

Сумський державний педагогічний університет імені А.С.Макаренка
Навчально-науковий інститут культури та мистецтв
Кафедра образотворчого мистецтва, музикознавства та культурології

Стрельцова Валерія Віталіївна

**ФОРМУВАННЯ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ
ЯК КУЛЬТУРОЛОГІЧНА ПРОБЛЕМА**

Спеціальність: 034 Культурологія

Галузь знань 03: Гуманітарні науки

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітнього ступеня магістра

Науковий керівник

_____ О.В. Коваленко

кандидат педагогічних наук, доцент

«___» _____ 2021 р.

Виконавець

_____ В. В. Стрельцова

«___» _____ 2021 р.

Суми 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ	
МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ	6
1.1 Поняття «медіакомпетентність» та його сутність на сучасному етапі дослідження	6
1.2 Історико-культурний аналіз становлення медіакомпетентності	12
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1	21
РОЗДІЛ 2. МЕДІАКОМПЕТЕНТНІСТЬ: СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ	25
2.1. Стан, проблеми та перспективи формування медіакомпетентності як культурологічної проблеми	25
2.2. Аналіз основних методів та принципів формування медіакомпетентності сучасної людини	29
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	36
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ	38
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3	43
ВИСНОВКИ	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	48
ДОДАТКИ	52

ВСТУП

Актуальність нашого дослідження полягає в тому, що сьогодні, серед загальних тенденцій світового розвитку найбільш значущим є перехід до інформаційного суспільства, що обумовлює необхідність суттєвих змін в системі освіти дітей та дорослих.

Ми живемо у час, коли найбільш значущою стає інформація. Її значення зараз більше, аніж володіння грошовими активами. Березень 2020 року став переломним для психіки сотень тисяч людей. Медіапростір постійно поповнювався новими і новими фейками про коронавірус. Кількість звернень до психіатрів, психологів, психотерапевтів зросла на 30%. Людство опинилося у водоверті неправдивої інформації, через брак медіаграмотності. Незліченна кількість шокуючих фейків спричинили хвилі самогубств та каліцтв. Саме в той складний час в Україні постала проблема медіакомпетентності населення задля зменшення кількості фейкових новин і негативних реакцій, спричинених прямим споживанням цих новин суспільством.

Медіаграмотність визнано однією з ключових навичок XXI століття. Вміння розпізнавати інформацію, аналізувати, довіряти, критично ставитися до неї в інформаційних потоках сьогодення – запорука формування громадянського суспільства, гуманітарної безпеки держави [1].

Медіакомпетентність і медійне критичне мислення є важливими якісними результатами й характеристиками навчання. Медіаграмотність полягає в сукупності мотивів, знань, умінь і можливостей, що сприяють добиранню, використанню, критичному аналізу, оцінюванню, створюванню та передачі медіатекстів різних форм, жанрів, а також аналізу складних процесів функціонування медіа в суспільстві [2, с. 26].

Аналізуючи останні дослідження та публікації, бачимо, що питання медіа-компетентності досліджували у своїх роботах: С. Блюмеке, О. Запєваліна, Е. Мурюкіна, Р. Сальний, І. Челишева, медіаграмотності - Д.

Баак, Дж. Гріпсруд, Е. Єрофєєва, Н. Чичерін. Питання медіа-інформаційної грамотності також підіймалися в роботах: А. Букхорста, Г. Гербнера, А. Харта, С. Котилайнена, Е. Кузьміна, С. Курбанглу, Х. Лау, Я. Ліпшиця, С. Шпиранця.

Найбільш дослідженою є сфера медіаосвіти, що стала предметом зацікавлення значної кількості зарубіжних науковців, серед них: Н. Андерсен, Р. Апарічі, Р. Арнхейм, П. Ауфдерхейд, С. Ауфенангер, Б. Бадікян, Б. Бахмайер, С. Бачер, Е. Бевор, К. Безельгет, Д. Бекімгем, Т. Беренс, Р. Блейк, С. Блюмеке, К. Ворсноп, К. Вілсон, Дж. Гербнер, Дж. Голдштайн, П. Гріневей, Дж. Гріпсруд, Ж. Гоне, Р. Джанателлі, Л. Джонсон, Б. Дункан, К. Ермелен, Л. Жиру, О. Журін, Л. Зазнобіна, Д. Канкел, Н. Кириллова, Д. Консідайн, О. Короченський, С. Кроуфорд, Р. Кубей, Р. Куїн, Р. Кьюбі, Р. Ла Бордери, Г. Лассуел, Д. Ліленд, Г.-М. Маклюен, Г. Максимова, Р. Мак-Чесні, Л. Мастерман, Д. Пандженте, С. Пензин, М. Піше, Н. Постмен, В. Поттер, А. Сільверблат, К. Тайнер, Х. Тенерт, Е. Томан, Ю. Усов, І. Фатєєва, Д. Фіск, Д. Фрау-Майгс, О. Федоров, Е. Харт, Н. Хілько, Е. Хендслі, Р. Хоббс, І. Челишева, Т. Шак, О. Шаріков, К.-Е. Шеннон, Д. Шретер та багато інших.

Серед українських науковців питаннями медіаосвіти цікавилися: В. Андрущенко, Г. Боришполець, О. Бурім, І. Дичківська, Н. Духаніна, В. Іванов, Т. Іванова, В. Ільганаєва, В. Кремень, В. Лозовий, О. Мусієнко, Л. Найдьонова, Г. Онкович, Б. Потятиник, Г. Почепцов, В. Різун, І. Чемерис, Н. Череповська та інші.

Об'єктом нашого дослідження була особистість сучасної людини (збірний образ)

Предметом нашого дослідження була медіакомпетентність особистості та рівень її сформованості.

Метою магістерської роботи є розгляд перспектив розвитку медіакомпетентності та дослідження стану сучасної медіаосвіти.

Завдання дослідження:

- 1) аналіз стану медіакомпетентності сучасної особистості

2) визначення закономірностей між медіакомпетентністю, опануванням медіа- грамотністю та рівнем медіа освіти.

3) аналіз освітніх програм на предмет формування медіаграмотності

4) визначення умов для формування медіакомпетентності населення.

Гіпотеза дослідження :

Якщо збільшити охоплення медіаосвітою населення, то рівень медіаграмотності зросте. Збільшення рівня медіаграмотності у майбутньому дасть підстави для формування медіакомпетентності у повній мірі.

Методи дослідження. У роботі використані методи логічного аналізу, узагальнення, системного підходу, метод експерименту.

Елементи наукової новизни одержаних результатів. У роботі проаналізовано стан сучасної медіакомпетентності. Проаналізовано основні методи та принципи формування медіа компетентності сучасної людини в сучасному суспільстві.

Практична значущість та наукова новизна отриманих результатів: результати магістерської роботи можуть бути використані для викладання курсів медіаграмотності в освітніх установах різного рівня акредитації, загальноосвітніх навчальних закладах, закладах позашкільної освіти на всій території України.

Структура та обсяг роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, чотирьох підрозділів, висновків до розділів, загальних висновків та списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи складає 59 сторінок.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ

1.1 Поняття «медіакомпетентність» та його сутність на сучасному етапі дослідження

Медіакомпетентність (медіаграмотність, медіакультура) – сукупність мотивів, знань, умінь, здібностей, що сприяють вибору, використанню, критичному аналізу, оцінці, створенню і передачі медіатекстів у різних видах, формах і жанрах; аналізу складних процесів функціонування медіа в соціумі.

Медіакомпетентність особистості – це сукупність умінь (мотиваційних, контактних, інформаційних, перцептивних, інтерпретаційних/оціночних, практико-операційних/діяльнісних, креативних) вибирати, використовувати, критично аналізувати, оцінювати, передавати і створювати медіатексти в різних видах, формах і жанрах, аналізувати складні процеси функціонування медіа в соціумі (за О. В. Федоровим).

За словами Д. Алвермана та Д. Муна, медіакомпетентність дає людям розуміння того, як медіатексти, які є частиною щоденного життя, допомагають пізнанню світу в різноманітних соціальних, економічних і політичних ситуаціях.

Вони пропонують розглядати медіакомпетентність як «компетентність у сприйнятті, створенні та передаванні інформації, що відбувається завдяки технічним та семіотичним системам з урахуванням їх обмеженості і базується на критичному мисленні та на спроможності вести медіатизований діалог з іншими людьми».

Зарубіжні педагоги давно розуміють термін медіакомпетентність (Нім. – medienkompetenz, англ. – media competence). Наприклад, в Німеччині під медіакомпетентністю розуміється здатність до

«кваліфікованої, самостійної, творчої і соціально-відповідальної дії стосовно медіа».

Отже, поняття медіакомпетентності - комплексне поняття, втім воно має спільні для всіх досліджень характеристики. Медіакомпетентність – можливість відповідально «споживати» інформацію будь-яких видів із будь-яких засобів масової інформації, аналізувати її і використовувати структуровану інформацію у повсякденному житті задля забезпечення вищого рівня кібербезпеки, сприймати інформацію, оперуючи її великими масами, при цьому без перенапруження, творчо видозмінюючи її.

Важливо розуміти, що існує кілька рівнів медіакомпетентності. Під час аналізу праць дослідників нам вдалось спростити ці рівні для полегшення сприйняття їх простими людьми. Отже, медіакомпетентність буває початковою, середньою, неповною, повною.

Для початкової медіакомпетентності характерні – наявність критичного мислення, вміння відділяти фейк від реальної новини, судження від тверджень.

Для середнього рівня характерними є ті самі процеси, втім вони мають більш глибоку стадію аналізу і людина здатна відрізнити правдиві факти від неправдивих значно швидше.

Для неповної медіакомпетентності характерна наявність міцного фундаменту у вигляді медіаграмотності, яка підкріплена швидким аналізом і вмінням шукати першоджерела інформації за допомогою перевірених джерел.

Для повної медіаграмотності характерні: майже миттєвий аналіз реалістичності поданої інформації, відпрацьовані навички критичного мислення, вміння шукати першоджерела не тільки з перевірених джерел, а й відрізнити правдиві факти навіть у фейкових новинах. Якщо говорити простіше, люди з високим рівнем медіа грамотності – це ті, хто вміють читати між рядків так швидко, що після прочитання статті можуть сказати, в чому автор був невпевнений. Вони володіють не тільки медіакомпетентністю, а ще й деякими психологічними компетентностями,

що допомагає їм вирізняти ключову інформацію з інформаційного шуму і застосовувати її творчо.

Як і будь-які компетентності, медіакомпетентність має свої складники. К. Овсянникова визначає такі складники медіакомпетентності:

- знання дидактичних можливостей та сучасних тенденцій розвитку різних мультимедійних технологій;
- орієнтація в інформаційному потоці і вміння оперативного аналізу цього потоку;
- знання методів проектування електронних дидактичних засобів та вміння працювати з ними в навчальному процесі;
- розуміння дидактичних властивостей різних медіазасобів, їх можливостей щодо розвитку особистості слухачів;
- уміння здійснювати обґрунтований вибір мультимедіазасобів для реалізації цілей;
- уміння проектувати цілі й завдання з урахуванням освітнього ресурсу електронних дидактичних засобів;
- знання особливостей сприйняття медіатекстів;
- володіння навичками аналізу змісту медіатекстів;
- здатність самостійно створювати медіа-тексти;
- уміння розробляти методики проведення комп'ютерних лабораторно-практичних занять;
- уміння готувати конспекти лекцій-презентацій, фрагменти відео- супроводу в аналоговому й цифровому форматі, електронні навчально-методичні комплекси;
- уміння здійснювати роботу з електронною поштою (e-mail);
- уміння проводити адміністрування Webсайту (Web-сторінки), віртуальні консультації, відеоконференції.

С. Ауфенангер і деякі інші німецькі дослідники виділяють такі складові медіа компетентності:

- пізнавальна складова стосується знання, розуміння й аналізу медіа та запропонованої ними інформації;
- моральна складова: медіа повинні розглядатися й оцінюватися в етичному аспекті. Це стосується не тільки медіазмісту, а й етичних аспектів виробництва медіа, їх соціальної сумісності, а також передбачуваних впливів на особистість;
- соціальна складова: соціальний вплив медіа на різні категорії населення та соціальні групи суспільства;
- афективна складова: медіа повинні виконувати функцію спілкування й отримання задоволення;
- діяльнісна складова: уміння користуватися медіа, самостійно й активно організовувати роботу з ними.

Необхідною умовою для формування повної медіакомпетентності є медіаграмотність. Медіаграмотність - сукупність знань, навичок та умінь, що дозволяють людям аналізувати, критично оцінювати і створювати різноманітні повідомлення для різних типів медіа. Окрім того, медіаграмотність передбачає вміння розуміти й аналізувати, як медіа функціонують у суспільстві та який вплив вони мають.

Варто розуміти, що медіакомпетентність є результатом медіаосвіти. Без освіти не можливо оволодіти компетентністю.

В документах ЮНЕСКО вказується, що медіаосвіта – це навчання теорії та практичним умінням для опанування сучасними масмедіа, які розглядаються як частина специфічної, автономної галузі знань у педагогічній теорії та практиці її слід відрізняти від використання медіа як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань, таких як, наприклад, математика, фізика чи географія [6].

Медіаосвітня діяльність має рівень формальної освіти:

- Має бути визначена, як одна зі стратегічних цілей Міністерства освіти і науки України, яке має здійснювати координацію ресурсів, забезпечити законодавчу базу для упровадження медіаосвіти і медіаграмотності;

- МОН України має стимулювати організацію семінарів, курсів, гуртків медіаосвіти, творчих студій для дітей і молоді, дитячих та молодіжних фестивалів медіаторчості за участю дітей різного віку, батьків, громадських об'єднань, медіавиробників, педагогів; заохочувати вчителів і допомагати їм у використанні інструментів медіаосвіти на уроці і поза ним; один з таких інструментів є інтеграція у викладання предмета актуальних новин, з тим, щоб на цьому матеріалі формувати навички критичного мислення, вчити орієнтуватися в потоці інформації;

- Включення медіаінформаційної грамотності до стандартів освіти;

- Забезпечити інтеграцію медіаосвіти і медіаграмотності до всіх рівнів обов'язкової освіти, з фокусом на першочерговості саме початкової школи. Для цього, відповідно до Концепції нової української школи, в навчальному плані початкової школи, де не повинні бути одногодинні курси чи предмети, рекомендовано інтегрувати медіаосвіту в зміст споріднених навчальних предметів у вигляді модулів.

- Інтеграцію медіаосвіти треба здійснювати в усі предмети шкільної програми, пропонуючи учням проектну діяльність і застосовуючи технології критичного мислення.

- Рівень неформальної, позиттєвої освіти

- Міністерству культури України рекомендовано підготувати інформаційно-методичне забезпечення для неперервної освіти дорослих в межах бібліотек.

- У навчанні дорослих (світовий досвід показує, що тут віковий розподіл не є визначальним), зазвичай, виділяються три рівні:

- мінімальний (участь в інформаційному потоці обмежується використанням мас-медіа (здебільшого, традиційних);

- середній (поряд з медіаспоживанням здатний створювати медіапродукти, орієнтуватися в медіасередовищі);

- здатність впливати на соціальні зміни шляхом створенням медіапродукту, комунікувати з іншими через медіа, консультувати інших медіаспоживачів.

- Міністерство освіти і науки України спільно з Міністерством культури України можуть підготувати проекти медіатек, які міститимуть культурні здобутки України (кіномистецтво тощо) з методичними рекомендаціями для використання в формальній і неформальній освіті.

Л. Мастерман виділив та обґрунтував сім причин актуальності медіаосвіти у сучасному світі.

1. Високий рівень споживання масмедіа та насиченість сучасного суспільства їх продуктами.

2. Ідеологічна важливість медіа та їхній вплив на свідомість аудиторії.

3. Швидке зростання кількості медійної інформації, посилення механізмів управління нею та її розповсюдження.

4. Інтенсивність проникнення медіа в основні демократичні процеси.

5. Зростання значущості візуальної комунікації та інформації в усіх галузях.

6. Необхідність навчання школярів/студентів з орієнтацією на відповідність сучасним вимогам.

7. Національні та міжнародні процеси приватизації інформації, що пришвидшуються.

Л. Мастерман також виділяє 4 області медіаосвіти:

- 1) авторство, власність і контроль у сфері медіа;
- 2) способи досягнення ефекту впливу (тобто способи кодування інформації) медіатексту;
- 3) репрезентація навколишнього середовища через медіа;
- 4) аудиторія медіа.

Також є думка, що медіаосвіта – це вивчення медіа. Причому воно відрізняється від навчання за допомогою медіа. Медіаосвіта одночасно пов'язана з пізнанням того, як створюються і розповсюджуються

медіатексти, а також з розвитком аналітичних здібностей для інтерпретації та оцінки їх змісту. Для порівняння вивчення медіа (media studies), як правило, пов'язується з практичною роботою зі створення медіатекстів. І медіаосвіта, і вивчення медіа спрямовані на досягнення цілей медіаграмотності (media literacy) [9].

1.2. Історико-культурний аналіз становлення медіакомпетентності

Початок ХХІ століття ознаменувався масовою появою персональних комп'ютерів та винайденням мережі Інтернет, перших масових мобільних пристроїв та смартфонів. З'явився термін «новітні медіа», який охопив веб-сайти, чати, 3D, мультимедіа. З'явилися засоби, що допомагають взаємодіяти з контентом і споживачем напряду, спілкуватися одне з одним (вікі, мережі, блоги), такі сервіси отримали назву «соціальні медіа». Принцип один до багатьох поступово змінився та принцип «багато багатьом».

Вперше про медіаосвіту як умову для медіаграмотності, а, як наслідок, і медіакомпетентності, заговорили у 60-х роках минулого століття. Впровадження медіаосвіти в подальшому розглядалось не лише як частина суто освітньої політики, а «як частина основних прав громадян на свободу висловлювання і права на інформацію, як один із вагомих інструментів підтримки демократії». З кінця 1990-х років медіаосвіта рекомендується до введення в національні навчальні плани всіх держав, у систему додаткової, неформальної та освіти впродовж життя, але варто зазначити, що такий вектор розвитку був характерний лише для передових країн - Канади, Австралії, Франції, США та ін. Втім, більшого розвитку теорії медіакомпетентності, впроваджені в практику, отримали тільки після 2000-х років.

У різних країнах медіакомпетентність та медіаграмотність, як її основа, розвивалася нерівномірно. Далі пропонуємо розглянути окремо

кожну визначену країну, яка має значні успіхи як у підвищенні медіакомпетентності своїх громадян, так і у формуванні медіаосвіти, як державної інституції, що регулюється законодавчими актами і активно впроваджує свою діяльність для усіх верств суспільства.

Британія. У 2002-2003 роках відбулися реформи регуляторних органів у сфері комунікації в Британії. Функції кількох інституцій об'єднало Управління з питань комунікацій (OFCOM) – регуляторний орган телекомунікаційної сфери в Об'єднаному Королівстві, який був утворений Актом Парламенту в 2002 році. Його повноваження окреслені Законом про зв'язок (Communications Act 2003) у 2003 році.

З 2004 по 2008 рік Управління реалізовувало програму з медіаграмотності за Програмним документом, який визначає сучасну британську політику в цифрову еру став полісі-документ – звіт «Цифрова Британія» (The Digital Britain report), який був опублікований навесні 2009 року й містив бачення, яким чином країна має розвиватись, щоб забезпечити лідерство у глобальній цифровій економіці. Формулював погляди на те, що саме слід зробити, щоб країна виявилась в авангарді світової цифрової економіки.

Закон із цифрової економіки (Digital Economy Act) став одним із результатів цього звіту.

Зокрема, звіт «Цифрова Британія» зафіксував, що сьогодні існує дуже багато організацій, які ставлять за мету просування медіаграмотності серед британського населення, але їхні зусилля дуже фрагментарні і у них мало оперативної та стратегічної координації.

Доповідь каталізувала вироблення платформи національної цифрової стратегії, де національна медіаграмотність була визначена як одна з головних цілей: «Якщо ми хочемо в повній мірі скористатись можливостями, які надає ера цифрових технологій, то нам слід забезпечити населення рівними доступом, можливістю використання і створення цифрових засобів масової інформації». Доповідь містила звернення до

Управління з питань комунікацій з проханням переглянути його поточні обов'язки стосовно медіаграмотності, щоб у співпраці з BBC, іншими провідними британськими медіаінституціями, представниками «третього сектору» розробити нові дефініції та Національний план із медіаграмотності.

Основні інституційні ресурси Об'єднаного Королівства з медіаосвіти – це Управління з питань комунікацій Великобританії (OFCOM), Національна освітня стратегія (National Literacy Strategy), Національна молодіжна програма (National Youth Agency), Британський музей (The British Museum), Інститут освіти Лондонського університету (The Institute of Education University of London), Шотландський екран – Національна агенція екранних мистецтв (Scottish Screen), Кінокомісія Північної Ірландії (The Northern Ireland Film Commission) та Центр медіаосвіти в Уельсі (Media Education Wales), окрім того, це освітні телеканали, спеціалізовані онлайн-ресурси тощо.

Німеччина. Німці, з притаманною їм прискіпливістю і консерватизмом у поглядах, придивлялися до медіаосвіти довгих 30 років. У період з 1960-х років німецькі педагоги починають користуватися медіа як засобом формування навчальних компетентностей і не розглядають медіа як окрему освітню дисципліну. Медіаосвіта в Німеччині почала поступово з'являтися у навчальних програмах з кінця 1980-х років, але лише як інтегрована «недонаука». В 1984 році засновано Асоціацію медіаосвіти і комунікаційної культури Німеччини, як організацію-платформу, що об'єднала професіоналів і експертів, як працюють у сфері освіти, науки, культури та медіа. Мета діяльності асоціації – сприяння розвитку медіаграмотності як відповідальної комунікаційної культури. Поступово, ближче до 2000-х років Німеччина, як одна з провідних технологічних країн світу, починає впровадження медіаосвіти у більш масованому вигляді. Педагоги починають використовувати медіаконтент активніше, вчать добирати його. Втім, відсутній один із найголовніших етапів освіти для формування

компетентності - творча обробка і створення медіапродукції. Лише з активною появою комп'ютерів медіаосвіта змінюється і стає в повній мірі освітою, що формує компетентність. Учителі використовують елементи медіаосвіти під час уроків, де вже передбачено цикл творчих завдань на матеріалі:

- зображення (фото, слайди, малюнки, комікси);
- аудіовізуальні медіа (фільми, відеозаписи, телепрограми);
- преса (газети, журнали);
- мультимедіа (CD-ROM, Інтернет, електронна пошта).

З 2001 року кожна школа в Німеччині має доступ до Інтернету. За допомогою загальнонаціональної програми «Нові медіа в освіті» були створені відповідні умови у шкільній освіті, які піднесли Німеччину на провідну позицію в світі у плані технологічної оснащеності шкіл. Головна мета програми «Нові медіа в освіті» – розробка нового програмного контенту для середніх шкіл. І сьогодні на порядку денному постає питання, яким чином нові медіа мають стати частиною повсякденного освітнього життя.

Програма «Нові медіа в освіті», яка здійснюється за підтримки Федерального Міністерства Освіти та Досліджень (BMBF), опікується умовами, які забезпечують перехід від навчання за допомогою підручника до мультимедійного навчання. Спеціально для школи розробляють заходи координації значного числа стандартних навчальних матеріалів з цифровим середовищем, яке перебуває поза стінами школи. Так, було докладено чимало зусиль для заміни значної кількості стандартних навчальних матеріалів цифровими системами, що допомогло сконцентрувати увагу учнів на власне навчанні та забезпечило зв'язок навчання з організованим плануванням навчального процесу поза класними кімнатами.

Мультимедійні матеріали та навчальні матеріали, які розробили деякі вчителі на основі власного досвіду на сьогодні стали доступні й іншим учителям у рамках програми «Вчитель-Он-Лайн».

На сьогодні німецький уряд здійснив цілу низку заходів із метою імплементації ІТ в систему шкільної освіти, щоб на їхній платформі здійснювати інноваційні медіапроекти. Подібну діяльність також слід розглядати в контексті впровадження медіаграмотності і, зокрема, цифрової грамотності.

Ці заходи кореспондуються з програмою SEMIK (систематичним введенням медійних, інформаційних і комунікаційних технологій у навчальний і освітній процеси) разом із новими медіа як впровадження культури нових технологій у школі.

Медіакультура вивчається в більшості німецьких університетів. Окрім того, що в країні існують авторитетні науково-дослідницькі інститути, такі як Національний інститут кіно, науки і освіти (Institute für Film Und Bild im Wissenschaft: FWU), котрий публікує спеціальні видання і укладає спеціальні посібники для шкіл (відеокасети, брошури, книги тощо).

Сполучені Штати Америки. Великі колоністи і незапилені практики у будь-якій справі, так само і в медіа освіті вирішили йти найбільш практичним шляхом. Масова медіаграмотність в США починається з впровадження в шкільні програми курсів практичної кіноосвіти, в ході якої учні та студенти вчилися знімати короткометражні документальні та ігрові фільми. Саме в ці роки в Америці виникла перша асоціація діячів екранної освіти (Association for Screen Education). В освітні програми почали включати покази фільмів, навчаючи учнів аналізувати їх за допомогою специфічних кінематографічних термінів, таких як «наплив», «монтаж», «крупний план», «кадр» тощо. В ході навчальних переглядів учні також здобували такі навички, як аналіз персонажів, розвитку сюжету, засобів створення атмосфери. Метою такого підходу було навчити учнів рефлексивно ставитися до сконструйованої природи фільму. Щоправда, подібні перегляди фільмів здебільшого здійснювалися в рамках вивчення літератури та історії.

Медіаосвіта, як необхідна дисципліна, утверджується в педагогічних колах в 1980-х роках. У фокусі навчання медіаграмотності опинилися також реклама, новини, проблеми репрезентації та медіавпливу. Втім, протягом цього часу всі ці освітні нововведення здійснювалися радше на рівні індивідуальних ініціатив окремих викладачів чи освітніх закладів. Масове ж впровадження державних освітніх програм з медіаграмотності починається в 1990-х роках. Медіаграмотність, як окрема дисципліна, включена в освітні програми 48 штатів. Натепер медіаграмотність - один з ключових пріоритетів освіти. У 2007 році організація «Міжнародна спільнота за технології в освіті», заснована НАСА у співпраці з Департаментом освіти США, розробила «Національні стандарти освітніх технологій для студентів», згідно з якими, серед іншого, «студенти повинні бути здатними використовувати все різноманіття цифрових медіа для того, щоб знаходити, організовувати, аналізувати та оцінювати інформацію з різних джерел» [12].

У 2009 році Національна асоціація освіти медіа грамотності розробляє спеціальний документ, що має регулювати освітню політику, під назвою «Основні принципи освіти медіаграмотності в США». У постанові сказано, що «метою освіти медіаграмотності є допомагати індивідам будь-якого віку розвинути навички аналізу та володіння медіа, які є необхідними для критичного мислення та ефективної комунікації в сучасному світі» [13]. Варто зазначити, що Америка є чи не єдиною країною, де медіаграмотність була направлена не лише на молоде покоління (школярі, студенти), а й на старше покоління, що вже давно завершило навчання.

Критичний підхід до медіа, згідно з розробленими принципами, повинен базуватися на розумінні того, що будь-які медіаповідомлення є сконструйованими з певною метою, транслюють певні цінності та точку зору та, відповідно, можуть впливати на цінності, судження, поведінку та демократичний процес.

Члени асоціації розробили також «П'ять ключових питань, які ми повинні ставити, аналізуючи медіаповідомлення»:

«Хто створив повідомлення?»

«Які техніки використані для того, щоб привернути мою увагу?»

«Які цінності, стиль життя та точки зору репрезентовані чи випущені повідомленням?»

«Чому це повідомлення було надіслано?»

«Як інші люди можуть зрозуміти це повідомлення на відміну від мене?» [14]

Починаючи з 80-х років, у США систематично створюються спеціальні телепрограми, медіaproграми в музеях та галереях, організовуються численні дитячі та молодіжні кіно-, телефестивали та виставки. Подібні ініціативи підтримуються здебільшого некомерційними громадськими організаціями.

У той же час курси, присвячені медіа є на даний момент необхідною складовою програм більшості університетів (переважно на факультетах журналістики, комунікації, кінематографії, мистецтв, культурології, соціології, політології, педагогічних факультетах).

Протягом останніх кількох років медіаграмотність набула особливого статусу в навчальних програмах США в зв'язку з освітньою реформою адміністрації президента Б. Обама.

Франція. На відміну від інших країн, Франція починає використовувати медіаконтент у освіті ще з 1880-х років, що майже на 100 років раніше, ніж Німеччина та США. Втім, легітимність таких засобів навчання була впроваджена тільки у 1939 році. Проте, поворотним роком у медіаосвіті Франції став 1915. У зв'язку з появою кінематографу Комісія з питань навчання та образотворчих мистецтв при французькому Парламенті запропонувала міністру освіти створити спеціальну комісію для пошуку найкращих форм використання кінематографа в різних сферах освіти. У цей же період з'являються такі собі «кінематографічні гуртки», мета яких донести в маси високу

кінематографічну культуру. Такі гурти не просто організовували кінопокази, їх основною ціллю було обговорення побаченого, що є нічим іншим як навчанням аналізу медіаконтенту. Вже на початку 1930-х років у Франції існувало 23000 залів для демонстрації навчальних фільмів, що знаходилися в різних навчальних закладах, в організаціях та на підприємствах.

Після 1945-го кінематограф ще сильніше інтегрується в освіту Франції. У післявоєнний час сформувалася Французька федерація кіноклубів (*Federation francaise des cine'-clubs*), яку очолювали переважно викладачі шкіл та вишів. Федерація організовувала навчання і стажування викладачів при кіноклубах для здобуття належного рівня знань, якщо простіше – викладачі оволодівали медіакомпетентністю поки що у більш вузькому форматі – кіно, друковані медіа, але на той час – це вже новизна.

У 1949 році на щорічній педагогічній конференції в Севре було вироблено низку пропозицій, адресованих міністру освіти, які пізніше склали основу змісту медіаосвіти як окремого предмету. В цьому зверненні вказувалося на необхідність:

1) розвитку мережі кіноклубів, діяльність яких мала включати:

- ❖ вивчення історії кінематографу;
- ❖ вивчення мови кіно і засобів виразності;
- ❖ вивчення зв'язку кіно з літературою, іншими мистецтвами,

культурою та

суспільством;

- ❖ аналіз та обговорення фільмів;
- ❖ проведення практичних занять зі зйомки та монтажу;

2) сприяння з боку Міністерства освіти в справі підготовки викладачів, шляхом організації систематичних стажувань;

3) створення спеціального відділу, який би займався необхідним матеріальним забезпеченням освітніх установ та кіноклубів [16].

Ще одна важлива подія в процесі розвитку медіаосвіти Франції відбулася в 1975 році: було засновано I.F.A.C.C. (Institut de formation aux activités de la culture cinématographique – Інститут підготовки кадрів для діяльності, пов’язаної з викладанням мистецтва кіно). Були визначені основні програмні аспекти курсів стажування I.F.A.C.C.:

1) історія та естетика кінематографу (поява кінематографу; мова та засоби виразності кіно; еволюція та основні етапи розвитку кінематографу);

2) сучасний кінематограф (основні тенденції в сучасному кінематографі; нові технології в кіно; кіно і реалізм: прямий ефір, репортаж тощо);

3) функції і теорії кіно (теорія кіно; дослідження кінематографу; нові та маловідомі напрямки в кінематографі; критика; зв’язок кіно з іншими видами аудіовізуальних засобів виразності; функції кіно) [17].

Починає виходити низка періодичних видань, присвячених філософським, культурологічним, ідеологічним питанням кіномистецтва як явища та як предмету.

У 1984 році в системі середньої школи було створено спеціальний профільний напрямок «Кіно та аудіовізуальні мистецтва». Разом із тим, у 1980–1990-х роках увага працівників освіти дедалі більше зосереджується на медіакультурі в цілому. Починається ера комп’ютеризації освіти. Майже кожен навчальний заклад має власну газету, що видається студентами – запроваджується медіаосвіта на основі преси. При Міністерстві освіти Франції виникає новий підрозділ CLEMI: Centre de liaison de l’enseignement et des moyens d’information (Центр зв’язку освіти та засобів масової інформації).

Зараз можна говорити про системність медіаграмотності у Франції. На сьогодні специфіка медіаосвіти у Франції визначається значною мірою теоретичними традиціями семіології, дискурс-аналізу, аналізу фільму, педагогічною традицією розвитку місцевої комунікації та сприяння участі громадян в публічному житті.

Відповідно до спеціального закону від 23 квітня 2005 року, яким було визначено набір основних освітніх цілей та навичок, котрі учні повинні набути у процесі навчання, вивчення медіа було встановлено як частину загальної освітньої програми. Медіадослідження визначено як обов'язкову складову всіх предметів, що так чи інакше пов'язані з розвитком в учнів аналітичних здібностей і навичок, необхідних для життя у вільному суспільстві, де технології відіграють визначальну роль. Відповідно обов'язковим є засвоєння у процесі навчання законів роботи технологічних та медіасистем, здатності оцінювати, яким чином медіа та технології впливають на довколишнє середовище. Починаючи з жовтня 2006 року медіаосвіта запроваджена в навчальних програмах як засіб розвитку загальних навичок, пов'язаних із соціальною та громадською активністю; в цьому контексті одним із ключових її завдань визначено розвиток критичного підходу до медіа [15. с.58].

З 2006 року активно просуваються в медіаосвіті й інтернет технології, втім Л. Кульчицька зазначає, що є низка недоліків у впровадженні Інтернет медіа, як компоненту медіаграмотності. Здебільшого програми зосереджуються на навичках володіння персональним комп'ютером, а не на критичному мисленні, що є визначальним елементом формування медіа компетентності.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Поняття медіакомпетентності - комплексне поняття, втім воно має спільні для всіх досліджень характеристики. Медіакомпетентність – можливість відповідально «споживати» інформацію будь-яких видів із будь-яких засобів масової інформації, аналізувати її і використовувати структуровану інформацію у повсякденному житті, задля забезпечення вищого рівня кібербезпеки. Як і будь-які компетентності, медіакомпетентність має свої складники. К. Овсянникова визначає такі складники медіакомпетентності:

- знання дидактичних можливостей та сучасних тенденцій розвитку різних мультимедійних технологій;
- орієнтація в інформаційному потоці і вміння оперативного аналізу цього потоку;
- знання методів проектування електронних дидактичних засобів та вміння працювати з ними в навчальному процесі;
- розуміння дидактичних властивостей різних медіа-засобів, їх можливостей щодо розвитку особистості слухачів;
- уміння здійснювати обґрунтований вибір мультимедіа-засобів для реалізації цілей;
- уміння проектувати цілі й завдання з урахуванням освітнього ресурсу електронних дидактичних засобів;
- знання особливостей сприйняття медіа-текстів;
- володіння навичками аналізу змісту медіа-текстів;
- здатність самостійно створювати медіа-тексти;
- уміння розробляти методики проведення комп'ютерних лабораторно-практичних занять;
- уміння готувати конспекти лекцій-презентацій, фрагменти відео супроводу в аналоговому й цифровому форматі, електронні навчально-методичні комплекси;
- уміння здійснювати роботу з електронною поштою (e-mail);
- уміння проводити адміністрування вебсайту (вебсторінки), віртуальні консультації, відеоконференції.

С. Ауфенангер і деякі інші німецькі дослідники виділяють такі складові медіакомпетентності:

пізнавальна складова стосується знання, розуміння й аналізу медіа та запропонованої ними інформації;

моральна складова: медіа повинні розглядатися й оцінюватися в етичному аспекті. Це стосується не тільки медіазмісту, а й етичних

аспектів виробництва медіа, їх соціальної сумісності, а також передбачуваних впливів на особистість;

соціальна складова: соціальний вплив медіа на різні категорії населення та соціальні групи суспільства;

афективна складова: медіа повинні виконувати функцію спілкування й отримання задоволення;

діяльнісна складова: уміння користуватися медіа, самостійно й активно організовувати роботу з ними.

Існує кілька рівнів медіакомпетентності, початковий рівень якої більше тяжіє до проявів медіаграмотності і не має чітких відмежувань від неї, через нестачу практичних навичок обробки інформації. Неповна та повна медіакомпетентність відрізняються лише швидкістю і повнотою способів обробки інформації людиною, за допомогою не лише сприймання тексту чи картинки, а й комплексно, за допомогою певних елементів психологічних методик, закріплення і автоматизація використання яких потребує постійної практики. Будь-яких рівнів медіакомпетентності неможливо досягти, без підґрунтя у вигляді медіаграмотності, яка в свою чергу може бути сформована лише за наявності медіаосвіти. Грунтовна медіаосвіта дає можливість оволодіти медіаграмотністю і досягти медіакомпетентності. Більшість передових країн мають більш ніж 40 річний досвід тісної співпраці з понятійним апаратом медіаграмотності, її структурними компонентами і шляхами її підвищення. Першою в світі країною, що заговорила про медіакомпетентність була Франція. Зачатки медіаосвіти, як головної передумови для формування медіакомпетентності, з'явилися в цій країні, ще наприкінці XIX століття. Саме ця країна вперше впроваджує елементи медіаосвіти, для підвищення рівня культурного життя населення. Однією із найцікавіших країн, що займалися медіаграмотністю, як основною культурного просвітництва, у XX столітті були Сполучені Штати Америки. Як і в будь-якій справі, американці почали з практики і лише поступово зацікавились теорією, і це спрацювало, адже рівень медіаграмотності населення почав зростати не

лише у молодому віці, а й у віці 55-60+, що вказує на охоплення великої кількості населення незалежно від соціального статусу, віку, професії тощо.

Схожа система була розгорнута й у Франції, де були створені гуртки кіномистецтва, з професійними, компетентними викладачами, які проходили спеціалізоване навчання. Особливістю розвитку медіаграмотності в цих країнах було масове розповсюдження медіаосвіти як передумови для формування медіакомпетентності.

Відрізняється лише Німеччина, адже медіаосвіта в цій країні була одразу спрямована на молоде покоління і мало охоплювала людей середнього і старшого віку, що призвело в свою чергу до сповільнення темпів прояву елементів медіакомпетентності у старших верств населення. Медіакомпетентність в цій країні проявлялася поступово і мала тенденцію масовості лише у молоді та педагогічної інтелігенції, яка постійно працювала з тією ж молоддю.

Становлення медіакомпетентності в Україні лише починається. Тільки у 2010 році була прийнята Концепція медіаосвіти в Україні, яка не відображала дійсних потреб населення щодо опанування медіаграмотністю. У 2016 році вийшла нова редакція цієї концепції, яка лише наблизилася реалізацію масовості медіаосвіти в Україні. Лише 4 роки тому були зроблені перші вагомі кроки щодо впровадження медіаосвіти і здобуття медіакомпетентності хоча б серед учнів шкіл – впровадження НУШ. Втім, більшість викладачів НУШ самі не мають сформованої медіакомпетентності, перебуваючи на початковому та середньому рівні опанування компетентністю. При цьому слід зазначити, що значний прорив зроблений в Україні саме зазначенням у навчальних програмах для здобувачів початкової освіти необхідних навичок для здобуття медіакомпетентності, як наскрізної компетентності учня школи, громадянина і особистості. Всі інші верстви населення здебільшого обділені медіаосвітою.

РОЗДІЛ 2 МЕДІАКОМПЕТЕНТНІСТЬ: СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ

2.1. Стан, проблеми та перспективи формування медіакомпетентності як культурологічної проблеми

Формування медіакомпетентності – складний процес, що продовжується все життя, адже зараз з пришвидшенням відбувається старіння інформації і те, що було мегановим інформаційним бумом вчора, стає сьогодні чимось, схожим на чорно-біле кіно. Так, цікаво, але занадто застаріло і не актуально, воно більше для душі, а не для розуму.

З точки зору культурології медіакомпетентність розвинена мізерно, адже основне завдання медіакомпетентності зараз спрямоване на захист особистості від фейку, а не на творче використання отриманої інформації, її аналіз і використання у житті задля підвищення рівня медіакультури. Медіакультура в Україні зводиться здебільшого до поняття «гібридної війни» та вміння відрізнити джерело інформації, що несеться потоком промов з екранів смартфонів, ноутбуків, планшетів і телевізорів.

Впровадження медіаосвіти в нашій країні також пов'язане з курсом держави на повноправне входження до Європейського Союзу, де розвиток медіаосвіти є одним з головних пріоритетів освітньої політики. У 2008 році

Європейський парламент ухвалив «Резолюцію щодо медіаграмотності у цифровому світі». У цьому документі обґрунтовується необхідність цілеспрямованого розвитку медіаосвіти у державах ЄС, формулюються рекомендації щодо конкретних шляхів реалізації цього завдання на різних освітніх рівнях. Медіа (як традиційні, так і нові) в Резолюції розглядаються переважно як позитивний суспільний чинник, який, однак, вимагає від громадян володіння певними специфічними вміннями і навичками. Зокрема, у п. 18 йдеться про те, що «медіаосвіта повинна стати компонентом формальної освіти, доступним усім дітям,

повинна стати невід'ємною частиною навчальної програми на всіх етапах шкільного навчання», а п. 19 рекомендує «включити медіаграмотність як базову компетенцію до Європейської програми освіти протягом життя».[18, с.4]

Впровадження медіаосвіти в Україні має кілька суттєвих проблемних моментів, спричинених специфікою самої навчальної дисципліни і реаліями вітчизняної системи освіти:

- 1) нестача ресурсів, потрібних для повноцінного впровадження медіаосвіти як окремої навчальної дисципліни;
- 2) небажання старшого покоління (здебільшого через незнання понять медіаграмотність, медіаосвіта, медіакомпетентність) дозволяти дітям, як їм здається, безконтрольно використовувати Інтернет;
- 3) нечітке означення законодавчої бази щодо впровадження медіаосвіти на місцях, що відірване від реальності систем початкової, середньої і вищої освіти.

Подані вище проблеми сформували в Україні незвичне для освітян поняття інтеграції навчальних дисциплін. І викладачі, що звикли до того, що медіа розглядаються здебільшого на предметі «Інформатика», зі скрипом змушені впроваджувати елементи медіаосвіти на уроках історії, мови та літератури, природничих дисциплін, як єдину можливість здійснити хоча б пропедевтичне ознайомлення дітей з основами медіаграмотності.

Формування медіакомпетентності студентів, в процесі навчання в університеті - це цілеспрямований і цілісний процес, в якому у єдності та взаємодії поєднуються формування його окремих компонентів: мотиваційний, когнітивний, діяльнісний [19, с.172].

Однією із найбільших проблем є неспівпадіння державної політики із реальною педагогічною практикою. Річ у тім, що радянська школа педагогів звикла виховувати «гвинтики системи», а нова політика вчить виховувати неординарну особистість, що спричиняє внутрішній конфлікт всередині самих педагогів, більшість з яких має великі проблеми з

медіаграмотністю. Медіакомпетентність потребує одразу двох підходів: теоретичного і практично-діяльнісного. Втім, застосування практично-діяльнісного підходу, в умовах неналежного фінансування системи освіти, практично неможливе, адже для діяльності потрібні медіапристрої, на яких діти змогли б тренуватися у створенні медіаконтенту, творчо оформлювати його тощо. Поки що здобуття медіаграмотності, як і медіа компетентності в цілому, в Україні зводиться до теоретичного опанування матеріалом.

У багатьох педагогів існує проблема розуміння самої медіакомпетентності. Деякі з них відзначають, що розуміють медіакомпетентність «як вміння користуватися медіа пристроями і добирати медіаконтент». Втім, таке визначення медіакомпетентності говорить лише про те, що викладачі не мають чіткого розмежування між вмінням використовувати медіа, медіаосвітою та медіаграмотністю.

Д. Дуцик, кандидат філологічних наук, доцентка Києво-Могилянської академії, виконавча директорка ГО «Український інститут медіа та комунікації» вказує на низку проблем, що стосуються не тільки шкільної освіти у векторі компетентнісного підходу, зокрема медіаосвіту – основу медіакомпетентності, а й освіти в цілому. Зокрема науковиця зазначає брак інституційної пам'яті. Інституційна пам'ять в Україні мала непослідовний і несистемний характер і залежала у більшості випадків від політичного життя в країні, а не від формування нової культури медійного простору. Дуцик наголошує на тому, що академіки та медійники мають різний погляд на підхід до медіаосвіти й через відсутність діалогу дуже важко досягнути спільної мети.

Також має місце фрагментарність, точковість ініціатив з запровадження медіаосвіти серед великих мас населення. І якщо в цілому на території України існує тенденція до повільного, майже непомітного, зростання рівня медіаграмотності, то в деяких містах (особливо в містах-мільйонниках) існує інша тенденція - різкого стрибка у кількості осіб, що мають медіакомпетентність. Здебільшого такі стрибки пов'язані з

діяльністю локальних громадських організацій, що мають за мету підвищення медіаграмотності населення.

Окрім локалізованих проблем, що стосуються лише нашої країни, існує низка системних проблем у формуванні медіакомпетентності всього світу.

- Медіаосвіта не встигає за розвитком технологій. Те, що було вчора новинкою - сьогодні стає застарілою інформацією, але про те, як оволодіти навіть нею, немає жодних практичних порад. Якщо говорити простіше, всі програми з медіаосвіти вже не актуальні на сьогодні, бо вони були складені вчора.

- Цифрова та інформаційна нерівність. Особливий вплив інформаційної нерівності можна побачити у місцях збройних конфліктів (наш Донбас, Афганістан, Північна Осетія тощо). Люди відрізані від міжнародних засобів обміну інформацією просто змушені вірити тій інформації, що отримали, не маючи змоги її перевірити у інших достовірних джерелах. Цифрова нерівність розповсюджена всюди і здебільшого залежить не від місця проживання і соціального статусу людини, а від її фінансового благополуччя. Адже морально застарілою стає техніка кожні пів року, коли фірма випускає новий флагман, або доповнену і покращену версію цього ж виду техніки, які коштують достатнього дорого для пересічної людини із середньою зарплатнею, як в Європі, так і в Азії, Америці чи Африці.

- Інфантильність громадян. Особливо відчувається на території СНД, де люди, які звикли, що держава про людину турбується швидше, ніж людина сама про себе, не знають, як отримати медіаосвіту, вони не бачать у цьому особистої потреби і не вмотивовані її отримувати, якщо тільки медіаосвіта не стає сферою інтересів заради прибутку чи роботи.

2.2. Аналіз основних методів та принципів формування медіакомпетентності сучасної людини

У 2017 році ЮНЕСКО опублікувала 5 правил набуття медійної та інформаційної грамотності (MIL), вивчення яких дозволяє окреслити перспективи розвитку медіакомпетентності.

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

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

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

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

Принцип 5. Медійна та інформаційна грамотність не набувається одномоментно. Це постійний та динамічний досвід і процес. Його можна вважати завершеним, якщо він включає в себе знання, вміння та установки щодо використання, створення та передачі інформації, щодо медіа та технологічного контенту

Трактування цих принципів у контексті розвитку медіаграмотності виглядає наступним чином:

1. Діти і доросле населення має в рівній мірі вчитися використовувати різні джерела для перевірки і здобуття інформації. Не

варто дискримінувати бібліотеки - через відсутність там великої кількості сучасних медіа, і навпаки, не слід беззастережно довіряти джерелам з Інтернету чи інших медіа, аргументуючи це тим, що в них інформація оновлюється значно швидше.

2. Якщо говорити про перспективи розвитку медіаграмотності, то слід зазначити, що МГ слід розвивати не тільки у школярів. Мають бути створені центри розвитку дорослих, мають спрощуватися процедури отримання медіаосвіти і опанування медіаграмотності у віці 30+. Адже здебільшого ці люди вже завершили навчання у ВНЗ і, здебільшого, володіють застарілими вміннями і знаннями щодо медіа, тому потребують допомоги коучів, які показали б їм нові методи взаємодії з медіа.

3. Медіаосвіта має бути доступною, вона має допомагати особистості критично сприймати інформацію і спрощувати доступ до істинних джерел.

4. Оволодіння медіаграмотністю - це процес систематичного засвоєння навичок роботи з медіаконтентом. Тому основне правило успішного опанування будь-якою компетентністю лишається незмінним, ще з часів Я.-А.Коменського: системність навчання - запорука міцних знань, вмінь і навичок. Досягти такої системності можна лише за умови постійного навчання населення на спеціалізованих курсах та самоосвіта у цьому напрямку. Вибір моделі чи форми медіаосвіти залежить від мети та концепції, яку обирає педагог, установа чи організація для впровадження медіаосвіти [22, с.128]

Якщо говорити про медіаосвіту з точки зору культурологічної теорії медіа, то слід зазначити, що медіаосвіту людина отримує ще до того як починає про це думати, адже кожна людина інтерпретує посил медіа по-своєму, що вже є творчим підходом до споживання та аналізу інформації. Досліджуючи основні методи формування медіакомпетентності можна визначити два великих напрямки: медіаосвіта та медіа самоосвіта. Обидва напрямки мають спільну мету - виховання особистості на винятково гуманістичних, духовних ідеалах. Розглянемо детальніше теорії медіаосвіти як основні вектори формування медіакомпетентності.

Культурологічна теорія наголошує, що головна мета медіаосвіти - навчання аудиторії розуміння того, як медіа можуть збагатити сприйняття, знання і т. ін. людини. Основний зміст медіаосвіти - «ключові поняття» медіаосвіти, ролі, котрі відіграють у суспільстві стереотипи, що ширяться за допомогою медіа.

Естетична (художня) теорія медіаосвіти (Aesthetic Approach, Media as Popular Arts Approach) та її теоретична база (культурологічна теорія медіа) говорить, що головна мета медіаосвіти - навчання аудиторії основних законів і мови художнього спектру медіаінформації, розвиток естетичного (художнього) сприйняття й смаку, здатності до кваліфікованого аналізу художніх медіатекстів. Основний зміст медіаосвіти: мова медіакультури, авторський світ творця художнього медіатексту, історія медіакультури (історія кіномистецтва, художнього телебачення, фотографії тощо).

Соціокультурна теорія медіаосвіти (Social and Cultural Approach) та її теоретична база об'єднують культурологічну теорію (необхідність освіти як результат розвитку медіакультури) й соціологічну (як результат усвідомлення в педагогіці значущості соціальної ролі медіа). Основні положення соціокультурної теорії медіаосвіти (за О.В. Шариковим):

1) розвиток медіа закономірно призводить до необхідності виникнення спеціальної професійної освіти в кожній новій сфері, зв'язаній із появою нових ЗМК;

2) враховуючи масовість медіааудиторії, у професіоналів, щонайперше викладачів спеціальних медіадисциплін, виникає потреба навчати більш широкі прошарки населення мови медіа;

3) ця тенденція посилюється у зв'язку з тим, що суспільство усвідомлює все сильніший вплив медіа на своє життя, а це породжує осмислення соціальної ролі медіа і, як наслідок, переконує медіапедагогів у подальшому розвитку медіаосвітнього процесу.

Російський дослідник О.В. Федоров, зокрема, зазначає, що у соціокультурній теорії медіаосвіти О.В. Шарикова зроблено спробу

подолати перегини як теорії розвитку критичного мислення (з її акцентом на «викриття» негативних або брехливих тенденцій в медіакультурі), так і (значною мірою оснований на семіотичній теорії медіаосвіти) концепцій «візуальної грамотності», «медіаграмотності», котрим, зазвичай, властива асоціальність, відрив від суспільних аспектів діяльності медіа.

Враховуючи всі розглянуті теорії медіаосвіти можна зробити висновок, що медіа освіта має засоби: інноваційні, традиційні (Рисунок 3.1); та форми реалізації (Рисунок 3.2).

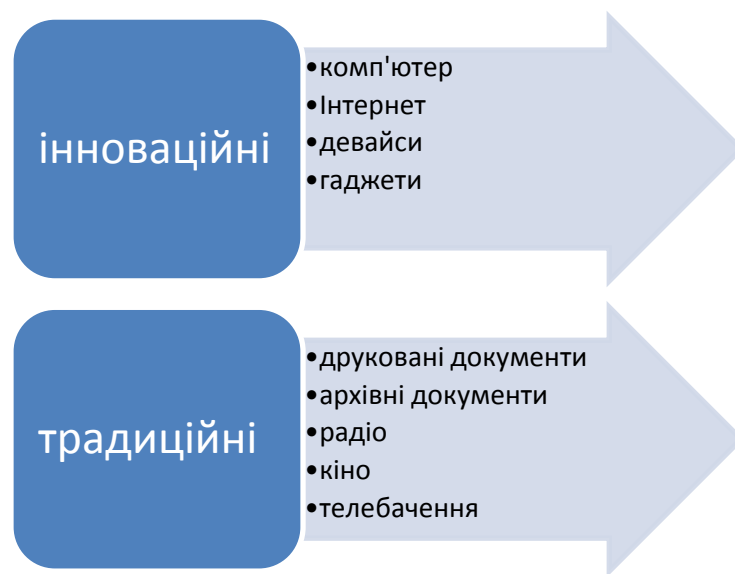


Рис. 3.1 Засоби реалізації медіаосвіти



Рис. 3.2. Форми реалізації медіаосвіти

Також на формування медіаосвіти, як частково педагогічної дисципліни, мають вплив загальнодидактичні принципи: наочності, посиленості, міцності, свідомості, науковості, активності, виховуючого навчання, індивідуалізації, доступності, систематичності та послідовності, колективності, проблемності, розвиваючого навчання.

Передусім форми і методи медіаосвіти є важливою рушійною силою, для розвитку таких необхідних творчих здібностей як викладачів, так і учнів. Адже різні форми реалізації змушують працювати по-різному і трактувати інформацію за допомогою різних методик. Саме так здобувається медіаграмотність, яка потім переростає в медіакомпетентність.

Для здобуття медіакомпетентності аудиторія має оволодіти наступними вміннями (у процесі медіа освіти):

- практико-креативними (самовираження за допомогою медіатехники, тобто створення медіатекстів різних видів і жанрів);
- перцептивно-креативними (творче сприйняття медіатекстів різних видів і жанрів з урахуванням їх зв'язків з різними мистецтвами тощо);
- аналітичними (критичний аналіз медіатекстів різних видів і жанрів);
- історико-теоретичними (самостійне використання одержаних знань з теорії і історії медіа/медіакультури);
- методичними (володіння методами і формами медіаосвіти, різними технологіями самовираження за допомогою медіа) [24, 154].

У результаті успішного опанування цими вміннями, і активного їх використання для переходу умінь у навички, особистість отримує медіаграмотність і значно підвищує рівень своєї медіакультури. Що в свою чергу сприяє становленню медіакомпетентності особистості.

Якщо з якихось причин не використовуються більш ніж 5 форм реалізації медіаосвіти, як необхідної умови формування медіа

компетентності, то можливе неповне опанування всіма необхідними навичками.

Наприклад, при постійному використанні дискусійних методів освіти особистість не в повній мірі може визначитися з власними внутрішніми орієнтирами для подальшого відстоювання точки зору. Аргументація у такому випадку, досить невпевнена і не має міцного наукового підґрунтя.

За умови постійного використання наочного (аудіо-візуального) матеріалу в учнів спостерігається перенасичення фактичними образами, що в свою чергу знижує продуктивність і перетворює процес навчання на «гру в картинки».

Також при доборі методів слід враховувати й особливості психічних процесів тих, хто навчається, адже психічний стан має великий вплив на рівень засвоєння знань. Не слід обирати складні для реалізації форми освіти (відеоконференцію) для людей, що не мають достатньої комп'ютерної компетентності, щоб самостійно налаштувати подібні додатки. За можливості потрібно використовувати найбільш звичні форми взаємодії для тієї чи іншої категорії людей, в залежності від середнього рівня опанування цифровою і комп'ютерною компетентностями.

Системність освіти - необхідна умова для формування міцних знань, але окрім цього, освіта в контексті культури, має бути ще й доступною. Коуч чи тьютор, має розуміти, що рівень знань у людей різний, тому виклад матеріалу має відбуватися якомога доступніше. Адже призначення медіаосвіти – надати людям інформацію, яку вони можуть використовувати для взаємодії з медіа різними способами. Слід розуміти, що доступність викладу є чи не основною складністю при викладанні курсів медіаграмотності. Особливо відчутні ці труднощі у роботі з людьми старшого віку (45+), для них є безліч невідомих слів, які потребують пояснень, особливості їх нейрорегуляції відмінні від нейрорегуляції осіб, що мають більш молодий організм: людям старшого віку потрібно більше часу для структурування, аналізу і запам'ятовування інформації. Тому на

ці процеси слід закладати час і слід їх враховувати у роботі з великими групами населення, вік яких різниться більш ніж на 10 років.

При формуванні медіакомпетентності не можна оминати й аспект розвитку медійної культури. Медіа культура сучасної особистості має свої характерні риси для кожного. Адже у епоху глобального Інтернету особистість формується не тільки під впливом безпосереднього оточення. Величезний вплив на неї мають масмедіа, які обирає власне сама людина для перегляду. Тому варто пояснювати призначення медіапрограм (блог, влог, реаліті-шоу, дебати тощо), їх внутрішню роботу, сценарій передачі чи його відсутність тощо.

Не слід нехтувати такими чудовими надбаннями сучасності, як ігри сматрфону. Адже у кожної людини є особистий гаджет для виходу в Інтернет, тому гейміфікація у процесі здобуття медіакомпетентності займає чи не одне з передових місць.

На тлі повальної гейміфікації слід зазначити, що навіть до вибору ігр слід підходити відповідально. Ігри, що формують медіакультуру є різні. І тут можна йти кількома шляхами, зважаючи на теорії медіаосвіти.

Перший шлях – виховання почуття прекрасного через гру. Естетична теорія медіа, говорить про те, що власне медіа – це спосіб споглядати прекрасне у всій його багатогранності. Тому вибір ігор має бути спрямований на внутрішнє оформлення інтерфейсу, особливості внутрішньої мови, візуальної охайності й естетичності оформлення.

Другий шлях – виховання не тільки прекрасного, а й почуттів правильних чи не правильних. Тому в цьому випадку згодяться ігри-симулятори, де людина відчуває свою деяку спорідненість з героєм, за якого грає.

Третій шлях – шлях конструктивізму, який вчить людину спочатку думати, а потім діяти, і лише після цього відчувати. Для такого рівня організації слід добирати ігри зі складною симуляцією, певними сюжетними лініями і ролями, які б мали приємне естетичне оформлення,

але при цьому воно не заважало залишатися у «тверезості розуму» тому, хто грає в цю гру.

Перенасичення ігровим контентом для здобуття медіакомпетентності також небажане, тому потрібно зберігати баланс при створенні курсів медіаграмотності. Кожен курс має бути розрахований на окрему категорію людей, залежно від їхнього віку та вмінь використовувати інноваційні засоби зв'язку та комунікації.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

З точки зору культурології медіакомпетентність розвинена мізерно, адже основне завдання медіакомпетентності зараз спрямоване на захист особистості від фейку, а не на творче використання отриманої інформації, її аналіз і використання у житті, задля підвищення рівня медіакультури. Медіакультура в Україні зводиться здебільшого до поняття «гібридної війни» та вміння відрізняти джерело інформації, що несеться потоком промов з екранів смартфонів, ноутбуків, планшетів і телевізорів.

Медіаосвіта, як основа для здобуття медіа компетентності, має суттєві проблеми, серед яких: відсутність інституційної пам'яті, інформаційна замкненість, інфантильність та пасивність особистості (громадянина), відсутність зв'язків між теоретичними документами (наказами, конвенціями) та реальним станом педагогічної практики. Неналежне фінансування галузей культури та освіти тощо.

Перспективи розвитку медіакомпетентності з точки зору медіакультури наступні: збільшення охоплення населення медіаосвітою різних видів і форм, різних напрямків; підготовка компетентних спеціалістів, що будуть виконувати ролі тьюторів-коучів, підвищення медіакультури населення шляхом впровадження елементів медіаосвіти у більшість курсів; формування централізованого органу, що буде займатися методичним забезпеченням викладачів з медіаграмотності; розробка і впровадження спецкурсів, основною метою яких є формування медіаграмотності з точки зору культурологічних теорій медіаосвіти.

Принципи формування медіа компетентності, прописані ЮНЕСКО у 2017, реалізуються через медіаосвіту. Медіаосвіта має інноваційні і традиційні засоби реалізації змісту. Засоби реалізації використовуються у різноманітних формах медіаосвіти. Медіаосвіта, як частково педагогічна дисципліна, керується не тільки принципами оволодіння медіа компетентністю, а й загальнодидактичними принципами навчання, без застосування яких неможливе опанування знаннями й уміннями, а, як наслідок, і навичками.

Для здобуття медіакомпетентності аудиторія має оволодіти наступними уміннями (у процесі медіаосвіти):

- практико-креативними (самовираження за допомогою медіатехники, тобто створення медіатекстів різних видів і жанрів);
- перцептивно-креативними (творче сприйняття медіатекстів різних видів і жанрів з урахуванням їх зв'язків з різними мистецтвами тощо);
- аналітичними (критичний аналіз медіатекстів різних видів і жанрів);
- історико-теоретичними (самостійне використання одержаних знань з теорії і історії медіа/медіакультури);
- методичними (володіння методами і формами медіаосвіти, різними технологіями самовираження за допомогою медіа).

Оволодіння даними навичками у повній мірі дає підстави вважати, що особистість опанувала медіаграмотність достатню для формування медіакомпетентності й для підвищення рівня загальної культури та медіакультури також.

РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ

Проаналізувавши особливості формування медіакомпетентності, вивчивши особливості медіаосвіти, визначивши умови для здобуття медіаграмотності, ми провели групу експериментів у медійному просторі.

Першим етапом експерименту було створення опитувань у найпростіших гуглформах, які дозволяли б оцінити рівень медіаграмотності особистості. Опитуваним пропонувалася низка питань, після відповіді на які система автоматично підраховувала кількість правильних і неправильних відповідей і визначала відсоток респондентів, що мають елементи критичного мислення і деякі знання з медіаосвіти (Діаг.3.1).



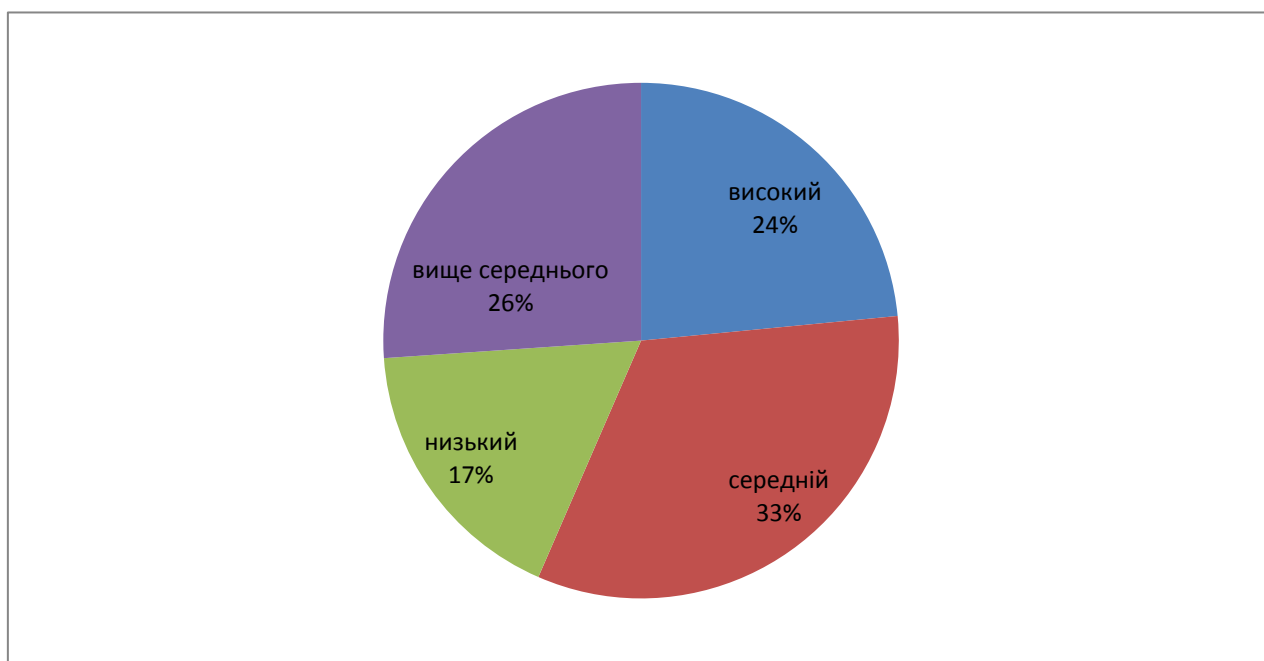
Діаг.3.1 Розподіл осіб відповідно до рівня критичного мислення та наявності деяких знань з медіаосвіти

Після проходження тесту більшості респондентів було надано брошури з рекомендаціями «Що таке медіакомпетентність? Як її отримати?» В даній брошурі було надано основні поняття з медіаграмотності, опанування яких, мало підвищити її рівень у респондентів.

Після вивчення брошури пропонувалося 2 тижні, на впровадження основних принципів у рутинне життя. Після двох тижнів самостійного

впровадження елементів медіаграмотності людям пропонувалося повторне тестування.

Результати повторного тестування представлені у діаграмі 3.2.



Діаграма 3.2 Повторні результати тестування після вивчення брошури

Позитивні зміни помітно здебільшого у середньому та високому рівні розвитку критичного мислення та деяких знань з медіаосвіти. Різниця між рівнями до тестування і після складає: для середнього рівня – 7%, для високого рівня – 9%.

Рівень осіб, що мають низький рівень критичного мислення, зменшився на 8%.

Отже, зважаючи на позитивну динаміку росту рівня критичного мислення, можна зробити висновок, що впровадження елементів медіаосвіти шляхом розповсюдження друкованою продукції є ефективним, проте досить повільним. До того ж має декілька недоліків:

1. Невідомо чи прочитала людина брошуру до кінця і чи все було їй зрозуміло.
2. Зберігати і носити з собою друковану продукцію непрактично.

Наступним кроком у нашому дослідженні була постановка нового експерименту, основою якого було дослідження впливу медіаосвіти на вибір медіапродуктів.

Серед учасників першого експерименту було відібрано 2 групи людей по 10 чоловік. Першій групі показували ролик про те, як відрізнити якісні медіа, правдиві медіа від неправдивих. Іншим - ролик, що не ніс жодного інтелектуального навантаження. Після перегляду ролику людям пропонувалося обрати медіа, за якими б вони хотіли стежити (телеграм, вайбер канали).

Респонденти з першої групи у більш ніж 60% обирали медіа, що мають надійне джерело і є дійсно правдивими (офіційні державні канали або ж такі, що співпрацюють з ними, та посилаються на державні документи, видані різними міністерствами).

Респонденти другої групи лише у 20% випадків обирали принципово достовірні канали, що говорить про низький рівень медіаграмотності і, як наслідок, несформованість медіакомпетентності.

З даного експерименту можна зробити висновок, що формування медіакомпетентності шляхом використання аудіовізуальної інформації є досить дієвим засобом.

Серед переваг цього засобу можна зазначити наступне:

1. ролик займає небагато часу;
2. має яскраве оформлення, а тому швидко запам'ятовується;
3. дає швидкий результат.

Серед недоліків :

1. невідомо, чи матиме ролик довготривалий ефект і чи будуть люди впроваджувати те, чого навчилися, у повсякденному житті.

Серед опитуваних у першому експерименті було відібрано дітей віком від 10 до 17 років, та молодь від 18 до 25 років.

Серед цих двох груп проводився експеримент, в основі якого лежить гейміфікація освітнього процесу з метою здобуття медіаграмотності та розвитку навичок критичного мислення.

Хід експерименту полягав у проходженні гри «Вірю /не вірю». Після завершення туру учасників просили згадати, які твердження у них були помилковими і чи запам'ятали вони правильні твердження.

Відсоток згаданих правильних тверджень був менше 30% для дітей і 40% відсотків для дорослих.

З поданого експерименту можна зробити висновок, що ігри можуть бути використані для набуття окремих компонентів медіакомпетентності, але в цілому лише за допомогою гейміфікації не можна досягти здобуття медіакомпетентності повною мірою.

Враховуючи всі результати експериментів, можна створити модель навчання медіакомпетентності населення.

Перший крок у здобутті медіа компетентності - медіаосвіта або основні її елементи у спрощеному вигляді, що мають різні засоби взаємодії з психікою людини (аудіо, відео, фото, текстовий контент).

Другим кроком має бути поглиблення знань та перехід знань у практичні площину, для закріплення.

Третім кроком є систематичне повторення знань та умінь для переходу у навички, які б людина могла використовувати у повсякденному житті.

Четвертий крок у здобутті компетентності – це творча взаємодія з отриманим контентом: створення власних флаєрів, колажів, відео, презентацій, що містять не лише теоретично засвоєний матеріал, а й показують рівень оволодіння медіаграмотністю.

З точки зору навчальних компетентностей на цьому кроці все має завершитися, але для опанування медіакомпетентністю з точки зору культурології слід продовжити оволодіння поняттями категорій прекрасного і потворного, філософського змісту кожного медіатексту, вміння розуміти чому автор висуває саме таке судження і чи є воно насправді твердженням.

Досягти цього можна лише за умови розширення кругозору, за допомогою перегляду високохудожніх фільмів, вивчення практично-інформативних статей тощо.

Для молоді та людей середнього віку можна порекомендувати різноманітні курси, наприклад курс «Медіаграмотність: практичні

навички» на платформі Прометеус. І хоча курс більше орієнтований знову ж таки на «гібридну війну», втім він може бути корисним з точки зору культурології, адже в ньому даються основні поняття з соціокультурних теорій, які важливо сприймати через призму їх практичності. В курсі значна увага приділяється емоційно-етичній компетентності, яка є складником культури особистості в цілому і впливає на ряд інших компетентностей, що тісно пов'язані з медіакомпетентністю.

Окрім підвищення медіаграмотності слід також підвищувати рівень загально-національної культури особистості. Підвищення рівня культури всього населення можна досягти шляхом цілеспрямованого, систематичного ознайомлення з мистецьким світом (виставки, театральні вистави, відвідування музеїв, лекцій тощо).

Також важливим аспектом у розвитку медіаграмотності є розвиток цифрової компетентності. Його також можна досягти шляхом проходження курсів на спеціалізованих платформах, а можна займатися самоосвітою.

Використання одного із складників більше за інші може спричинити нерівномірний, стрибкоподібний розвиток компетентності, що в свою чергу призводить до прогалин у знаннях та відсутності необхідних практичних навичок.

Ефективним для набуття медіаграмотності є проект – MediaSapiens. Він включає як наявність матеріалів для медіа-освіти (самоосвіти), так і практичні завдання для формування медіа грамотності.

Для навчання найменших споживачів інформації - дітей можна використовувати «Медіаграмотну місію» (онлайн-гра, спрямована на перевірку вміння рятуватися від шкідливого інформаційного впливу). Втім дана гра може бути використана й для закріплення знань дорослого населення під час проходження курсів з медіаосвіти.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 3

Враховуючи всі результати експериментів, можна створити покрокову інструкцію зі здобуття медіакомпетентності, що складається з 5 кроків.

Перший крок – медіаосвіта або основні її елементи у спрощеному вигляді, що мають різні засоби взаємодії з психікою людини (аудіо, відео, фото, текстовий контент).

Другий крок - поглиблення знань та перехід знань у практичні площину, для закріплення.

Третім кроком є систематичне повторення знань та умінь для переходу у навички, які б людина могла використовувати у повсякденному житті.

Четвертий крок у здобутті компетентності – це творча взаємодія з отриманим контентом: створення власних флаєрів, колажів, відео, презентацій, що містять не лише теоретично засвоєний матеріал, а й показують рівень оволодіння медіаграмотністю.

З точки зору навчальних компетентностей на цьому кроці все має завершитися, але для опанування медіакомпетентністю з точки зору культурології слід продовжити оволодіння поняттями категорій прекрасного і потворного, філософського змісту кожного медіатексту, вміння розуміти чому автор висуває саме таке судження і чи є воно насправді твердженням.

Досягти цього можна лише за умови розширення кругозору, за допомогою перегляду високохудожніх фільмів, вивчення практично-інформативних статей тощо.

Варто розуміти, що початковий рівень оволодіння цифровою компетентністю у різних груп населення різний, тому для людей категорії 45+ треба виділити окремий блок (0 крок), метою якого стане базове опанування ПК на рівні просунутого користувача.

Варто враховувати ще й психо-фізичні показники людей, що навчаються. Наприклад, для людей віку 20-30 років доречно

використовувати сленгову мову, яка для них зрозуміла. Для людей старших вікових категорій (45-60+) слід підбирати якомога простіше пояснення тих чи інших користувацьких можливостей. Недоречним, наприклад, буде використання словосполучення «серфити у мережі». Краще висловитися більш зрозумілим висловом «сидіти в Інтернеті», зауважуючи, що це дія не має певної цілі.

ВИСНОВКИ

Провдене нами дослідження дійсно підтверджує, що медіакомпетентність - важлива для сучасної людини. Ця компетентність є збіркою компетентностей, що включає в себе: критичне мислення, цифрову компетентність, комунікаційну компетентність та елементи деяких навчальних компетентностей. На сьогодні визначено необхідність опанування медіаосвітою, як основою для формування медіакомпетентності. Варто зазначити, що медіакомпетентності передуює медіаграмотність, як сукупність навичок роботи з медіа, що сформувалася на базі знань отриманих з курсу медіаосвіти чи її елементів.

Розвиток медіакомпетентності, як і медіаосвіти був неоднорідним, і у кожної культури були свої особливості формування. У США медіаосвіта мала здебільшого практичну спрямованість. У Франції медіаосвіта була масово впроваджена серед усіх верств населення одночасно, за допомогою цілеспрямованої освітньої реформи, що торкнулася усього населення, незалежно від віку. Рівень медіаграмотності у Німеччині зростав дуже повільно і здебільшого стосувався молодого населення (школярі і студенти).

З токи зору культурології розвиток медіакомпетентності відбувався у Франції найбільш вдало, адже з поміж загальних навичок, французькі просвітителі мали не лише бажання, а й відповідну освіту, і спрямовували своїх учнів на творче осмислення інформації, отриманої з надбань культури (кінематограф).

Рівень медіа компетентного населення вищий здебільшого у Європейських країнах, насамперед через те, що медіаосвіта впроваджувалася на території цих країн на 20-40 років раніше, ніж у країнах СНД (до яких входила й Україна).

Медіакомпетентність, як необхідну компетентність сучасної людини визначено лише у стандарті Початкової освіти (Нової української школи),

до цього визначення медіакомпетентності було розмите і скоріше стосувалося медіаосвіти, а не здобуття компетентності.

Стан сучасної медіаосвіти в Україні бажає кращого. Низький рівень фінансування галузі та відсутність необхідних базових навичок викладачів не дозволяють повною мірою ознайомити учнів студентів та доросле населення з медіаосвітою. Вдало впроваджується лише інтегроване навчання, де медіаосвіта входить в інший базовий курс шкільних чи ВНЗвських предметів. Медіаосвіта дорослого населення представлена здебільшого курсами у інститутах післядипломної освіти (для вчителів), загальнодоступними курсами на платформі « Прометеус»(для загальної аудиторії) для людей старшого віку (50+) медіаосвіта майже не проводиться (за виключенням елементів медіаосвіти у інститутах III віку, що створені при бібліотечних системах).

Медіаграмотним в Україні є здебільшого населення юного та молодого віку (18-35) років, але ця грамотність зумовлена активним користування мережі Інтернет , а не загальнодержавною освітньою політикою.

Перспектива розвитку медіаосвіти в Україні полягає у більш масивному впровадженні елементів такої освіти для всього населення, з урахуванням вікових особливостей.

Основною умовою для формування медіаграмотності є медіаосвіта чи медіа самоосвіта. Медіаграмотність є необхідним шаблоном розвитку особистості на шляху до здобуття медіакомпетентності.

Наше дослідження охопило невелику кількість респондентів 100 осіб. Серед них були як люди, що тісно пов'язані зі сферою культури, так і з освітньою сферою. Вікові категорії, що охопили наше дослідження це діти (10-17 років), молодь (18-40 років) , люди середнього віку (40 – 60 років), та люди літнього віку 60+ років. Респонденти мали різний рівень освіти: загальноосвітній, професійно-технічний, неповний вищий, вищий.

Особливої залежності між рівнем освіти та рівнем медіаграмотності не виявлено. Рівень медіаграмотності здебільшого залежав від віку

респондентів, а також від їхньої повсякденної активності у мережі Інтернет, та соціальних медіа.

У ході дослідження виявлено, що рівень засвоєння знань з медіа залежить від вміння користуватися різними гаджетами, що мають вихід до мережі Інтернет. Виявлено особливість, що має бути врахована у подальшому впровадженні медіаосвіти і формуванні медіакомпетентності: будь-яка інформація, що не отримала закріплення на практиці в достатньому обсязі не буде мати впливу на повсякденне користування інтернет-ресурсами і тим більше, не буде достатньою підставою для формування медіакомпетентності.

З точки зору культурології медіакомпетентність можна вважати сформованою не лише за наявності медіаграмотності, а й з формуванням понять категорій прекрасного, з тісним повсякденним контактом з високим мистецтвом, після якого буде обов'язково проведений аналіз і творче застосування особисто-інтерпретованої інформації в медіапростір будь-яким з можливих способів (створення унікального медіапродукту).

Варто враховувати ще й психо-фізичні показники людей, що навчаються. Наприклад, для людей віку 20-30 років доречно використовувати сленгову мову, яка для них зрозуміла. Для людей старших вікових категорій (45-60+) слід підбирати якомога простіше пояснення тих чи інших користувацьких можливостей.

Важливо задіяти багато відділів мозку, для більш ефективного засвоєння інформації. Варто використовувати як відео, аудіо, текст, інтерактивні вправи, так і гейміфікацію у різних долях, але з однаковою систематичністю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чаркіна Т.І. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ ТА МЕДІАГРАМОТНОСТІ У СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ/ Науковий семінар ХНУ ПС ім. І.Кожедуба, 21 жовтня 2020.
2. Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. - Ростов: ЦВВР, 2001.
3. Овсянникова К. Ю. Педагогічні умови формування медіаосвітньої компетентності майбутніх учителів-філологів: обґрунтування проблеми / К. Ю. Овсянникова // Науковий вісник Мелітопольського держ. пед. ун-ту. — 2014. — № 1. — С. 127. — (Серія «Педагогіка»).
4. Єрмоленко А. О. Медіакомпетентність як необхідна складова професійної майстерності сучасного педагога / А. О. Єрмоленко // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки. - 2016. - Вип. 137. - С. 330-333. —
Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2016_137_80.
5. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / А. В. Федоров. — М. : Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. — 616 с. — С. 8.
6. Media Education, 1984: 8; за Федоров А.В., 2003 та Жилавская И.В., 2009: 82
6. Нова школа: простір освітніх можливостей. / <https://vido.com.ua/>
— Режим доступу: <https://vido.com.ua/article/22074/nova-ukrayinska-shkola-prostir-osvitnikh-mozhливостей/>
7. Концепція впровадження медіаосвіти (нова редакція) / <https://ms.detector.media/>
Режим доступу: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/16501/2016-04-27-kontseptsiya-vprovadzhennya-mediaosvity-v-ukraini-nova-redaktsiya>
8. Рекомендація 2006/962/ЄС Європейського Парламенту та Ради (ЄС) "Про основні компетенції для навчання протягом усього життя"/ від

18 грудня 2006 року./ <https://zakon.rada.gov.ua/> Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/994_975

9. Федоров А.В., Левицкая А.А., Челышева И.В., Мурюкина Е.В., В.Л.Колесниченко, Михалева Г.В., Сердюков Р.В./Научно-образовательный центр «Медиаобразование и медиакомпетентность»./М.: МОО «Информация для всех», 2012. 614 с./ ISBN 978-5-98517-153-2

10. 'Getting off mute' – Ofcom's approach to online literacy <http://www.ofcom.org.uk/> Режим доступу: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/media-literacy/>

11. Media literacy/ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/> URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en>

12. ISTE National Educational Technology Standards for Students / <https://www.iste.org/> URL: <https://www.iste.org/iste-standards/>

13. Core Principles of Media Literacy Education in the United States. / <https://namle.net/> URL: <https://namle.net/wp-content/uploads/2020/09/Namle-Core-Principles-of-MLE-in-the-United-States.pdf/>

14. Five Key Questions of Media Literacy/ <https://fj.usembassy.gov/> URL: <https://fj.usembassy.gov/media-literacy-five-key-questions/>

15. Кульчинська Л. (Огляд медіаосвіти: США, Франція).- Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / Іванов В., Волошенюк О., Кульчинська Л., Іванова Т., Мірошніченко Ю. – 2-ге вид., стер. – К.: АУП, ЦВП, 2012. – 58 с.

16. Le cinéma a l'école (1986) // Cahiers pedagogiques. n 240, pp.6 – 37

17. Александр Федоров. Медиаобразование в зарубежных странах. Таганрог: Изд-во Кучма, 2003. – с.127

18. Післядипломна педагогічна освіта: формування медіакомпетентності школярів в закладах освіти. Навчальний посібник для самостійної роботи слухачів курсів підвищення кваліфікації / Уклад.: О.В.Бурім. Сєверодонецьк, 2018. 51с.

19. Прокопенко І. Ф. Педагогічні технології в підготовці вчителів: навч. посібник. Харків: Видавництво ХНПУ, 2018.- 457 с.

20. Медіаосвіта в Україні: вимога часу чи модний тренд?/
<https://www.ukrinform.ua/> [Інтернет ресурс]URL
https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/3139492-mediaosvita-v-ukraini-vimoga-casu-ci-modnij-trend.html
21. ЮНЕСКО опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності/ <https://ms.detector.media/> [Інтернет ресурс] URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/18453/2017-02-24-yunesko-opublikovala-pyat-pryntsyviv-mediynoi-ta-informatsiynoi-gramotnosti/>
- 22.Осюхіна Марина Олександрівна УДК 316.77:37.041:070(477)(043.5) / Медіа- та інформаційна грамотність як складова сучасних інформаційно-комунікаційних обмінів (національна концепція у контексті світового досвіду), дисертація - Дніпро 2018р.
- 23.Ірина Якимчук. Формування медіаосвітніх компетентностей у викладачів коледжу: теоретичний аспект/Нова педагогічна думка. 2019. № 4 (100), с 69-73.
24. . Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / А. В. Федоров . – М. : Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО “Информация для всех”, 2007. – 616 с.
- 25.:Підручник «Медіаосвіта та медіа грамотність», К. Академія української преси, Центр вільної преси, 2012: Режим доступу: <https://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf>
26. Мороз О. Медіаграмотність як сучасний інструмент боротьби з маніпуляторами та фейками / О. Мороз, С. Ковальчук // Маркетинг в Україні / Всеукраїнська громад. орг. " Українська Асоціація Маркетингу" ; редкол.: Старостіна А.О., Лирик І.В., Бакушевич І.В. [та ін.]. – Київ, 2019. – № 5 (116), вересень - жовтень. – С. 55-64. – ISSN 1606-3732
27. Іванова Т.В. Медіаосвіта та медіаграмотність як актуальні тенденції виховання сучасної молоді / Т.В. Іванова, В.Ф. Іванов // Педагогіка і психологія : вісник НАПН України : науково-теоретичний та інформаційний журнал / Нац. акад. пед. наук України. – Київ, 2013. – № 2 (79). – С. 46-55

28. Іванов В.Ф. Медіаосвіта та медіаграмотність: визначення термінів / В.Ф. Іванов, О.Я. Шкоба // Інформаційне суспільство : науковий журнал / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Ін-т журналістики. – Київ, 2012. – Вип. 16, липень - грудень. – С. 41-52

29. Онкович Г. Якщо не медіаосвіта то принаймі, - медіаграмотність // Освіта : офіційне видання М-ва освіти і науки України. – Київ, 2015. – 7-14 січня (№ 1/2). – С. 13

30. Толмачова І. Г. Методологічні підходи до розуміння сутності феномену / І. Г. Толмачова // Медіа-компетентність майбутнього вчителя початкових класів. – Одеса – 2019. – Випуск 1(13). – С. 172–177. URL: <http://hdl.handle.net/123456789/4589>

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

ДОДАТКИ

Додаток А

Анкета для визначення рівня критичного мислення
та визначення рівня медіа грамотності
(для дітей від 10 до 18 років)

Шановний учень!

Просимо відповісти тебе на подані нижче запитання.

1. Чи зареєстрований ти в соціальній мережі?

а) так б) ні

2. Чим ти частіше займаєшся у вільний час?

а) граю з друзями на вулиці

б) дивлюсь телевізор

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

Твій клас: вік: стать:

Дякуємо за відповіді!

Анкета для дорослих

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

Life

UkrOpen

Українці

Ukrface

Facebook

Twitter

Instagram

Google +

FamalyUA

Сусіди

Telegram

YouTube

Мій Світ

LinkedIn

MySpace

Viber

WhatsApp

Pinterest

Skype

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 несамотнім
- з) корисна можливість безцільно поводити 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

нудьгу

розчарування

безпеку

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, незалежно від ціни

б) так, за адекватну ціну

в) ні, не буду оплачувати

г) важко відповісти

д) ні

13. Як ви розумієте сутність поняття «медіаграмотність»?

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 у вашому оточенні люди, з якими Ви можете поділитись проблемами цькування з боку інших людей?

а) так, батьки

б) так, одногрупники

в) так, друзі

г) ні, не маю

д) інше

21. Дата Вашого народження

22. Ваша стать

жіноча

чоловіча