128 с..
 23. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник для студентів педагогічних коледжів / Ред.упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ : Центр вільної преси, 2014. – 431
 24. Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / за наук. ред. Л. А. Найдюнової, Н. І. Череповської; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. - К. : Міленіум, 2014. - 348 с.
 25. Мерзлякова О. Профілактика деструктивних впливів мас-медіа: програма занять для молоді/ Олена Мерзлякова. – Київ: Шкільний світ, 2010. – 126с.
 26. Найдюнова Л.А. Кібер–булінг або агресія в інтернеті: способи розпізнавання і захист дитини/Л.А.Найдюнова // Методичні рекомендації/ Серія: На допомогу вчителю .Вип. 4.- К., 2011.- 34с.
 27. Педагогічна практика : навчально-методичний посібник / за наук. ред. А. А. Сбруєвої. – Вид. 3-тє доп. і перероб. – Частина перша. – Суми : СумДПУ ім. А.С. Макаренка, 2007. – 176 с.
 28. Соціально-педагогічна та психологічна робота з дітьми у конфліктний та постконфліктний період : метод. рек. / Н.П. Бочкор, Є.В. Дубровська, О.В.Залеська та ін. – Київ: МЖПЦ «Ла Страда-Україна», 2014. – 84 с.
 29. Тиждень медіаграмотності : проект школи та університету : методичні рекомендації до організації виховного тижня / [за заг. ред Н. В. Коваленко]. – Суми : ФОП Цьома С.П., 2019. – 84 с.
 30. Чернявський С. Як створити сучасну шкільну газету: Навчальний модуль. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. – 75 с.

Інтернет ресурси:

1. Міністерство освіти і науки України – офіційний сайт – <http://www.mon.gov.ua>
2. Освіта.ua. – офіційний сайт – <http://osvita.ua>
3. Intel «Навчання для майбутнього» – <http://www.iteach.com.ua>
4. Виховна робота в школі – http://www.library.kherson.ua/teach/scool_07.htm



5. Відкритий урок: професійний журнал для вчителів – <http://osvita.ua/school>
6. Вчитель вчителю, учням та батькам – <http://teacher.at.ua/>
7. Початкова школа – <http://www.pochatkova-shkola.net/>
8. Початкове навчання – <http://www.valeriks.ucoz.ru/>
9. Академія української преси: www.aup.com.ua
10. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (преси) в Україні»
<http://uazakon.ru/zakon/zakon-o-presse.html>
11. Зезина Н.А. Как создать современную школьную газету www.koipkro.kostroma.ru
12. Колекція інфографіки <http://vmestoslov.info/category/collection/>
13. Медіа для юних читачів <http://www.wan-ifra.org/microsites/young-readers>
14. Медіаграмотність для освітян – онлайн курс –
https://courses.prometheus.org.ua/courses/course-v1:CZ+MEDIA101+2018_T3/about
15. Медіаосвіта <http://osvita.mediasapiens.ua/material/10549>
16. Міжнародний жіночий правозахисний центр “Ла Страда-Україна” https://la-strada.org.ua/ucp_mod_content_show_30_robota-garyachoyi-liniyi.html
17. Мультимедійні проекти <http://animoto.com/>
18. Нетикет – <http://netiketka.4uth.gov.ua/online-security>
19. Нове в медіа <http://newreporter.org/>
20. Нове в медіа <http://www.redactor.in.ua/>
21. Онлайн гра “Медіазнайко” – <http://medialiteracy.org.ua/archives/tag/onlajn-gra> О
22. Онлайн-карти – <http://www.zeemaps.com/>
23. Проект «Медіаосвіта і медіаграмотність» <http://medialiteracy.org.ua/>
24. Схеми та діаграми <http://www.gliffy.com/>
25. Фотоколажі <http://www.picture2life.com/Apps/Mask/>
26. Хмари слів – <http://www.wordle.net/>
27. Хроніки подій <http://www.timetoast.com/>

Спеціалізовані інтернет-сайти дитячої літератури

1. www.childbooks.blox.ua – веб-сайт „Книги для дітей”;
2. www.abetka.ukrlife.org – веб-сайт для дітей „Весела абетка”;
3. www.abetka-logopedka.org – веб-сайт „Світ дитини”
4. www.kazka.in.ua – веб-сайт „Українська казка”
5. www.ae-lib.org.ua/_lit_child.htm – веб-сайт „Дитяча література”
6. www.levko.info – дитячий сайт „Левко”
7. www.mysl.lviv.ua – веб-сайт „Країна міркувань”

Освітньо-інформаційні ресурси

8. <http://teacher.at.ua> – веб-сайт “Вчитель вчителю, учням та батькам”
9. www.balachka.com – веб-сайт “Пиши українською”
10. <http://bibliyna-istoriya.org.ua> – веб-сайт “Біблійна історія”
11. <http://cikave.org.ua/pro-sajt> – веб-сайт “Цікаво про цікаве”
12. www.akBooks.com.ua – веб-сайт “Академічна книгарня@онлайн”
13. <http://lcorp.ulif.org.ua/dictua> – український лінгвістичний портал “Словники України”
14. <http://www.idea-ukraine.org> – проект “Відкритий світ інформаційних технологій”.
Інтернет-сайти бібліотек та електронних бібліотек
15. <http://www.chl.kiev.ua> – веб-сайт Національної бібліотеки України для дітей
16. <http://www.nbuv.gov.ua> – веб-сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського (м. Київ)



Збірка науково-практичних матеріалів

Дослідження медіаграмотності: проект школи та університету

За загальною редакцією
КОВАЛЕНКО Наталії Володимирівни

Комп'ютерна верстка
Коваленко Н.В.

Здано в набір 10.09.19. Підписано до друку 17.09.19.
Формат 60x84/8. Гарн. Times New Roman.
Умовн. друк. арк. 6,53. Обл.-вид. арк. 2,59.
Тираж 100 прим. Вид. № 32

Видавець і виготовлювач:
ФОП Цьома С.П.. 40002, м. Суми, вул. Роменська, 100.
Тел.: 066-293-34-29.

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
серія ДК, № 5050 від 23.02.2016.

