



**Миколаївський обласний інститут
післядипломної педагогічної освіти**

**Кафедра психології, педагогіки та
менеджменту освіти**

«МЕДІАКУЛЬТУРА ОСОБИСТОСТІ» НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МОДЕЛІ МЕДІАЗАНЯТЬ

Навчально-методичний посібник



**Миколаїв
2016**

«Медіакультура особистості»
Навчально-методичні
моделі медіазанять

Навчально-методичний посібник

УДК 373.5.016.070.1 [075.8]

ББК 74.267.6.я73

Упорядник: *Т. П. Крячко*, старший викладач кафедри психології, педагогіки та менеджменту освіти Миколаївського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти

Рецензенти: *Л. А. Найдьонова*, к. психол. н., завідувач лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти, заступник директора Інституту соціальної та політичної психології НАПН України;
Д. Л. Десятов, к. пед. н., доцент кафедри суспільствознавчої освіти Миколаївського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти

Відповідальна за випуск: *Г. Г. Півень*, заступник директора з науково-педагогічної роботи Миколаївського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти

Рекомендовано до друку рішенням вченої ради Миколаївського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти, протокол від 30.05.2013 № 2.

Медіакультура особистості / Упор. Т. П. Крячко. За науковою редакцією В. І. Шуляра. – Миколаїв : ОППО, 2016. – 144 с.

© Кафедра педагогіки, психології та менеджменту освіти

© Лабораторія редагування та видавничої діяльності Миколаївського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти
2016

ЗМІСТ

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Розділ I. Навчально-методичні моделі медіазанять курсу «Медіакультура особистості» (10 клас)..... | 5 |
| <i>Бондар О. В.</i> Медіатехнології. Необхідність критичного мислення у сфері візуальної медіа продукції..... | 5 |
| <i>Гусєва Л. В.</i> Провідні види візуальних, аудіовізуальних засобів масової комунікації..... | 10 |
| <i>Денисенко О. М.</i> Аналіз медіатексту. Гендерна політика сучасних медіа..... | 20 |
| <i>Ілляшенко О. А.</i> Виникнення журналістики. Перші періодичні видання в Україні..... | 25 |
| <i>Кокотова Т. Ю.</i> Психологічний захист від непотрібної візуальної інформації..... | 30 |
| <i>Селютіна О. О.</i> Світ реклами та її феномени..... | 35 |
| <i>Філіпова О. О.</i> Творче медіасприйняття як психологічний захист від непотрібної інформації. Вправи на дистанціювання..... | 42 |
| <i>Фірсіна С. І.</i> Розвиток інформаційного суспільства. Цифрова нерівність..... | 46 |
| <i>Фірсіна С. І.</i> Створення інформаційного бюлетеня «Новини світу»..... | 58 |
| Розділ II. Авторські програми медіаосвітніх спецкурсів, курсів за вибором..... | 62 |
| <i>Гінкул В. С.</i> Програма медіаосвітнього курсу «Практична медіакультура»..... | 62 |
| <i>Коваль А. І.</i> Програма спеціалізованого медіакурсу «Молодь та засоби масової інформації» для учнів 9-го класу..... | 80 |
| <i>Крячко Т. П.</i> Програма навчально-методичного комплексу «Медіаосвіта (медіаграмотність)»..... | 82 |

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Ржевська І. І.</i> Експериментальна програма факультативного курсу «Медіакультура» для учнів 7-го класу..... | 103 |
| <i>Ржевська І. І.</i> Експериментальна програма гуртка «Основи журналістики» для учнів 5–11-х класів..... | 114 |
| <i>Крутієнко О. М.</i> Навчальна програма факультативу «Основи опрацювання мультимедійних даних». 7–9 класи..... | 118 |
| <i>Бондарєва Л. Л., Сапожнікова І. І.,</i> Експериментальна програма «Медіакультура»..... | 136 |

Розділ I. Навчально-методичні моделі медіазанять курсу «Медіакультура особистості» (10 клас)

ТЕХНОЛОГІЧНА МОДЕЛЬ МЕДІАЗАНЯТТЯ «МЕДІАТЕХНОЛОГІЇ. НЕОБХІДНІСТЬ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ У СФЕРІ ВІЗУАЛЬНОЇ МЕДІАПРОДУКЦІЇ»

Бондар О. В.

I. Інформаційна картка медіазаняття *10 клас*

Тема медіазаняття за програмою: Медіатехнології. Необхідність критичного мислення у сфері візуальної медіапродукції.

- 1. Тема:** Медіатехнології. Необхідність критичного мислення у сфері візуальної медіапродукції (урок 2).
- 2. Мета:** сприяти, щоб до кінця заняття учні:
 - переосмислили отримані на попередніх заняттях уявлення про критичне мислення стосовно простору мас-медіа;
 - ознайомилися з найпоширенішими способами маніпулятивного впливу з боку ЗМІ та реклами;
 - одержали досвід застосування навичок критичного мислення щодо продукції мас-медіа.
- 3. Змістові лінії медіаосвіти:**
 - базова: культурологічна, емоційно-ціннісна;
 - фонові: компаративна.
- 4. Медіакомпетенції:**
 - базова: різновиди та особливості медіатехнологій.
- 5. Очікувані (плановані) результати:** розуміння маніпулятивного впливу, використовуюваного в ЗМЗ і розвиток навичок критичного мислення.
- 6. Міжпредметні зв'язки:** література, логіка, інформатика.
- 7. Поняття:** медіатехнології, контент-аналіз, медіакультура, спеціальні медіатехнології.
- 8. Тип медіазаняття:** комбіноване.
- 9. Форма проведення:** бесіда з елементами дослідження.
- 10. Наочні засоби:** мультимедійна дошка, комп'ютер, журнали, газети, телевізор.

11. Використані джерела:

- Програма курсу за вибором для учнів 10 класів / О. Т. Баршполец, Л. А. Найдьонова.
- *Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навчальний посібник* / за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баршпольця / Інтернетресурс.

Конспект заняття

Тема: Медіатехнології. Необхідність критичного мислення у сфері візуальної медіапродукції (урок 2).

Мета: сприяти, щоб до кінця заняття учні:

- переосмислили отримані на попередніх заняттях уявлення про критичне мислення стосовно простору мас-медіа;
- ознайомилися з найпоширенішими способами маніпулятивного впливу ЗМІ та реклами;
- одержали досвід застосування навичок критичного мислення щодо продукції мас-медіа.
 - **Наочні засоби:** мультимедійна дошка, комп'ютер, журнали, газети, телевізор.
 - **Тип медіазаняття:** комбіноване.
 - **Форма проведення:** бесіда з елементами дослідження.

Бесіда

- Наскільки ви довіряєте рекламній інформації, яку поширюють ЗМІ? Чому?
- Чи може людина повністю відмовитися від одержання інформації? Чому?
- Чи є в сучасної людини способи убезпечити себе від недоброякісної інформації? Які це способи?

Проблемне питання:

Чим привертається і утримується увага глядачів, та чи здійснюється вплив на їхню свідомість?

Тема нашого уроку: Медіатехнології. Необхідність критичного мислення у сфері візуальної медіапродукції.

Це другий урок з теми «Медіатехнології».

Я сподіваюсь, що в результаті діалогу з вами ми вирішимо питання, пов'язані з нашою проблемою.

1. Розпочнемо з найпростішої медіапродукції – преси.

Незважаючи на те, що телебачення й Інтернет починають відтісняти друковану продукцію на другий план, преса все-таки утримує свої позиції. І кожного року ми звертаємо увагу на прилавки книжних кіосків, що весь час поповнюються новою газетною та журнальною продукцією. Читач (ми з вами) повинен орієнтуватись у великій масі друкованої продукції. Вибираючи газети, журнали для читання, ми маємо зрозуміти чи будуть вони цікавими вам чи членам вашої родини.

Сьогодні ви працюєте в групах, і перше практичне завдання вам таке:

Перед вами друковані видання, перегляньте їх, спробуйте зрозуміти їхній зміст і зробіть підбірку преси для вашої сім'ї. Обґрунтуйте, чому саме це видання ви обрали для членів вашої сім'ї.

(Відповіді учнів).

Отже, за допомогою порівняння логічного та критичного мислень ви змогли зорієнтуватись і вибрати пресу для сім'ї.

2. Світ теленовін.

В умовах надміру різноманітної інформації потрібно вчитися орієнтуватися в інформаційних потоках: грамотно сприймати, розуміти, аналізувати інформацію, мати уяву про механізми та наслідки її впливу на глядачів, читачів, слухачів.

Ви одержали додому випереджаюче завдання: переглянути випуски теленовін на різних каналах і скласти таблиці про висвітлення тем у теленовінах методом контент-аналізу.

Що таке контент-аналіз?

Контент-аналіз спрямований на розроблення, виявлення змістових категорій тем.

Проаналізуйте висвітлення теленовін і дайте відповіді на питання.

Висвітлення тем у теленовінах методом контент-аналізу.

| Число | Теми, висвітлені у теленовінах на каналі... |
|------------|-------------------------------------------------|
| 01.12.2011 | 1. Поїздка президента до... 2. Катастрофа... |
| 02.12.2011 | |
| 03.12.2011 | |

1. Чи адекватно відображається теленовінами дійсність?

2. Яка тематика переважає? Яких тем не вистачає?

3. З якою метою або яких причин відбувається одностороннє висвітлення дійсності?

Як ви думаєте, які рубрики повинні висвітлюватись у теленовінах? (Політика, соціальні проблеми, економіка, екологія, культура та мистецтво, спорт).

Напишіть порядок висвітлення проблем у теленовінах на вашому каналі.

Отже, яку модель світу репрезентують телерепортажі у новинах українських провідних каналів? («1+1» – держава-катастрофа).

3. Мультфільми.

Зараз з екранів телевізорів дуже багато критики звучить на адресу мультфільмів. Але це не означає, що більшість мультфільмів не потрібно показувати (як говорять критики: «тому що вони не навчають»). Спробуємо підійти критично до одного з найпопулярніших мультфільмів сучасності «Маша і ведмідь».

Уявіть собі, що ви вже дорослі, і вам потрібно прокоментувати всі епізоди мультфільму, де вашій дитині не потрібно брати приклад із Маші.

Будемо працювати в групах.

1 група коментує ті епізоди, в яких Машу не потрібно наслідувати.

2 група – епізоди, в яких Маша подає приклад.

(Демонстрація мультфільму «Маша і ведмідь»), (додаток 1).

Отже, як ви думаєте, чому сценаристи мультфільмів дуже часто показують неслухняних героїв? (Щоб зацікавити, з такими героями легше створити смішні ситуації).

Якщо дитина буде весь час переглядати мультфільми з неслухняними героями, це вплине на її поведінку.

Чи потрібно дорослим коментувати мультфільми?

4. Види спеціальних медіатехнологій.

На попередньому уроці ми з вами вивчили теоретичні поняття «Види спеціальних медіатехнологій».

1. Згадайте, що таке спеціальні медіатехнології (поняття)?

2. Назвіть види спеціальних медіатехнологій, які можуть певним чином впливати на аудиторію.

У медіавиробництві одночасно використовують технічні й змістові прийоми у різних варіаціях. Такі комплекси прийомів ми називаємо медіатехнологіями.

Як правило, медіатехнології спрямовані не лише на ефективне підсилення змісту та форми медіатексту з метою **привертання та утримання уваги**, а й на **ефективний кінцевий психологічний результат** із боку аудиторії – очікувану реакцію на запропонований медіавиробником медіатекст. Медіатехнології ЗМК, суть яких – **вплив на свідомість, поведінку людини**, ми називаємо **спеціальними медіатехнологіями**.

Спеціальні медіатехнології – це такі медіатехнології, які за допомогою візуальних образів, ментальних конструктів, спеціального подання інформації тощо здатні навіювати певні ідеї або маніпулювати свідомістю, поведінкою людини. Це спеціальні медіатехнології, які можуть певним чином впливати на аудиторію в інтересах медіавиробника, а точніше, його замовника: державних, владних, комерційних структур, політичних угруповань.

Види спеціальних медіа технологій:

Ефект «порядку денного» – під час висвітлення подій у новинах порядок репрезентації складається так, що події, не зовсім важливі для суспільства, можуть бути представлені як значні, а важливі – як не варті особливої уваги, або взагалі замовчуватися. Це поширена технологія формування суспільної думки.

Ефект праймінгу базується на використанні когнітивних структур і асоціативних можливостей людини. Механізм ефекту полягає у відновленні минулих, як правило, приємних емоцій завдяки актуалізації асоціацій і здійсненні подачі нової інформації на цьому тлі: позитивні емоції нібито забезпечують більш легке сприймання та засвоєння нової інформації теж у позитивному ключі. Наприклад, показуються документальні події з недавнього життя країни, які викликають у багатьох людей позитивні спогади, й одночасно звучить гасло однієї з політичних партій тощо.

Заміна імен, або наклеювання ярликів – один із найдієвіших інструментів політичної мови – «ярлики» на зразок «помаранчевих» або «осіб кавказької національності».

Періодичність повторення інформації – вважається, що через 30 хвилин аудиторія пам'ятає лише 40 %, а за тиждень ледве 10 % інформації. У результаті будь-яка проблема зникне, якщо ЗМІ не будуть її розвивати або нагадувати про неї. І навпаки – якщо абсурдне повідомлення повторювати з достатньою частотою, то врешті-решт воно-таки закріпиться у масовій свідомості. У новинах подібні повтори – звична практика.

Буденна розповідь – саме той прийом, який сприяє індиферентності населення до трагічних подій, проявів насильства, гострих політичних і соціальних конфліктів. Розповідь про ці трагічні події ведеться у нарочито діловому, спокійному, «буденному» тоні.

Ефект присутності включає в себе ряд трюків, які мають імітувати реальність. Використовується у кримінальній хроніці, фронтових репортажах. Смикання камери, збивання її з фокусу, постріли, крики далеко не завжди означають, що перед глядачами справді репортаж із місця подій. Зате ілюзія достовірності справляє потужний емоційний вплив. Разом із тим навіть реальні, документальні зйомки – але відповідно змонтовані або включені у відповідний контекст – можуть служити лише фактором, що посилює довіру до маніпулятивного впливу.

Констатація факту подає бажане становище у ЗМІ як факт, що вже відбувся. Прийом, розрахований на створення відповідних настроїв у суспільстві за принципом «диму без вогню не буває».

Відволікання уваги – один із найважливіших методів спрямований на подолання психологічного опору суспільства. Ще у 60-ті роки було доведено, що повідомлення проти якоїсь думки або настановлення стають значно ефективнішими, якщо в момент їх передачі відволікти увагу від власне змісту цього повідомлення. Тоді важче осмислити ці повідомлення і виробити контрдокази. Ці дослідження значно підвищили рівень маніпуляції в пресі та телебаченні. Газети почали застосовувати «калейдоскопічну» подачу матеріалу, «розбавлення» важливих повідомлень чутками, сенсаціями, рекламою, плітками. Телебачення стало по-новому компоувати відеоряд, добираючи образи, які відволікають увагу.

Ефект психологічного шоку. Війни, катастрофи, природні катаклізми, техногенні аварії – одним словом, смерть у всіх можливих проявах переповнює телеефір. Природний психологічний шок, який відчувають, зустрічаючись із такими новинами нормальні люди, руйнує всі рівні психологічного захисту і дозволяє безперешкодно впроваджувати в свідомість інспіровані схеми.

На жаль, у переважній більшості випадків телебачення звично використовує екстремальні випадки як «фішку», що, з одного боку, на рівні підсвідомості привертає увагу глядачів, а з іншого – відволікає їх від інших, суттєвих, тих, що потребують громадського осмислення, проблем, які істотно впливають на реальне життя і добробут громадян.

Зараз я продемонструю декілька відеосюжетів, а ви повинні визначити, за допомогою якої спеціальної медіатехнології відбувається вплив на аудиторію і обґрунтувати свою відповідь.

1. Ефект «порядку денного» (новини), **(додаток 2)**.
2. Ефект праймінгу (реклама КПУ), **(додаток 3)**.
3. Заміна імен, або наклеювання ярликів (реклама «помаранчевих»), **(додаток 4)**.
4. Ефект психологічного шоку (Кінець світу), **(додаток 5)**.

Отже, існують загальні, універсальні прийоми творення інформації, зокрема візуальної, застосування яких може привернути увагу глядача, здатне вплинути на утримання інформації у пам'яті, викликати певну інтелектуально-емоційну реакцію на інформацію. У медіавиробництві візуальної медіапродукції застосовуються як універсальні прийоми, так і спеціальні технології, завдяки чому не лише привертається й утримується увага глядачів, а й здійснюється вплив на їхню свідомість.

- Чи сподобався вам урок?
- Що нового ви дізнались?

- Чи корисні знання?

Д/З: Створити рекламу гуртка, який ти відвідуєш.

ТЕХНОЛОГІЧНА МОДЕЛЬ МЕДІАЗАНЯТТЯ «ПРОВІДНІ ВИДИ ВІЗУАЛЬНИХ, АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ»

Гусєва Л. В.

I. Інформаційна картка медіазаняття

10 клас

Тема медіазаняття за програмою: Провідні види візуальних, аудіовізуальних засобів масової комунікації.

Фотографія, кіно, телебачення. Медіаісторія засобів, новий тип бачення, новий тип комунікації – медіаторчість людини.

1. Тема: «Из всех искусств для нас важнейшим является кино...»

2. Мета:

- ознайомити учнів з історією розвитку кіно;
- розвивати увагу, естетичний смак, уміння висловлювати власні судження під час спілкування;
- сприяти формуванню культурної особистості засобами кіномистецтва;
- збагачувати кругозір учнів;
- виховувати повагу до мистецтва кінематографії.

3. Змістові лінії медіаосвіти:

- *базова:*
 - цілісний художньо-естетичний розвиток особистості учня шляхом опанування різних видів мистецтва і координації знань, умінь та уявлень, набуття яких необхідне для формування у свідомості учнів полікультурного і поліхудожнього образу світу;
- *фонові:*
 - формування теоретичної бази знань із провідних видів візуальних, аудіовізуальних засобів масової комунікації;
 - характеристика кіно як нового типу бачення і нового типу комунікації;
 - пояснення взаємодії розвитку візуальних медіазасобів із загальним технічним прогресом.

4. Медіакомпетенції:

- *базові:*
 - аналіз та оцінка досягнень світової культури, орієнтація в культурному та духовному контексті сучасного суспільства;
 - використання інформаційно-комунікаційних технологій та відповідних засобів для виконання особистісних і суспільно значущих завдань;

- виявлення естетичного ставлення до світу в різних сферах діяльності людини, оцінювання предметів і явищ, їх взаємодії, що формується під час опанування різних видів мистецтва;
- *фонові*:
- розуміння соціокультурного контексту функціонування медіа;
- формування особистості, яка здатна бути носієм і передавачем медіакультурних смаків і стандартів;
- сприяння ефективній взаємодії особистості з медіапростором.

5. Очікувані (плановані) результати:
учень характеризує:

-

ровідні види візуальних, аудіовізуальних засобів масової комунікації;

-

овий тип бачення і новий тип комунікації з кожного візуального медіазасобу, а також комп'ютера та інтернету зокрема;

учень пояснює:

-

взаємодію розвитку візуальних медіазасобів із загальним технічним прогресом, війнами.

6. Міжпредметні зв'язки: художня культура, російська література, мультиплікація.

7. Поняття: кінематограф, кіномистецтво, кіноіндустрія, фільм, жанр, монтаж, інновація, мультиплікація, анімація, dolby digital, Hi-Fi.

8. Тип медіазаняття: формування нових знань.

9. Форма проведення: дослідження.

10. Наочні засоби: мультфільму «Фильм! Фильм! Фильм!» (реж. Ф. Хитрук, 1968 г.), мультимедійна презентація Power Point до уроку, відеозапис першого у світі фільму, портрет братів Люм'єрів, фото перших праобразів кінокамер.

11. Використані джерела.

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні // Освіта. – 2010. – № 32 (7–14 липня). – С. 3–4; Педагогічна газета. – 2010. – № 7. – С. 6, 8; Управління освітою (ШС). – 2011. – № 11. – С. 2–5 (вкладка).
2. З Концепції впровадження медіаосвіти в Україні: схвалено постановою Президії Національної академії педагогічних наук України від 20 травня 2010. – № 1. – С. 28, 49, 60, 174.
3. Наталія Череповська. Візуальна медіакультура учнів ЗОШ. – режим доступу: <http://edu.of.ru/attach/17/124760.pdf>.
4. Миропольська Н. Є. Художня культура : підруч. для 11 кл. загальноосвіт. навч. закл. рівень стандарту / Н. Є. Миропольська, Л. М. Масол, О. В. Гайдамака: за заг. ред. Н. Є. Миропольської. – К. : Видавничий дім «Освіта», 2012. – 176 с.: іл.
5. Масол Л. М. Художня культура : підруч. для 9 кл. загальноосвіт. навч. закл. / Л. М. Масол. – К. : Генеза, 2009. – 288 с.: іл.

6. Бондаренко Е. А. «В мире кино»: фрагменты книги. – Режим доступа: http://www.mediaeducation.ru/publ/bond_vmkn.htm.

Зміст заняття

1. Організаційний момент.

2. Мотивація навчальної діяльності.

Слово вчителя.

Мистецтво кіно – це цілий світ. Воно ввібрало традиції усіх відомих до нього мистецтв і при цьому виробило власну систему виразних засобів, свою мову.

Спробуємо ж зробити подорож у цей світ.

*відеофрагмент мультфільму «Фильм! Фильм! Фильм!» (реж. Ф. Хитрук, 1968 г.), (пісня «Профессий много, но...» муз. А. Зацепіна, сл. Ф. Хитрука).

Важко уявити наше сьогодні без блакитного вогника в наших помешканнях. Навіть якщо ми не дивимось передач, то звикли, що телевізор має бути ввімкненим як неодмінний атрибут прилучення нас з вами до культури. Та перш ніж ми побачили екран у теперішньому вигляді, він зазнав багатьох перетворень. Важливо відзначити, що екран як феномен мистецтва культури ХХ століття стає магічним символом, певним дзеркалом планети. Цей екран надзвичайно змінюється. Спочатку був екран, який відображував світло за допомогою світлових проєкторів. Кіно на білому полотні відоме всім, воно відображає те, що зафіксовано на плівці. Потім екран стає світлоносним, стає носієм випромінювання світла, формує зображення як рух світла із середини на людину. Екран як терпляча субстанція, яка сприймає вольовий рух креатура – зовнішнього потоку світла – це екран початку століття. Екран, який сам стає креативним вибухом, несе потік світлотворення – це вже екран кінця ХХ століття. Тож сьогодні ми познайомимось з наймолодшим і найпопулярнішим із видів мистецтва.

Російський поет Осип Мандельштам написав вірш «Кінематограф», надрукований у 1914 р. у журналі «Новий Сатирикон».

Кинематограф. Три скамейки.
Сентиментальная горячка.
Аристократка и богачка
В сетях соперницы-злодейки.
Не удержат любви полёта:
Она ни в чём не виновата!
Самоотверженно, как брата,
Любила лейтенанта флота.
А он скитается в пустыне,
Седого графа сын побочный.
Так начинается лубочный
Роман красавицы-графини.
И в исступленьи, как гитара,
Она заламывает руки.
Разлука. Бешеные звуки
Затравленного фортепьяно.
В груди доверчивой и слабой
Ещё достаточно отваги
Похитить важные бумаги
Для неприятельского штаба.
И по каштановой аллее

Чудовищный мотор несётся.
Стрекочет лента, сердце бьётся
Тревожнее и веселее,
В дорожном платье, с саквояжем,
В автомобиле и в вагоне,
Она боится лишь погони,
Сухим измучена миражом.
Какая горькая нелепость:
Цель не оправдывает средства.
Ему – отцовское наследство,
А ей – пожизненная крепость.

Ці веселі рядки можуть видатися сюжетом пригодницького фільму. Тут є експозиція, розвиток сюжету і розв'язка. Ритм вірша передає і стрекотіння апарату, «скажені звуки зацькованого фортепіано» – схвильовану гру тапера.

У різдвяні дні, а точніше 28 грудня 1895 р., біля входу в «Гран-кафе» на бульварі Капуцинів з'явилася афіша, що запрошувала відвідати представлення «Кінематографа Люм'єр». Люм'єр – прізвище винахідників кіно, братів Луї Жана і Огюста. Слово lumière з французької означає «світло». Доля, можна сказати, подбала про те, щоб у творців видовища, заснованого на відтворенні руху за допомогою світла, було відповідне прізвище. Ті, кого цікавість змусила заплатити один франк за квиток, спускалися крученими сходами у нижній зал кафе. Тут на одній стіні було натягнуте біле прямокутне полотнище, а біля протилежної стояла на штативі шухляда, що нагадувала апарат фотографа. Всередині помешкання в кілька рядів стояли стільці. Коли глядачі зайняли місця, світло в газових ріжках, що освітлювало приміщення, згасло, а екран освітився яскравим тріпотливим сяйвом.

Упродовж кількох митей на білому прямокутнику з'явилася проекція фотографії площі Белькур в Ліоні. «Невже нас обдурили і заманили в цей зал тільки для того, щоб побавити картинками з «чарівного ліхтаря»? Але не встигли глядачі так подумати, як кінь на фотографії, запряжений у візок, пішов на них, а разом з ним почали рухатися перехожі, покотили екіпажі. Глядачі остовпіли від здивування: адже те, що наші сучасники бачать щодня і на що вже не звертають уваги, наприкінці ХІХ сторіччя побачили вперше! Тим часом картини, що рухаються, змінювали одна одну. Човен гойдався на хвилях. Пожежні виїжджали на пожежу. Стіна валилася в хмарах пилу... А коли в глибині екрана з'явився паровоз і, збільшуючись у розмірах, став насуватися на глядачів, деякі з них не витримали і втекли. Так почалася ера Великого кіно.

3. Демонстрація першого фільму «Прибуття потягу на вокзал Ла Сьота».

4. Бесіда:

- Що вас вразило у цьому фільмі?
- Чим він відрізняється від сучасного кіно?

У перші роки свого існування кіно залишалось *німим*. Перший *звуковий фільм* з'явився у 1928 році. Велика цікавість до кіномистецтва з боку усіх верств населення сприяла швидкому розвитку індустрії кіно, розширенню його матеріальної бази, наукових основ техніки зйомки.

До появи електронних засобів запису всі фільми знімалися на фотоплівку – камера послідовно фіксувала окремі моменти руху акторів: щоб людське око сприйняло ці окремі кадри як єдине рухоме ціле, необхідно було робити від 16 до 24 «знімків» за 1 секунду.

*Фотографія – це правда.
А кіно – це правда 24 кадри за секунду.
Жан-Люк Годар*

5. Творчий практикум.

Погляд на світ

Виберіть праворуч і ліворуч від себе помітні предмети. Подивіться на один із них і спробуйте перевести погляд на інший по величезній дузі (через небо або стелю), намагаючись, щоб очі рухалися рівно й повільно. Чи вдалося? У цій властивості нашого зору прихована ще одна таємниця популярності кінематографу. Ми бачимо світ різко, ривками, нам необхідно постійно переводити погляд, оцінюючи, порівнюючи, зіставляючи. І тому зміна кадрів у кіно сприймається нами легко й природно.

На екрані ми дивимось на світ чужими очима, самі того не усвідомлюючи. І чужий погляд, який ретельно вибирає, на що нам дивитися, змушує глядачів плинути за сюжетом, створюючи особливий світ – світ екранної дії. А за нами залишається вибір: приймати чи не приймати цей світ. Прямувати за автором, за його думками, враженнями, емоціями – або байдуже дивитися на екран і так нічого й не побачити. За зображенням на екрані завжди стоїть набагато більша праця, ніж ми собі уявляємо. Десятки, а часом і сотні людей об'єднують свої зусилля, щоб розповісти нам одну-єдину історію. Адже в кіно важливо не стільки те, що розповідають, скільки те, як це роблять. Фільм, незважаючи на складні зйомки, може бути дуже простий. Однак – і це головне – він повинен торкнутися нашої душі, дати нам можливість відкрити щось нове в собі й у світі, зрозуміти, що поєднує, а що роз'єднує людей. Відкриття істини й відчуття прекрасного – чи не це наші найяскравіші враження від будь-якого фільму?

Давайте разом поміркуємо над тим, навіщо нам кіно? Які почуття будить воно в нас? Хто ми такі й ким стаємо, змінюючи себе й світ навколо себе не без допомоги екрана? Чи цікавило нас коли-небудь, як оператор знімав цей фільм? Як художник створював до нього ескізи? Хто виконував трюки, хто займався вибухами та макетами? Завдяки кому ви подорожуєте світом цього фільму?

Перш ніж вирушити в нашу подорож у світ кіно, нам слід багато чого довідатися про самих себе, про те, як ми дивимось на світ і чому. Які наші улюблені фільми? І спробуйте задуматися: а чому мені подобаються саме ці картини? За що я поважаю саме цих героїв? Що мені довелося пережити разом із ними? Що змушувало завмирати моє серце? Що викликало ненависть, а що було смішним? А що змушувало захоплюватися й часом заздрити героям – у чому вони розумніші, шляхетніші, сильніші за мене? Чи став я сам добрішим? Або в мені додалося зла й жорстокості? Ненависті? Бажання мститися усьому світові або домагатися своєї мети будь-якою ціною? Що відбувалося під час фільму зі мною?

Виявляється, ми багато чого чекаємо та багато чого хочемо від того, що бачимо на екрані. І часом – невідомо чому – відчуваємося обманутими. Це може бути з різних причин: ми не завжди розуміємо те, що нам розповідають, а іноді просто не надто уважні до деталей, до дрібниць. Ми можемо розгубитися від того, що історія починається з кінця, і лише потім буде показано, що ж трапилося раніше. Або відразу здогадуєтесь, до чого веде сюжет, втрачаємо інтерес до самої оповіді. Кіно – це

насамперед мистецтво розповідати історії на екрані. Мова екрану стає звичною і зрозумілою нам із дитинства. Але зовсім не так просто, як може здатися, навчитися дивитись кіно. І ще складніше – навчитися бачити все те, що становить справжній зміст і багатство фільму.

Мова екрану сама по собі універсальна. Німе кіно дуже швидко об'єднало світ – гарний фільм був зрозумілий усім. Навіть субтитри іноземними мовами не заважали стежити за ходом сюжету і тонкощами акторської гри. А сьогодні, аби зрозуміти старі фільми, доводиться робити зусилля зовсім іншого роду: пристосовуватися до їхньої простоти. Вони здаються нам примітивними. Але якщо збагнути, що саме ховається за надто підкресленими жестами акторів, за непорушною, мовби вкапаною камерою; якщо спробувати побачити все це іншими очима – й запитати себе: а що колись відкривав глядач за цим видовищем? І, можливо, замість нудьги ми відчуємо живий інтерес.

6. Творчий практикум.

Творчий практикум. Фотографія і рамка.

Візьміть фотоапарат, порожню рамку від слайда або просто проріжте чотирикутник в аркуші паперу та спробуйте подивитися на світ крізь цей маленький отвір. Чи не правда, що все невловимо міняється, залишаючись для нас начебто звичним і пізнаваним?

Рамка кадру спочатку заважає оку. Зникає звичне відчуття цілого; світ перетворюється на дивний набір картинок. Хмара та дерево не вміщуються в рамці одночасно, а самі по собі вони не такі цікаві; твій друг виявляється «усіченим» по пояс, і щоб побачити його на весь зріст, тобі доведеться відійти подальше; у світлій кімнаті стало не вистачати світла, і замість людини, яку ти ясно розрізняв неозброєним оком, перед тобою лише темний силует... Але, звикнувши до рамки, раптом відкриваєш, що її межі не такі вже й вузькі: у них навіть сховані якісь переваги. Наш погляд може обійти той предмет, що не потрібний у кадрі; може затриматися на чомусь, розглянути щось докладніше, наблизити або віддалити...

Спробуйте ще раз випробувати своє сприйняття. Візьміть ту саму рамку і прикладіть її до великої пейзажної фотографії. Ваше завдання – спробувати «зняти» маленький телевізійний ролик (телезамальовку). Спробуйте показати великий світ, його красу та розмаїття через прямокутник вашого кадру, але так, щоб було ясно, де це відбувається.

За ці кілька хвилин ви... повторили ті відкриття, які дозволили кінематографу почати свій розвиток і привели до народження унікальної мови кіно.

В основі цих відкриттів лежить дуже простий факт. Між нашим поглядом і тією картиною, що виникає на екрані, – погляд кінокамери. Здавалося б, усе не так уже складно. Хтось дивиться на світ крізь об'єктив, знімає щось на кіноплівку, а потім це бачимо ми. Але це вже не наш погляд на світ. Навіть перебуваючи у тому самому місці, ми могли б побачити зовсім інше. Один побачить світанковий морок під деревами, інший зверне увагу на те, як блищать краплі роси, а для третього все померкне перед сходом сонця.

І кожний із нас направив би кінокамеру на те, що йому більш цікаве.

7. Слово вчителя.

Кінематограф (грец. *кінета* – рух, зміна; *grapho* – писати; «записаний рух») – галузь людської діяльності, яка полягає у створенні зображення в русі; іноді згадується сінематограф (франц. застаріле *cinematographe*) й кінематографія); кінематограф було

винайдено у ХІХ ст., особливої популярності він набув у ХХ ст. До поняття кінематографії входить **кіномистецтво** – вид сучасного зображувального мистецтва, твори якого створюються за допомогою рухливих зображень і **кіноіндустрія** (кінопромисловість) – галузь економіки, яка створює кінопродукцію, кінотехніку, що забезпечує процеси створення фільмів, спецефекти для кінофільмів, проективну кінотехніку, яка демонструє ці твори для глядачів, тобто займається виробництвом і показом фільмів, підготовкою акторських кадрів.

Безперечний вплив кінематографа на культуру й мистецтво. Висловлюються припущення про значущість впливу кінематографа на політику та економіку. У багатьох країнах кіноіндустрія – значуща галузь економіки: виробництво кінофільмів зосереджено у кіностудіях; фільми демонструються у кінотеатрах, по телебаченню, розповсюджується «на відео» у формі відеокасет і відеодисків.

Принцип роботи

Принцип роботи кінематографа (як і його медіапрототипів) засновано на ефекті персистенції, коли око людини здатне поєднувати зображення, що швидко змінюються, в одне рухливе. Саме завдяки цьому й функціонує кінематограф, оскільки будь-яке рухливе зображення (чи то в кіно, чи то на екрані монітора), по суті, становить безліч фотографічних статичних зображень, які завдяки швидкому прокручуванню створюють ілюзію руху.

Кінематограф народився з фотографії і спочатку був її галуззю: у кінематографічних процесів є багато спільного з фотографічними. Фотографічна природа кіно – основа його матеріального існування.

Принципи функціонування кінематографа в технічному плані:

- 1) зйомка: «фотографування» як фіксація реальних сцен у русі кіноапаратом/кінокамерою на плівку/матрицю;
- 2) робота з плівкою (копіювання негативів у позитиви) або з матрицею (перенесення закодованої у цифру інформації на матеріальний носій);
- 3) проекція на екран картин у русі.

Виокремлюються дві основні технічні функції: **знімальна** як фіксація фаз руху об'єкта у вигляді послідовних фотознімків (кадрів кінозображення та їх обробка) і **проекційна** (ілюзія рухливого зображення; у сучасних кінотеатрах частота проекції становить 24 кадри за секунду).

У культурному й змістовому плані головною функцією кінематографа є, передусім, розважальна. Однак, не менш важливими є просвітницька, освітня, наукова та інші функції кінематографа.

8. Демонстрація презентації «Історія кіно».

9. Комунікаційні ресурси людини у сфері кінематографії.

Кінематограф розширив і збагатив комунікаційні можливості людини. Нові типи професійних комунікаційних стосунків між людьми склалися у сфері кіновиробництва. З'явився новий тип комунікації між людиною та фільмом у процесі його перегляду.

Комунікація у сфері кіновиробництва є діяльністю певного кола людей – спеціалістів, професіоналів. Творчий процес створення фільму, опосередкований медіазасобами, можна розглядати як медіаторчий, а спільну діяльність команди кіноспеціалістів – як комунікацію односторонню.

На чолі кожного творчого колективу знімальної групи стоїть **режисер**, головний автор реалізації задуму фільму, який має знати й передбачати, що саме буде отримано в результаті спільної творчої діяльності. Режисер професійно спілкується з усіма членами **інноваційного** процесу, від успішності комунікації режисера багато в чому залежить успіх майбутнього фільму. (**Інновація** – від лат. *Innovation*, англ. *innovation* – **зміна, оновлення**).

Від злагодженої, конструктивної комунікації учасників медіаторного колективу залежить значна частина успіху майбутнього фільму. До складу медіаторної групи входять основні учасники процесу фільмотворення: **сценарист, оператор, художник, композитор, звукооператор, актори**.

Окрім головних членів команди до створення фільму залучаються також **звукооператори, художники-декоратори, гримери, костюмери, художники з реквізиту, освітлювачі, монтажники, статисти** тощо.

Усі учасники створення фільму на чолі з режисером – це не лише співтворці, а й учасники комунікації, яка носить переважно професійний творчий характер. Від успішної, конструктивної комунікації між членами знімальної групи багато в чому залежить успіх майбутнього фільму.

У свою чергу, фільм стає саме тим «медіаповідомленням», яке створюється групою кіномитців для іншої групи людей – глядачів. Під час зустрічі фільму із глядачем фільм народжується знову. Народження це – остаточне і вирішальне для фільму: стане він «одноденкою» чи улюбленою кінострічкою для мільйонів і увійде в історію кіномистецтва – переважно залежить від глядацької аудиторії.

10. Перегляд мультфільму «Фільм! Фільм! Фільм!» (реж. Ф. Хитрук., 1968 г.)

Завдання:

Сформулюйте одним реченням (складнопідрядним) те, що називається «формулою задуму» (проблематика, тема, ідея мультфільму).

Оскільки ми говоримо про формулу, то вона має чітку структуру, а саме:

«Ця історія про _____ людину, яка 1) прагне _____, 2) змушена робити _____ (відповідно до свого характеру), 3) усвідомлює або не усвідомлює щось нове для себе _____, 4) ціна відмови від своїх переконань _____, 5) досягає або не досягає того, чого прагне _____».

11. Слово вчителя

Сприймаючи фільм, особливо художній, глядач через сюжетно-сміслову лінію, образи героїв «подумки спілкується» з авторським колективом фільму. Така комунікація – специфічна. Справа не лише у технічній опосередкованості комунікації (за допомогою медіазасобів, медіатехнологій), а й у психологічному ефекті.

На перший погляд, «комунікація» з медіатекстом у вигляді кінострічки схожа на сприймання зображення, фотографічного зокрема. Утім, це не зовсім так. Кінематограф приніс у культуру людини, у її життя не лише нові технічні засоби, нові культурні досягнення й практичні здобутки у вигляді фільмів, новий тип візуальної практики у їх створенні, а й створив умови для **нового типу візуального сприйняття**.

Сучасний досвідчений кіноглядач, переглядаючи динамічне зображення – фільм, легко переноситься з одного часу в інший, з однієї країни в іншу, за двома-трьома характерними рухами або подіями може подумки відтворити весь ланцюжок подій або

повну ситуацію, здатен правильно розшифрувати значення незвичайних ракурсів, крупного плану, розуміє незвичне поєднання подій, множинність планів і ліній кінооповідання. Надзвичайне багатство тем і сюжетів, стильове та жанрове розмаїття та візуальна умовність надають людині різноманітну інформацію, розширюють горизонти знань. Усе це становить передумови саме для творчого сприйняття медіатекстів: їх переосмислення, збагачення власного смислового досвіду.

Новий тип сприйняття передбачає й новий тип комунікації – *медіанерцептивну*. Кіно, на відміну від театру, де актори й глядачі емоційно взаємодіють, передбачає асиметричний, інтимний контакт зі змістом фільму, ніби «підглядання за чужим життям», «бачення завдяки прихованій камері». Сама природа кіно повністю виключає співучасть глядача, входження його в кадр або здійснення емоційного впливу на перебіг сюжету (як це може бути в театрі). Навіть емоційне занурення глядача у зміст фільму не наближує його до нібито реальних подій. «Реальність» кіно передбачає «розмову» глядача подумки з авторами або персонажами фільму без зворотнього зв'язку, відсутність взаємовідносин між глядачем і персонажем кіноекрана. Такий тип комунікації викликає в аудиторії відчужене ставлення до того, що сприймається: відчуття, що все це «не насправді», ніколи не залишає того, хто дивиться фільм. Парадокс нового типу візуального сприйняття, пов'язаний із кінематографом, полягає в інтимному спогляданні подій фільму та одночасно у відстороненні від них.

І все ж, це комунікація, смисловий аспект взаємодії: людина «спілкується» зі смисловими конструктами, закладеними у фільмі, створеними іншими людьми.

*Я вважав, що кінодрама – це
коли героїня плаче. Я помилявся.
Кінодрама – це коли плачуть глядачі.
Френк Капра*

Дивлячись на екран, ми іноді не чуємо і не бачимо навіть те, що ясно, як на долоні, хоча очі наші відкриті, а вуха слухають. Мистецтво екрану вміло використовує одну зі своїх особливостей: якщо ви не намагаєтеся зрозуміти сенсу того, що вам показують, то він може вислизнути від вас, хоча «на перший погляд» все буде ясно. Кожен побачить свій фільм. Для одного це буде філософська розповідь про сенс життя, для другого – притча про те, як Краса і Добро врятують світ, для третього – історія про невдалу спробу помсти, для четвертого – просто підбір красивих картинок, як в коміксі... І кожен матиме рацію. Він побачить те, що хотів, що очікував побачити.

КІНО ХХІ СТОЛІТТЯ

Кіно – мистецтво ХХ сторіччя. Не випадково саме через сто років після першого кіносеансу, у 1995 р., у лос-анджелеському готелі «Хілтон» зібралось кінематографічне співтовариство майбутнього, що заснувало Академію дігiтального (цифрового) Голівуда. Нова організація об'єднала світових лiдерiв в області кiноiндустрiї, комп'ютерного бiзнесу, виробникiв побутової електронiки i представникiв телефонних компанiй. Академiя оголосила про те, що буде вручати свою премiю – дiгiтальний «Оскар», – аналогiчну легендарному «Оскаровi», i назвала претендентiв на неї. У цей довгий список увiйшли «Форест Гамп», «Король Лев», персонажi мультсерiалу MTV Бiвіс i Батхед, комп'ютерна гра «Boot Hill», тобто продукцiя, зроблена за допомогою нових високих технологiй i насичена вражаючими спецефектами. Кiнотеатри, що перетворюються в мультиплекси, оснащенi системою долбiстерео i долбi-сурраунд, нагадують iнтер'ери космiчних кораблiв.

Технологія тривимірного (3D) кіно – найсучасніший спосіб відтворення візуального та звукового сигналу у світі. Дія виходить зі звичної площини і розгортається прямо перед глядачем за допомогою спеціальних 3D-окулярів і проєкторів. Формат 3D – новий тип кіно, який впливає на глядача не лише на емоційному, а й на фізичному рівні, представляючи собою не тільки фільм, але і захоплюючий атракціон. Глядачі настільки поринають у фільм, що стають безпосередніми учасниками подій.

Однак, офтальмологи попереджають, що перегляд, особливо тривалий, 3D-кіно, може справити негативний вплив на гостроту зору певних груп глядачів: короткозорих, із порушенням бінокулярності, а також на дітей до 12 років і глядачів старших 40 років.

Екрани домашніх телевізорів стають крупнішими, перетворюючись майже в домашні кінотеатри. Як ми бачимо, новий дігитальний екран змінює сам принцип взаємин глядача з автором. Ці відносини стануть інтерактивними, тобто глядач буде не пасивним одержувачем вражень, а творчим співавтором фільму. Але це – у майбутньому. А поки що режисери все частіше заглядають не в майбутнє, а в минуле. Кіно, як і раніше спочатку мистецтво, а потім уже технологія та індустрія. Причому саме ті жанри, що традиційно вважалися «низькими», дали в кіно чудові зразки високого мистецтва, наприклад, вестерни Джона Форда, трилери Альфреда Хічкока, мюзикли Григорія Александрова, комедії Леоніда Гайдая. Це ще раз свідчить: не гроші і не техніка вирішують успіх фільму, а талант і фантазія його авторів.

12. Висновок.

Отже, уперше в історії людства кінематограф дав людині можливість бачити «живі картини» – зображення в русі. Кінематограф сприяв розвитку кіноіндустрії та кіномистецтва.

Було створено новий вид синтетичного мистецтва. На відміну від фотографії, кіно спочатку стало мистецтвом, а вже потім надихало на розвиток інші види мистецтва.

Сфера кіно обумовила появу нових типів комунікації та нового типу бачення людини.

13. Підбиття підсумків заняття.

14. Бесіда за запитаннями:

1. Кому належить винахід кінематографу?
2. Де і коли відбувся перший кіносеанс?
3. Коли з'явився перший звуковий фільм?
4. Назвіть країни, де найшвидше розвивалось мистецтво кінематографу?
5. Який принцип дії кіно?
6. Які можливості надав людям кінематограф?
7. Які основні види кінематографа існують?
8. Назвіть жанри, притаманні кіно.
9. У чому особливість сприйняття зображення у кінематографі?
10. Назвіть особливості медіаторчості у сфері кіно.
11. Прокоментуйте думку *Зігфріда Кракауера «У кіно – дві функції: відображати навколишню реальність і створювати нову».*
12. У чому особливість комунікації у сфері кіно?

15. Рефлексія.

Що вам найбільше сподобалося на уроці?

Який жанр кіномистецтва вам подобається найбільше?
Що вас найбільше зацікавило? Про що хотіли б дізнатися докладніше?

16. Домашнє завдання.

Підготувати повідомлення про жанри кінематографу та його види, про кінофестивалі, кінопремії (з презентаціями).

ТЕХНОЛОГІЧНА МОДЕЛЬ МЕДІАЗАНЯТТЯ «АНАЛІЗ МЕДІАТЕКСТУ. ГЕНДЕРНА ПОЛІТИКА СУЧАСНИХ МЕДІА»

Денисенко О. М.

Інформаційна картка медіазаняття

10 інформаційно-технологічний клас

Тема медіазаняття за програмою: Схема аналізу медіатекстів.

1. Тема: Аналіз медіатексту. Гендерна політика сучасних медіа.

2. Мета медіаосвіти: навчити учня застосовувати схему аналізу медіатексту, допомогти оволодіти навичками аналізу та оцінювання зображення і змісту візуального медіатексту; формувати медіаімунітет.

3. Змістові лінії медіаосвіти:

- базова: медіатекст та його типи;
- фонові: архетипи чоловіка та жінки, що застосовуються за методикою НЛП (нейро-лінгвістичне програмування).

4. Медіакомпетенції:

- базова: сприйняття та аналіз медіатексту;
- фонові: критичне мислення, здатність до медіатизованого діалогу з іншими людьми.

5. Очікувані результати: учень повинен оволодіти навичками застосування схеми аналізу медіатексту, навичками аналізу та оцінювання зображення і змісту візуального медіатексту. *Замислитись над впливом ЗМК на формування його особистості, відчувати потребу у формуванні медіаімунітету.*

6. Тип медіазаняття: практикум.

7. Понятійно-термінологічний простір медіазаняття: *медіатекст, медіамова, архетип, символ, нейро-лінгвістичне програмування* (з останніми учні познайомились на попередніх заняттях).

8. Форма проведення: урок з елементами тренінгу.

9. Наочні засоби: проектор, екран, плакати, записи відео-фрагментів.

10. Використані джерела:

- Навчально-методичний посібник «Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід» / за редакцією Л. А. Найдьонові, О. Т. Баришпольця;
- О'Коннор Дж., Сеймор Дж. Введение в нейролингвистическое программирование;
- Дилтс Р., Делозье Дж. Encyclopedia of Systemic NLP and NLP New Coding (англ.);
- Холл М. НЛП-тренинг. Увеличение силы ваших способностей / М. Холл.

I. Зачин медіазаняття

Клас об'єднується в три групи: медіапсихологи, медіадослідники, медіажурналісти.

1. Чуттєво-естетичний компонент медіаосвіти

Учитель. Я впевнена, що більшість Вас мають свій ідеал жінки (чоловіка), на яку (якого) б ви хотіли бути схожі, або яку чи якого бачите партнером по життю. Зараз психологічна служба класу проведе з вами вправу «Моделювання образу».

Юні медіапсихологи. Давайте намалюємо образ ідеального чоловіка та жінки. Заповніть таблицю, що знаходиться у робочій карті заняття:

Модель ідеальної жінки та ідеального чоловіка

| | Жінка | Чоловік |
|---------------------------------------------------------|-------|---------|
| Опишіть зовнішність | | |
| Риси характеру, поведінка | | |
| На кого схожі образи? (кіногерої, батьки, знайомі тощо) | | |

Юні медіапсихологи. Замисліться чи є ця модель насправді Вашою, можливо її нав'язали сучасні ЗМК, Ви зчитали її із запропонованих медіатекстів?

(Психологічна служба під час уроку аналізує таблиці учнів та узагальнює найпопулярніші архетипи жінки, чоловіка, самостійність обраного ідеального типу).

2. Настановчо-мотиваційний компонент медіаосвіти.

Інтрига – коментар анкетування

Юні медіадослідники. Медіатексти впливають на формування підсвідомості, саме вони, певною мірою, формують наші ідеали. Ми повинні навчитись правильно аналізувати медіатексти, щоб запобігти маніпулюванню ЗМК нашою свідомістю.

II. Основна частина: кульмінаційні моменти розв'язання медіаосвітніх завдань

3. Орієнтаційно-прогностичний компонент медіаосвіти

3.1. Повідомлення, корпоративне, формулювання теми уроку.

Учитель та юні медіадослідники. Ви вже, напевне, здогадалися про тему заняття (учні пропонують свої варіанти теми, вчитель підводить їх питаннями до правильної відповіді). Дійсно, тема сьогоднішньої розмови: *Аналіз медіатексту. Гендерна політика сучасних медіа.*

Щоб «розібратися» з першою частиною теми розглянемо основні поняття, що знаходяться у робочій карті заняття.

Глосарій

Медіатекст – це будь-яка медіапродукція ЗМК: друкований текст у пресі, фотозображення, повідомлення по радіо, аудіовізуальні зображення в кіно, на телебаченні або їхні фрагменти, реклама, етикетка на пляшці, SMS-повідомлення, веб-сторінка, блог, віртуальний фотоальбом тощо.

Медіамова – слово, звук, образ. Мова впливу: образно-емоційна та раціональна, вербалізована.

Медіанауковці та вчитель пояснюють ці поняття.

4. Змістово-пошуковий компонент медіаосвіти

Юні медіадослідники повідомляють про типи медіатекстів та демонструють на кожен вид медіатексту заздалегідь підготовлений плакат. Медіатексти традиційно поділяють на:

- інформаційні;
- комерційні;
- соціальні;
- пізнавальні;
- розважальні;
- мистецькі тощо.

Завдання класу: підберіть приклади медіатекстів (друкованих текстів у пресі, повідомлень по радіо, аудіовізуального зображення в кіно, на телебаченні тощо) **та запишіть їх у таблицю, що міститься у карті уроку.**

| Види медіатекстів | Приклади |
|-------------------|----------|
| Комерційні | |
| Соціальні | |
| Пізнавальні | |
| Розважальні | |
| Мистецькі | |
| Інформаційні | |

Ви переконались, що ми кожного дня зустрічаємось не один раз із медіатекстами та відчуваємо на собі їх вплив.

Юні медіапсихологи. І про цей вплив свідчать (або не свідчать) результати вашого анкетування. Юні психологи знайомлять весь клас із результатами анкетування: моделями ідеальної жінки та чоловіка, роблять висновок щодо факторів, які вплинули на формування архетипу, акцентують увагу на впливі ЗМК.

5. Операційно-діяльнісний компонент медіаосвіти.

Учитель. Розглянемо медіатексти, що формують наше уявлення про роль жінки та чоловіка в суспільстві та родині, а потім порівняємо з тією моделлю, що Ви намалювали на початку уроку.

Аналіз медіатексту будемо здійснювати за пунктами (схема вказана у карті заняття):

- використання культурних стереотипів, архетипів, символів, знаків, кодів, прийомів виразності;
- розкриття мети, з якою застосовується той чи інший мовний елемент;
- технічний бік справи: фрагмент/кадр; монтаж, крупний план тощо.

Медіапсихологи знайомлять клас з основними архетипами жінки та чоловіка за напрямом НЛП (нейро-лінгвістичного програмування), всі вони вказані у карті заняття. Після перегляду відео-ілюстрацій обов'язково проводиться аналіз медіатексту за запропонованою схемою.

Жіночі архетипи

Принцеса: оперує категоріями правильно/неправильно, бере приклад із глянцевого журналу та фільмів, чекає на принца, якого бачить у кожному другому; ідеал – мама, одяг «ванільний»; беззахисна, ніжна. (Наприклад, Дженіфер Еністон, Крістіан Стюарт). Демонструється уривок із фільмів (2 хв) «Хороша дівчинка», «Принц зі снів», «Сутінки»; учні роблять аналіз медіатексту за наданим зразком.

Погана дівчинка: кидає виклик світу, потрапляє у залежність від дурних звичок (у їх числі – медіазалежність); їх не любить соціум. (Наприклад, Ліндсі Лохан). Демонструється уривок з фільму (2 хв) «Крута Джорджія», учні роблять аналіз медіатексту за наданим зразком.

Жриця: надихає, підтримує, виправдовує, чоловіки із задоволенням витрачають на них кошти; для неї найважливішим є щастя. Демонструється уривок із фільму (2 хв) «У джазі лише дівчата» (М. Монро) або «Любовь, инструкция по применению» (М. Белучі), учні роблять аналіз медіатексту за наданим зразком.

Відьма: спонсори є, а кохання немає; чоловіки як засіб досягнення успіху та багатства. Діти наводять приклади з фільмів, які вони дивились раніше.

Мисливиця: її хвилює питання «що корисного я роблю для світу», головне у побуті, щоб було зручно; мало емоцій та почуттів. Демонструється уривок із фільму (2 хв) «Лара Крофт» (А. Джолі), учні роблять аналіз медіатексту за наданим зразком.

Амазонка: сила є, а мети немає; не сприймають чоловіків. Діти наводять приклади з фільмів, які вони дивились раніше.

Королева: має власний простір, піклується про родину, контролює чоловіка та дітей, світ повинен грати за її правилами (Меріл Стріп). Діти наводять приклади з фільмів, які вони дивились раніше.

Елемент системно-узагальюючого компоненту

Медіажурналісти демонструють нарізку з реклами, аналізують медіатекст, учні роблять висновок щодо жіночих образів, які пропонує нам реклама, кіно, та малюють типізований образ ідеальної жінки.

Операційно-діяльнісний компонент медіаосвіти Медіапсихологи демонструють другу частину презентації

Чоловічі архетипи

Принц: оперує категоріями правильно/неправильно; чоловіки, якими легко маніпулювати; любить коштовні речі, але всі вони взяті у кредит; виглядає «правильно». Демонструємо уривок (2 хв) із «Шрека» (принц) або «Гарі Поттер. Кубок вогню» (Седрік).

Бродяга: хлопчик-хуліган, погані звички, страждання. Демонструємо уривок (2 хв) із фільму «Три метри над рівнем неба» (головний герой).

Трикстер: головне в житті – задоволення, креативний та харизматичний, авантюрист, багато принцес поряд, а кохає – жрицю; носить брендові одяг. Демонструємо уривок (2 хв) із фільму «Пірати Карибського моря» (Джек Горобець).

Чорний маг: маніпулятор, володар дум (Е. Гришковець, Мавродій).

Ронін: воїн, який втратив хазяїна; сила є, а куди йти, він не знає. Демонструємо уривок (2 хв) із фільму «Перевізник» (головний герой).

Король: все продумано, має свою територію, контролює оточуючих, має свій світ, говорить про все, але нічого не конкретизує. Діти наводять приклади з фільмів, які вони дивилися раніше.

Елемент системно-узагальюючого компоненту

Медіажурналісти демонструють нарізку з реклами, аналізують запропоновані медіатексти, учні роблять висновок щодо чоловічих образів, які пропонує нам реклама, кіно, тамалюють типізований образ ідеального чоловіка.

III. Розв'язка медіазаняття

6. Рефлексивно-корективний компонент контролю медіаосвіти.

Учитель. Давайте порівняємо складені на уроці ідеальні моделі чоловіка та жінки, що запропоновані рекламою та кіно, зі складеними на початку уроку вашими особистими моделями. Як Ви вважаєте, наскільки вони є самостійними?

Відкритий мікрофон для бажаних озвучити висновки.

7. Духовно-естетичний компонент медіаосвіти.

Учитель. На екрані ми дивимося на світ чужими очима, аналізуємо запропонований світ, сприймаємо чи не сприймаємо його. Але, самі того не розуміючи, часто потрапляємо під певний вплив ЗМК на нашу підсвідомість. Один з ефективних способів запобігти цьому – це вміти читати медіатексти і досконало володіти навичками аналізу медіамови. Хочеться почути Вашу думку, можливо я перебільшую проблему?

- Чи важливо вміти «читати» медіатексти?
- Чому небезпечно потрапляти під їх вплив?

Домашнє завдання: обрати медіатекст та зробити його аналіз.

ТЕХНОЛОГІЧНА МОДЕЛЬ МЕДІАЗАНЯТТЯ ФАКУЛЬТАТИВУ «МЕДІАКУЛЬТУРА»

(тема: «Виникнення журналістики. Перші періодичні видання в Україні»)

Гляшенко О. А.

Тема заняття: Виникнення журналістики. Перші періодичні видання в Україні.

Мета заняття: продовжити формування базових компетентностей учнів із теми «Преса» шляхом евристично-пошукової діяльності суб'єктів навчального процесу із широким використанням мультимедійних засобів та елементів інтерактивної взаємодії в групах; поглиблювати патріотичні світоглядні позиції слухачів курсу. Всебічно надавати всім етапам заняття профорієнтаційного спрямування.

Обладнання і матеріали: комплект мультимедійних засобів, ілюстративний матеріал до заняття.

Базові поняття: пресові видання, тижневик, часопис, альманах, редактор, видавець, формат видання.

Концепція заняття: шляхом евристично-пошукової діяльності учнівських груп при фасилітаторській підтримці вчителя та з використанням мультимедійних технологій і мережі Internet сформувати в учнів базові знання про перші періодичні видання в Україні. Реалізувати набуті компетентності шляхом інтерактивного обміну інформацією між групами та створення власного кінцевого продукту учнівської дослідницької діяльності – інформаційних бюлетенів.

«Verba volant, scripta manet»

«Слово відлітає, написане залишається»

Латинське прислів'я

Структура і зміст заняття

I. Актуалізація опорних знань і мотивація діяльності учнів. (Інтерактивна бесіда)



Незаперечним є факт, що протягом кінця XVIII – початку XIX століть Україна фактично залишалась напівколоніальною територією, розділеною між двома імперіями – Російською та Австро-Угорською. Зрозуміло, що такі історичні реалії сприяли частковій відокремленості культур західного та східного регіонів України – Галичини та Наддніпрянщини. Проте в обох регіонах виникають потужні культурні центри в найбільших містах.



Визначте, що це за міста? (Львів та Харків)

Не минула ці культурні центри і друкарська справа, яка, зрозуміло, неможлива без преси. Під пресою в теперішні часи розуміють майже виключно газети й періодичні часописи. Але історично з цим поняттям треба пов'язати також різні збірники, альманахи й деякі інші публікації, що виходили ще в часи, коли справжньої преси в сьогоденному розумінні не було, а її заступали різні «сурогати» – оці самі альманахи й подібні видання. Це особливо важливо для історії української преси, початки якої

датовані значно пізнішими роками, ніж у Західній Європі, і навіть пізнішими, ніж у деяких сусідніх країнах. Таке запізнення має свої історичні пояснення.



Які саме? (Напівколоніальний статус України, відсутність власної держави).

Зародки часописів у Західній Європі маємо вже у XVI ст., а в XVII ст. вони виходять уже в сучасному вигляді; у Польщі в другій половині XVII ст., у Росії й Угорщині – на початку XVIII ст. Логічним буде визначитись із хронологією вітчизняної журналістики.

Об'єктом історії української преси є, насамперед:

а) преса українською мовою (без огляду на правильність цієї мови, на мовні й правописні розходження);

б) чужомовна преса, що виходить на українських землях;

в) чужомовна, що виходить поза Україною, але присвячена українським справам чи якимось інакше зв'язана з українським рухом або українською участю (інтелектуальною й матеріальною).

Слушним буде комплекс питань:

- ❏ коли саме виник той чи інший різновид української преси;
- ❏ які перші видання друкувались у Галичині та Наддніпрянщині;
- ❏ хто їх редагував, що друкували, яким був формат видань, їх тираж, соціальна спрямованість?

Пошуком відповіді на це комплексне питання ми і будемо займатись протягом заняття.

II. Формування базових компетентностей (дослідницько-пошукова робота в групах із використанням мережі Internet)



Для розв'язання поставленої проблеми ми розділимося на дві групи, які умовно назовемо «Галичани» та «Наддніпрянці». Шляхом пошуку в мережі Internet кожна із груп повинна віднайти інформацію стосовно поставленої проблеми. Для полегшення пошуку інформації вам пропонуються наступні електронні адреси інтернет-ресурсів:



<http://litopys.org.ua/cultur/cult10.html>

<http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1195>

<http://ukrlife.org/main/evshan/shevchuk3.html>

<http://kharkov.vbelous.net/demokrit.htm>

http://www.filosof.com.ua/Jornel/M_50/Radionova.html

<http://sp-issues.narod.ru/6/polyakova.html>

<http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1643>

<http://www.izv.kharkov.ua/index.php?editionID=118&menuID=1105>

Орієнтовні зразки знайденої учнями інформації:

Група «Галичани»

Перші видання преси на Галичині.

Історію українською преси починають тепер із 70-х років XVIII ст. Умови історичного розвитку спричинили до того, що перші видання преси на Україні з'явилися не українською мовою. Перша газета в Україні, що про неї маємо відомості, видавалася у Львові. Це була «Gazette de Léopol», що почала виходити з січня 1776 р. Є вказівки, що вже й перед тим, скоро після прилучення Галичини до Австрії (1772), львівський друкар А. Піллер ніби видавав якісь «Повідомлення» чи «Вісті», й що

видання їх влада ніби заборонила у 1774 р., але про це не маємо певніших відомостей, та й самі публікації не збереглися.

«Gazette de Leopold» виходила як тижневик французькою мовою й була подібна до старіших від неї «Gazette de Varsovie» (з 1758 р.) і «Gazette de Vienne» (з 1759 р.). Зміст львівської газети, наскільки можна судити з першого річника, що лише й зберігся (переховується в бібліотеці Оссолінських у Львові), був виключно інформаційний, її інформації – політичні й побутові – були дуже різноманітні й торкалися всіх найвизначніших міст Європи. Своїм обсягом вони відповідають телеграмам і хронікерським новинам у теперішніх газетах. «Gazette de Leopold» мала ще окремі додатки, які містили почасти звичайні вісті, що були і в самій газеті, а почасти – оповістки. Між останніми були й книгарсько-бібліографічні, – з них видно, що саме в ті часи читали в Галичині. У першому річнику газети зберігся один цілий додаток італійською мовою. «Gazette de Leopold» друкувалася в друкарні згаданого вже Піллера у Львові. Власником і видавцем її був якийсь Осуді (chevalier Ossoudi). Видавалася ця газета для верхів галицького суспільства й проіснувала, як вважається, лише один рік.

Після появи львівської газети преса в Україні існує постійно, хоч і з деякими перервами. Причому аж до 1812 р. публікації преси маємо виключно на Західній Україні, а саме – у Львові. Щодо преси, то Львів випереджає інші міста України на кілька десятиліть. Другим після «Gazette de Leopold» був львівський тижневик польською мовою «Pismo Uwiadamiające Galiciji». Виходив він усього півроку (в другій половині 1783 р.), видавав його львівський німець Й. Ф. Шюц (Schütz). У січні 1784 р. цей часопис змінює назву на «Lwowske Pismo Uwiadamiające» й виходить ще цілий 1784 р. Видавцем цього другого «Pisma» була дружина згаданого вже львівського друкаря А. Піллера.

Після року перерви (1785), коли у Львові не виходив ані один часопис, та сама пані Піллерова почала в 1786 р. видавати у Львові аж два півтижневики: німецькою мовою – «Lemberger Wöchenfliche Anzeigen» і польською – «Lwowskie Tygodniowe Wiadomoscie». «Anzeigen» виходив цілих десять років (до 1795 р.), а «Wiadomoscie» вже в 1787 р. занепали, бо не оплачувалися. Із 1795 р. замість «Anzeigen» починає виходити «Lemberger k. k. privilegirtes Intelligenz-Blatt», що протримався аж до квітня 1811 р. Всі ці часописи, крім хіба одного («Lwowskie Tygodniowe Wiadomoscie»), редагувалися досить примітивно й під оглядом національним були цілком індеферентними. Пояснюється це тим, що їх видавали чужі, мало пов'язані з краєм люди.

Першим денником у Львові був «Dziennik patriotycznych polityków», що виходив у 1792–98 рр. із перервою від червня 1793 до квітня 1794 р. Цей часопис не тільки своєю назвою, а також і своїм змістом та духом був польським, хоч його видавцем і першим редактором (у 1792–97 рр.) був український діяч і патріот отець Михайло Гарасевич.

Із початку 1795 р. у Львові почав виходити й перший ілюстрований літературно-науковий місячник «Zbiór Pism Ciekawych, służący do poznania różnych Narodów i Krajów, Wyjęty z Dzienników i innych Dziel Peryodycznych». Містив він майже виключно переклади французьких творів на теми з історії, географії, фізики, виховання й інше. Вийшло цього місячника лише шість чисел (січень–червень 1795 р.).

На початку XIX ст. у Львові з'являються й перші на Україні фахові часописи: у 1803 р. – «Militärische Zeitschrift», а у 1810–1811 р. – «Annales Jurisprudentiae». У 1811 р. починає виходити й найстарша тепер в Україні «Gazeta Lwowska», а ще за рік з'являється преса й в Україні Наддніпрянській.

Група «Надніпрянці»

Перші видання преси на Надніпрянщині

На Надніпрянщині вся преса спочатку виходить російською мовою. Починається вона в Харкові, де ще в 1807 р. мали виходити «Харьковские Патриотические Листы». На це видання був уже дозвіл і від цензури, але воно все ж не видавалося. Харків на початку XIX ст. був культурним українським середовищем. Тут був тоді заснований один на всій Російській Україні університет (1805). Із Харківським університетом фактично був пов'язаний і перший на Надніпрянщині часопис-тижневик «Харьковскій Еженедельник». З'явився він у 1812 р. Видавцем його був харківський книгар Лянгнер, а головна роль у ньому належала професорові Харківського університету К. Нельдехенові. «Харьковского Еженедельника» вийшло всього 12 чисел. Був це орган місцевого життя – орган Слобожанщини, в якому дуже цікаво представлено інформаційний матеріал. Але в ті часи на Надніпрянщині не було ще сприятливих умов для розвитку преси, й «Харьковскій Еженедельник» занепав після першого року. Сталося це ніби з тієї причини, що було «в здешнем крае весьма мало людей, интересующихся такими сочинениями». Але вже у 1816 р. у Харкові з'являються два нових часописи: «Украинскій Вестник» і «Харьковскій Демокрит». Перші українські журнали на Надніпрянщині видавалися силами й коштами тодішніх найвидатніших українських діячів культури і письменників. У виданні «Украинского Вестника» брали участь такі сили, як проф. С. Філомафітський, поет і перекладач проф. Ф. Гонорський, Григорій Квітка. «Украинскій Вестник» мав завдання розвивати у своїх читачів любов до рідного краю й допомогти його пізнати. Головний зміст цього часопису складали матеріали з історії, географії й етнографії України. У цьому ж органі з'являлися й віршовані твори П. Гулака-Артемовського (напр., байка «Пан і Собака» й поема «Солопій та Хивря»); містив тут свої писання й Григорій Квітка-Основ'яненко. П. Гулак-Артемовський, тоді ще студент Харківського університету, друкував дещо також і в «Харьковском Демокрите» – сатиричному місячнику, що його видавав В. Маслович. «Украинскій Вестник» існував від 1816 до 1819 р.; життя «Харьковского Демокрита» було значно коротшим – він виходив лише в 1816 р.

Під впливом харківської групи молодих громадських діячів були й «Харьковскія Извѣстія» та деякі інші тодішні періодичні видання, що містили також і матеріали українською мовою. «Харьковскія Извѣстія» почали виходити в 1817 р. як тижневик. Було це видання Харківського університету; редагував їх Вербицький. Проіснували вони до 1822 р. У тих же роках виходили в Харкові ще «Украинскій Домовод» (1817) і «Труды Общества Наук». Із 1824 р. в Харкові почав виходити «Украинскій Журнал». Редактором його за призначенням університету був проф. Склабовський, а одним із найближчих співробітників – П. Гулак-Артемовський. Цей журнал проіснував до 1826 р. й здобув репутацію найкращого часопису. Але всі ці перші періодичні видання в Харкові не мали довгого віку. Після припинення «Украинского журнала» на п'ять років починається перерва, коли в Харкові не виходить жоден часопис, а з 1831 р. з'являються – замість органів періодичної преси – альманахи та збірники. Над цими виданнями найбільше попрацював І. Срезневський, який у 1831 р. разом із Розковашенком видав «Украинскій Альманах», а з 1833 р. видає знамениту «Запорожскую Старину» (вийшло 6 частин).

III. Практичне відтворення набутих компетентностей з елементами профорієнтації.



1. Інтерактивна взаємодія між групами у вигляді обміну набутою інформацією.

На основі здобутої інформації представники груп здійснюють

короткотривалі усні повідомлення і відповідають на питання опонентів.

2. Створення власної друкованої продукції у вигляді інформаційного бюлетеня.

Здобуту інформацію учні викладають в інформаційних бюлетенях. У них, зокрема, пропонується не просто викласти набуту інформацію, а зробити висновок про належність перших періодичних видань Галичини та Наддніпрянщини до української преси.

? IV. Підбиття підсумків заняття шляхом тестового експрес-контролю.

I. Перше періодичне видання на території України з'явилося у:

1. Львові.
2. Києві.
3. Харкові.
4. Одесі.

II. Г. Квітка-Основ'яненко був редактором такого видання:

1. «Харьковский еженедельник».
2. «Харьковский Демокрит».
3. «Украинский вестник».
4. «Украинский журнал».

III. Справжнє ім'я Гонорського:

1. Рудольф.
2. Розумник.
3. Розаліон.
4. Розмай.

VI. Основний зміст журналу «Украинский вестник»:

1. Політичний.
2. Інформаційний.
3. Науково-літературний.
4. Художній.

V. Найбільше україномовних часописів з'явилося на території Східної України у такому періоді:

1. 1812–1848.
2. 1848–1905.
3. 1905–1914.
4. 1914–1916.

VI. Першим журналом сатири й гумору на території України був:

1. «Харьковский еженедельник».
2. «Харьковский Демокрит».
3. «Украинский смех».
4. «Шершень».

V. Оформлення кінцевого продукту заняття.

Закінчити оформлення інформаційних бюлетенів і представити їх у друкованому вигляді.

ТЕХНОЛОГІЧНА МОДЕЛЬ МЕДІАЗАНЯТТЯ «ПСИХОЛОГІЧНИЙ ЗАХИСТ ВІД НЕПОТРІБНОЇ ВІЗУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ»

Кокотова Т. Ю.

Мета:

Розвинути навички:

- психологічного захисту проти непотрібної візуальної інформації;
- відсторонення від непотрібної візуальної інформації;
- аналізу непотрібної візуальної інформації з відповідними висновками;
- виявити методи психологічного захисту від непотрібної візуальної інформації.

Ключові слова: непотрібна візуальна інформація, психологічний захист, відсторонення від інформації, критичний аналіз інформації, креативний підхід до інформації.

I. Організаційний момент.

II. Мотивація навчальної діяльності.

Слово вчителя. Кожного дня ми з вами отримуємо якусь інформацію. Не кожна інформація, наприклад, рекламного характеру, є корисною. Навпаки, інформація часто може дратувати, психологічно втомлювати нас. Існують спеціальні методи та прийоми, спрямовані як на уникнення, дистанціювання від непотрібної візуальної інформації, так і на свідоме запобігання її маніпулятивному впливу.

III. Оголошення теми і мети уроку.

Сьогодні ми з вами навчимося захищатися від тієї великої кількості непотрібної інформації, яку ми з вами отримуємо кожного дня.

Тема нашого сьогоднішнього уроку: «Психологічний захист від непотрібної візуальної інформації».

Давайте разом із вами сформулюємо мету нашого уроку.

Розвинути навички:

- ✓ психологічного захисту проти непотрібної візуальної інформації;
- ✓ відсторонення від непотрібної візуальної інформації;
- ✓ аналізу непотрібної візуальної інформації з відповідними висновками;
- ✓ виявити методи психологічного захисту від непотрібної візуальної інформації.

Ці методи психологічного захисту умовно можна розподілити на три групи:

- **відсторонення**, дистанціювання, «мисленнєве знищення» непотрібної візуальної інформації;
- критичний **аналіз** форми та змісту непотрібної інформації;
- **креативне** перетворення непотрібної інформації.

Як бачимо, всі три підходи різні, й навіть, на перший погляд, суперечать один одному: одні спрямовані на уникнення візуальної інформації, а інші навпаки – на її ґрунтовний аналіз, і зовсім незвичайним є її креативне перетворення. Постає запитання: а для чого аналізувати, перетворювати, якщо інформація – непотрібна?

Відразу зауважимо, що методи психологічного захисту від непотрібної візуальної інформації можна застосовувати до будь-якої візуальної інформації, не лише рекламного змісту.

Однак, чому все ж таки реклама? Тому що вона повсюди, часто є недоречною й тому може дратувати: рекламні повідомлення у пресі, рекламні сторінки у журналах, оголошення на радіо, рекламні відео-ролики на телебаченні, постери у міському транспорті, банери, бігборди та інші види реклами на вулицях міст.

IV. Повторення вивченого матеріалу.

Давайте пригадаємо, якою за формою буває реклама?

Знаємо, що за **формою** реклама може бути: текстовою (преса), аудіальною (радіо), аудіо-візуальною (ТБ), а ще візуальною (у формі різноманітних зображень з елементами тексту). Реклама може бути статичною (постер, бігборд) або динамічною у часі (реklamний аудіо, відео-ролик) та ін.

На які види за змістом поділяють рекламу?

За **змістом** реклама також буває різною. Виокремлюють **комерційну** (спрямована на активізацію споживання товарів, послуг із боку аудиторії); **політичну** (намагається вплинути на певний вибір виборців); **соціальною** (заохочує до співчуття, матеріальної допомоги з боку аудиторії); **інформаційну** (анонси: повідомляє про наступні події у світі медіакультури) тощо.

Тому, якщо саме зараз (сьогодні, іноді, завжди) рекламна інформація є не лише непотрібною, а ще й заважає чи втомлює або викликає негативні емоції, тоді постає необхідність психологічного самозахисту.

V. Практичне завдання.

Відсторонення від непотрібної візуальної інформації

Вправа-гра «Антиреклама».

Суть вправи полягає в тому, щоб **свідомо не сприймати, не осмислювати** не потрібних нам рекламних зображень, які знаходяться у полі нашого зору. Йдеться, передусім, про статичні рекламні зображення: бігборди, банери, постери тощо.

Вправа складається з трьох основних дій, які згодом можна довести до автоматизму. Коли мисленнєві дії стануть звичними, можна буде навіть «розважатися», йдучи щоденним маршрутом або їдучи у вагоні метро:

1. **«Абстрагування».** Статичне зображення рекламного об'єкту (на постері, бігборді) не треба розглядати, а якщо воно й впало в око, то глянути на нього побіжно, ніби з великої відстані, щоб дане зображення сприймалося в узагальненому вигляді. У результаті саме такої розумової дії свідомого «несприймання» воно матиме вигляд кольорових плям невиразної форми.

2. **«Асоціювання».** До кольорових плям, які ми всетаки встигли сприйняти зором, потрібно підібрати якомога більше різних, як візуальних, так і вербальних асоціацій. Їх можна комбінувати, підбирати до них аналогії тощо.

3. **«Творення власних смислів».** Бажано до кожного уявленого нами образу вигадати назву чи декілька назв, або ж розвинути власний сюжет події.

Якщо візуальне рекламне зображення вже знайоме, то вправу можна починати з другої дії – довільного асоціювання. Основною вимогою до асоціювання в цілому є його спрямування на **пошук образу**, найбільш **віддаленого за змістом від запропонованого образу** рекламного зображення.

У результаті виконання цих нескладних дій, людина, оперуючи асоціаціями, вигаданими образами, не сприймає для себе зайвого, а займається самостійним образом смислотворенням: її мисленнева діяльність, уява, пам'ять активізуються, вона «працює» не зі змістом, нав'язаним іззовні, а зі змістом власної свідомості.

«Труднощі» у виконанні вправи полягають у природній інертності багатьох людей до **активізації власних інтелектуальних та вольових зусиль**. Однак усі погодяться, що це конструктивні зусилля (які, до речі, допомогли людині вийти з царства тварин), спрямовані на психологічний самозахист, а зусилля від втоми, сприйнятої непотрібної інформації деструктивні для психіки.

Для закріплення розумових дій вправа проводиться у класі. Медіапедагог показує протягом секунди рекламне зображення, а учні записують свої асоціації та вигадують до нього образи, ідеї, назви протягом 1–2 хвилин. Чим асоціацій більше, тим вони найбільш віддалені – тим кращий самозахист. Гумор – найкращий прояв психологічного захисту.

Як матеріал для роботи можна використати постери та рекламні зображення з журналів. Необхідно підібрати зображення з крупними елементами, більш локального кольорового забарвлення, умовно наблизивши їх до монументальних вуличних.

Можна показати до шести зображень та роздати підготовлені заздалегідь бланки (аркуш поділений на 6 клітинок, кожна з яких заповнюється відповідно показаному зображенню за порядковим номером; учень записує асоціації, ідеї до першої «реклами» у клітинці з цифрою 1; до другої – у клітинці 2 і так далі).

№ 1. «Уяви нові візуальні смисли».

За допомогою методики «Антиреклама», працюючи з асоціаціями, що виникли, створи в уяві нові, протилежні заданому зображенню, образи та смисли.

| № зображення | Асоціації, які виникли у процесі абстрагування від зображення | Новий візуальний конструкт, його назва |
|--------------|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------|
| 1 | | |
| 2. | | |
| 3. | | |
| 4. | | |
| 5. | | |
| 6. | | |

Вправа «Біла фарба».

Ця вправа спрямована на дистанціювання від непотрібного, негативного для особистості зображення/образу.

Мабуть у кожної людини є досвід, коли в око потрапило те, що дуже вразило, і враження це було негативним: людина випадково стала свідком дорожньої аварії, побачила мертву тварину, переглядаючи новини, була шокована натуралістичними кримінальними подробицями тощо. Буває й так, що ми свідомо переглядаємо якійсь фільм жахів чи психологічний трилер, а потім «страшний» чи просто неприємний образ з'являється у нашому внутрішньому баченні без нашого на те бажання або у сновидінні.

Ці негативні образи порушують наш емоційний комфорт і потребують відповідних дій.

1 дія. Уявіть «картинку-образ», який вас хвилює, умовно «переслідує» (для цього декому треба заплющити очі).

2 дія. Тепер уявіть, як ваша негативна «картинка» зафарбовується широкими білими смугами зверху донизу. Можливо «картинка» зафарбується не щільно, тоді треба буде додатково «накласти ще один–два шари білої фарби».

Якщо «образ» з'явиться через деякий час знову – «зафарбуйте» його ще раз. Якщо «біла фарба» не допомагає, а «картинка» продовжує хвилювати – зверніться до психолога.

Вправа «Стоп, образ!».

Ця вправа полягає в **накладанні заборони на уявлення** емоційно негативного для особистості образу. Наприклад, у свідомості, внутрішньому баченні виникло щось неприємне: образ кіногероя (або реальної людини), пригадування якого та мисленнєвий діалог з яким може завдати вам неприємних (болючих) переживань.

Суть вправи полягає у наступному: як тільки у свідомості з'явився негативний для вас образ й у зв'язку з цим ось-ось почнуть виникати емоції страху, розпачу, образи тощо, необхідно внутрішньо заборонити собі думати про це, твердо подумки промовивши наказ: «Стоп!». Бажано відволіктися на щось інше.

До дистанціювання візуальної інформації також можна віднести **звичайні дії**, які, однак, можуть запобігти нашому роздратуванню чи емоційній втомі. Уникнути реклами, наприклад, по телебаченню, можна за допомогою **«переходу»** на інший канал; **зменшення звуку** та тимчасового **переключення** на іншу діяльність. Можна **залишити приміщення**, де працює телевізор, на час реклами тощо.

За принципом «усе геніальне – просте!» у нашому контексті «прості дії можуть бути досить ефективними» для того, щоб не підпасти під вплив непотрібної візуальної інформації.

Не дивіться те, що, як ви передбачаєте, може вас засмутити, налякати!

Критичний аналіз форми та змісту непотрібної візуальної інформації.

Метод «Аналіз форми та змісту зображення».

Існують методики та вправи, засновані саме на свідомому **сприйманні** візуального зображення, які допомагають уникати маніпуляційного змісту реклами. Їх принцип «знання – сила». Якщо ми критично проаналізуємо та оцінимо рекламне зображення (його форму, зміст, застосовані технології), то навряд чи потрапимо під його психологічний вплив. Тобто активізація критичного мислення й обґрунтована оцінка рекламного зображення є запорукою нашої психологічної безпеки.

Методика «Аналіз зображення: нерухомого або динамічного» передбачає здійснення критичного аналізу за відомими вже нам позиціями:

- **визначення загальної характеристики:** тип рекламного повідомлення (комерційна, політична тощо), формат (постер, буклет, листівка, журнальна сторінка, відеоролик тощо), ймовірний автор/замовник реклами, приблизна дата виробництва;

- **аналіз форми – організації зображення:** розміщення головних елементів, їх естетика, використання кольорів, інших технічних прийомів (крупний план, монтаж тощо);
- **аналіз змісту реклами:** основна ідея, її зв'язок із назвою та зображенням, використання символік, брендів тощо;
- на основі аналізу форми та змісту **виявлення використаних медіатехнологій** і припущення очікуваного психологічного впливу на глядача;
- за допомогою чіткої аргументації на основі узагальнення попереднього аналізу форми та змісту рекламного зображення та запитань «Що ця інформація означає для мене?», «Чи вона корисна для мене?», «Як я ставлюся до цих ідей?» тощо, **формулювання власного ставлення** до проаналізованого рекламного зображення.

Форма проведення: робота в парах або невеликих групах.

Педагог роздає різні рекламні зображення, й учасники здійснюють аналіз за запропонованою схемою.

Аналіз рекламного зображення за такою схемою дозволяє раціонально виявити механізми психологічного впливу на глядача та завдяки цьому не допустити маніпуляції щодо себе.

На схожих принципах базуються й такі вправи, як: «Розуміння побудови зображення», «Пошук або аналіз ефекту привабливості», «Пошук помилок, невідповідностей».

№ 2. «Пошук «слабких» місць у рекламному ролику/зображенні».

Шляхом аналізу форми, змісту, задіяних технологій тощо вияви візуально технічні, змістові помилки, тобто «слабкі» місця візуального медіатексту.

| Візуальний медіатекст: вид, формат, жанр, якщо є – назва | «Помилки» даного медіатексту | Твій висновок |
|----------------------------------------------------------|------------------------------|---------------|
| | | |

Креативний підхід до непотрібної візуальної інформації

Креативний підхід – це творчий підхід до психологічного захисту особистості від непотрібної візуальної інформації. Його суть полягає у творчому переосмисленні медіатекстів: якщо людина перетворює те, що існує, вона не підпадає під його вплив.

Під творчим переосмисленням ми розуміємо **мисленнєве переструктурування** змісту, а можливо й форми рекламного медіатексту.

Проаналізувавши зміст та форму рекламного повідомлення можна спробувати його подумки переробити на «кращий», «переконливий» або смішний.

Мисленнєва вправа «Перетвори рекламне зображення».

Вправа спрямована на переосмислення та переконструювання рекламного зображення.

Ми знаємо, що гумор – це потужний захист від багатьох проблем. Побачивши зображення, вигадайте щось, щоб з'явився інший смисл, або навіть «переробіть» його на гумористичне. Креативні ідеї запишіть.

Гумористичний варіант виконання вправи покаже високий рівень готовності до психологічного самозахисту.

Форма проведення: вправи краще виконувати у невеличких групах, що сприятиме стимулюванню активізації породження ідей, думок під час виконання незвичного завдання.

Матеріали: друковані рекламні зображення комерційного, політичного змісту.

№ 3. «Перетвори рекламне зображення на гумор».

Вправа схожа на попередню, однак має особливість: переосмислення та переконструювання рекламного зображення спрямоване тільки на гумористичну версію.

Побачивши непотрібне зображення, не дратуйся, а швиденько вигадай щось альтернативне йому, однак обов'язково – смішне.

Креативну ідею (ідеї?!) запишіть: _____

Контрольні запитання:

1. Які є групи методів психологічного захисту від непотрібної візуальної інформації? Суть кожної з них.
2. Основні розумові дії методики «Антиреклама».
3. Основні розумові дії вправ «Біла фарба», «Стоп образ!»
4. Як застосовується принцип «знання – сила» у психологічному захисті? Стадії аналітичної роботи.

VI. Підбиття підсумків уроку.

ТЕХНОЛОГІЧНА МОДЕЛЬ МЕДІАЗАНЯТТЯ: «СВІТ РЕКЛАМИ ТА ЇЇ ФЕНОМЕН»

Селютіна О. О.

6 (10) Клас

Тема: *Світ реклами та її феномен.*

Мета: ознайомити учнів із закономірностями функціонування реклами та її впливом на свідомість та поведінку особистості; дослідити з учнями різні види медіатекстів і використані в них медіатехнології та стимулювати в учнів розвиток критичного мислення та свідомого ставлення до реклами загалом; навчити гімназистів аналізувати і оцінювати зображення і зміст візуального медіатексту, створювати власні медіатексти; розвиток творчого сприймання як уміння творчо інтерпретувати, переосмислювати зміст і форму медіатекстів, медіаторчості.

Хід заняття

I. Зачин медіазаняття

1. Чуттєво-естетичний компонент медіаосвіти (Ч-ЕК МО)

Вступне слово-звернення вчителя до учнів.

Доброго дня, шановні учні. Маю надію, що на заняття ви прийшли з гарним настроєм. Сядьте зручно та відчуйте власний стан.

Бесіда

- Якби я могла доторкнутися до вашого стану, який би він був на дотик?
- А якщо уявити, що ваш стан, це колір. Якого б кольору був би ваш настрій?

Перед вами шкала кольорового діапазону настрою, оберіть власний колір настрою.

- Червоний – захоплений.
- Оранжевий – радісний.
- Жовтий – приємний.
- Зелений – спокійний, урівноважений.
- Блакитний – сумний або задумливий.
- Фіолетовий – тривожний.
- Чорний – вкрай незадовільний.
- Білий – важко сказати.

- А що впливає на ваш настрій?

- А чи може він змінитися?

- А чи впливає на ваш настрій музика, яскраві образи, певна інформація?

На наш стан і настрої впливає безліч факторів та інформації, і сьогодні ми поговоримо про один із них. А про що саме, спробуйте відгадати.

Загадка: Інформує, інтригує, розважає, у бізнесі допомагає. Що це?

II. Основна частина: кульмінаційні моменти ров'язання медіасвітніх завдань (МОЗ)

1. Орієнтаційно-прогностичний компонент медіаосвіти (О-ПК МО).

1.1. Повідомлення, корпоративне формулювання теми та мети уроку.

Життя сучасної молоді неможливо уявити без взаємодії із засобами масової інформації. На жаль, споживання медіаінформації зростає випереджальним темпом. Сьогодні ви стикаєтесь із постійним зростанням потоку інформації (і навчальної, і медійної), тому необхідно самостійно критично оцінювати цю інформацію.

Світ реклами та її феномен – це тема нашого заняття.

Чи цікава для вас ця тема?

Які ваші очікування від заняття? Що цікавого ви прагнете відкрити для себе?

2. Змістово-пошуковий компонент медіаосвіти (З-ПК МО).

1. Асоціативний ряд - Реклама

Р

Е

К

Л

А

М

А

2. Презентація «Реклама + функції реклами».

Давайте пригадаємо, що таке реклама та яке її призначення?

Реклама – це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо особи чи товару.

Функції реклами:

- ✓ інформаційна;
- ✓ розважальна;
- ✓ економічна;
- ✓ просвітницька;
- ✓ виховна;
- ✓ політична;
- ✓ естетична;
- ✓ соціальна.

3. Перегляд гімназійного відеоінтерв'ю «Реклама у нашому житті».

4. Заповнення анкети (сигнальні картки).

- Реклама впливає на свідомість людей.
- Реклама спонукає людей придбати товар.
- У рекламі застосовується тільки правдива інформація.
- Рекламні повідомлення необхідно оцінювати критично.

Перевірка отриманих даних через сигнальні картки:

«так» – «+»;

«ні» – «-»;

«не можу визначитися» - «?».

5. Вплив реклами

Чи здійснює реклами тиск на людей?

Так. Реклама – це своєрідний тиск на людську свідомість. Але це «непрямий тиск». Ти завжди маєш можливість не звертати увагу на рекламу, звернути увагу, але перевірити інформацію, взагалі поставитись до неї з недовірою. Важливо знати, що в рекламі використовують різні психологічні прийоми, метою яких є викликати бажання у людини, придбати товар чи послугу. У більшості випадків інформація перебільшена та прикрашена різними речами та образами, рекламний ролик містить приховане повідомлення.

Давайте спробуємо дослідити тиск реклами на людей.

6. Експрес-опитування «Наслідки дитячої реклами».

Обговорення:

Дитяча реклама найбільш шкідлива, адже дитина дуже вразлива та чутлива.

Основні небезпеки:

- комплекс неповноцінності (якщо рекламують речі, які батьки не можуть купити);
- нездорове харчування;
- копіювання поведінки героїв реклами;
- домінування матеріальних цінностей;
- набуття шкідливих звичок;
- егоцентризм.

7. Перегляд реклами за участю дітей, обговорення (реклама про «Кіндер Шоколад»).

Які основні ризики формує ця реклама у дітей?

8. Усний марафон «Вплив реклами на підлітків».

- виховний вплив (перенесення ситуацій на власну поведінку);
- підривання авторитету батьків та вчителів;
- сексуальне забарвлення (цей прийом використовується у 95 %);
- формування окремих стереотипів краси (знижена самооцінка);
- виховання «користувача»;
- + див. вплив реклами на дітей.

9. Перегляд реклами (пиво), обговорення.

Схема аналізу медіатексту.

Реклама комерційного змісту.

1. Перегляд рекламного відеоролика.
2. Здійснення аналізу за схемою:
 - а) вид, формат рекламного повідомлення;
 - б) тема;
 - в) зміст, смисловий акцент;
 - г) задіяні медіатехнології;
 - д) що зацікавило особисто мене.
3. Висновок, твоя оцінка.
4. Обговорення отриманих результатів.
Будучи режисером, чи змінили б ви цю рекламу? Як саме?

10. Виступ учня (випереджальне завдання)

«Психологічні механізми реклами».

Сутність феномену реклами у сфері медіа полягає в тому, що все, задіяне у засобах масової комунікації, потребує грошей, а реклама – дає гроші. Рекламодавці, зацікавлені у «просуванні» в маси своїх різноманітних і різноформатних «ідей», платять не лише тим, хто створює рекламу (медіатехнологам, медіаспеціалістам), а й платять величезні гроші за *час* у ефірі, за розміщення, за розповсюдження.

Тепер давайте поміркуємо: якщо реклама приносить гроші, наприклад, телебаченню, тоді зрозуміло, чому її показують, де треба й де не треба. А яка користь рекламодавцям викидати величезну купу грошей на рекламу, яку не всі й не завжди дивляться? Користь рекламодавців тісно пов'язана з очікуваним кінцевим результатом: заохотити, вплинути на аудиторію, щоб купили, придбали, скористувалися, тобто – повернули гроші з надлишком. Але яким чином реклама досягає своєї мети?

Основні психологічні механізми реклами:

- продаж потреб, а не продукції;
- механізм «ореола» (ідеалізація товару);
- музика (сила звуку);
- знаки-специфікатори (образи);
- прихований підтекст реклами;
- Використання символів, брендів (маніпулювання);
- Яскравий і динамічний сюжет.

11. Інформаційна хвилина «Феномен комерційної реклами».

Комерційна реклама інформує, нагадує про товар, послуги, які продаються. За формою переконання споживачів комерційна реклама реалізується завдяки здійсненню енергійного, навіть психологічно агресивного, «жорсткого тиску» (*hard sell*) або

завдяки «легкому тиску» (*soft sell*). Телевізійна комерційна реклама найчастіше витримана у таких жанрах як:

- **«прямий продаж»** – домінування текстового повідомлення про товар над його візуальною презентацією (ведучий ток-шоу, музичної, спортивної та ін. телепрограми робить рекламну паузу, рекламуючи товар);
- **«звернення від фірми»** передбачає презентацію товару як звернення людини, якимось чином пов'язаної з фірмою-виробником;
- **«рекомендації знаменитостей або спеціалістів»** – цей жанр вважається дуже влучним: згадаймо кінозірок, відомих моделей у якості «експертів», «зразків» для наслідування тощо;
- **«інтерв'ю з покупцем»** залучає до реклами невідомих людей, а навпаки, за принципом контрасту, «звичайних» людей, які умовно ототожнюються з потенційними споживачами;
- **«демонстрація»** – телебачення надає унікальну можливість показати, як діє той чи інший товар, як він функціонує; існує декілька видів демонстрації, які реалізуються окремо або у поєднанні:
 - а) **«різноманіття застосування»** – глядачів знайомлять із невідомими, а іноді й несподіваними аспектами товару;
 - б) **«продукт у дії»** – показують, як товар функціонує: швейна машинка шие, пилосос прибирає, пральна машина пере тощо;
 - в) **«до» та «після»** – демонстрація результату застосування товару: виведення плям, відбілювання речей;
 - г) **«екстрім»** – товар випробується в екстремальних умовах: годинник кидають у воду, каменюку кидають у скло;
 - г) **«тест-змагання»** – яке мило миє краще, від якого порошку одяг біліший тощо;
- **«пряме порівняння товарів»** – говорять не про те, що вироби конкурентів гірші, а про те, що наша продукція краща;
- **«драматизація»** або **«фрагмент із життя»** – найпопулярніший вид телереклами: за 30 чи 60 секунд відбувається «життєва драма», сюжет якої здійснюється за схемою: задані обставини як виникнення проблеми – її розв'язання за допомогою рекламної продукції – щастя;
- **«музична реклама»** – реклама у віршах, під музику;
- **«анімація»** – мультиплікація може дозволити гіперболу, гумор, викликає невимушеність, користується популярністю.

12. Продаж восьми внутрішніх потреб.

- Почуття впевненості.
- Відчуття краси.
- Самозадоволення.
- Реалізація творчості.
- Кохання всього життя.
- Сила.
- Сімейний затишок.
- Безсмертя.

13. Робота зі схемою.

14. Бесіда про соціальну рекламу.

Чи буває реклама корисною?

Соціальна реклама – це інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення суспільно корисних цілей, популяризацію загальнолюдських цінностей і розповсюдження якої не має на меті отримання матеріального прибутку.

Соціальна реклама існувала у пресі та на радіо ще задовго до поширення телебачення серед населення. Поняття соціальної реклами увійшло у практику під час Другої світової війни у США, коли було створено Військову раду з воєнної реклами. У ті часи різноманітні заходи на підтримку воєнних зусиль США проводили добровольці з рекламних агенцій, для яких час або місце надавалося безкоштовно. Після війни ця організація перетворилася на Раду з реклами, а її діяльність переорієнтувалася на суспільні проблеми та мирні цілі. З того часу соціальна реклама спрямована на служіння інтересам суспільства.

Існує три основних джерела фінансування соціальних заходів/проектів і соціальної реклами зокрема: **державні органи; суспільні організації** (наприклад, Червоний хрест або Товариство боротьби з раком); **спонсори**.

Спонсорство соціальної реклами вважається почесною справою і винагороджується Радою відповідно до внесків на створення реклами. До створення соціальної реклами часто-густо залучаються відомі медіамитці та медіатехнологи.

Перегляд соціальної реклами з методикою СТОП-КАДР

Аналіз соціальної реклами:

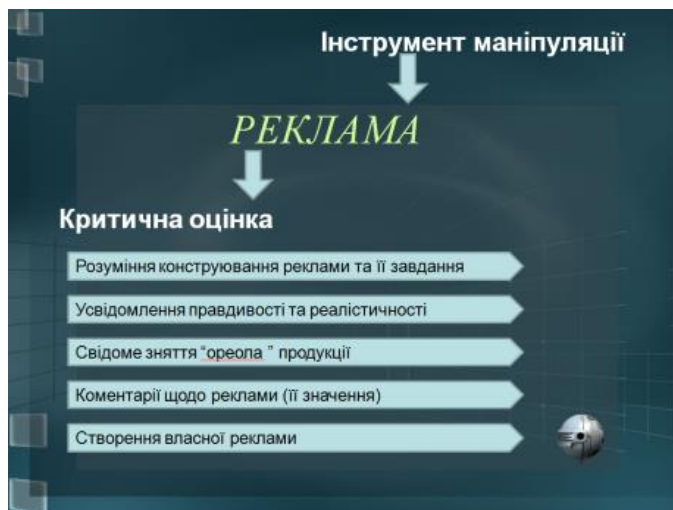
1. Перегляд зображення соціальної реклами.
2. Здійснення аналізу зображень соціальної реклами:
 - а) вид, формат рекламного повідомлення;
 - б) тема;
 - в) зміст, смисловий акцент;
 - г) задіяні медіатехнології;
 - д) що зацікавило особисто мене.
3. Обговорення отриманих результатів. Підвести учнів до розуміння медіатексту соціальної реклами в аспекті її соціальної актуальності й ефективності.

Самостійний аналіз соціальної реклами № 2.

Обговорення.

15. Бесіда про політичну рекламу.

Політична реклама, як вважають деякі спеціалісти, виникла дуже давно. Починаючи з *візуальної презентації* «переконливих» перемог над супротивником (вавилонські, єгипетські царі), *масове відтворення* зображення політичного, воєнного лідера на монетах (Олександр Македонський), створення *універсального переконливого іміджу* (Август Октавіан) – все це робилося у політичних цілях, із метою оману суспільства.



Нині політична реклама як частина загальної політичної кампанії охоплює:

- рекламну *друковану* продукцію у вигляді листівок, постерів, білбордів, поліграфічних видань;
- *електронну* – у вигляді рекламних відеороликів, телепрограм, теледебатів, інформації та реклами на веб-сайтах, навіть у нанотехнологічних «витівках»;
- дієву, *реальну* – у вигляді наметів з агітаційним матеріалом, зустрічей із виборцями тощо.

У політичній рекламі часто застосовуються бренди візуального формату. Політичними брендами можна вважати символи, кольори, емблеми партій, блоків. Наприклад, «червоне серце на білому тлі» – Блок Юлії Тимошенко, «три пальці жовтої руки на синьому тлі» – ВО Свобода, помаранчевий колір – партія «Наша Україна», біло-синій — Партія регіонів, червоний – комуністи тощо.

Сучасна політична телереклама виникла у США у 1952 р. У тому ж році телебачення вперше транслювало з'їзди республіканської та демократичної партій. У 1960 р. американці стали свідками передвиборчих дебатів у прямому ефірі. Саме з тих часів у політичний лексикон увійшли такі комерційні терміни, як «імідж», «упаковка», «продаж кандидатів».

Тому нині до політичної реклами також відноситься й явище «знаменитостей». Знаменита людина – це не обов'язково та, яка зробила щось видатне, нею може стати людина, яка часто «світиться» у засобах масової інформації.

Останнім часом з'явився вид політичної антиреклами: контрреклама, яка об'єктивно/необ'єктивно висвітлює кандидатів із непривабливого боку.

Перегляд політичної реклами, аналіз, обговорення.

Аналіз політичної реклами:

1. Перегляд зображення політичної реклами.
2. Здійснення аналізу зображень політичної реклами:
 - а) вид, формат рекламного повідомлення;
 - б) тема;
 - в) зміст, смисловий акцент;
 - г) задіяні медіатехнології;
 - д) що зацікавило особисто мене.
3. Обговорення рекламних зображень (не кандидатів!) на основі проведеного аналізу.
4. Висновок, твоя оцінка.

IV. Системно-узагальнювальний компонент медіаосвіти (С-УК МО)

Робота в групах.

I група – Створення власного медіатексту (реклами) (робота в групах).

II група – Створення власних рекомендацій та порад щодо сприйняття реклами (виступи та обговорення).

V. Розв'язка медіазаняття.

1. Аналіз анкет (робота із сигнальними картками).

1. Реклама впливає на свідомість людей.
2. Реклама спонукає людей придбати товар.
3. У рекламі застосовується тільки правдива інформація
4. Рекламні повідомлення необхідно оцінювати критично.

2. Формулюємо висновки.

- Я дізнався (дізналася) ...
- Ще раз переконався (переконалася)...
- Відкрив для себе ...
- Навчився ...
- Зрозумів ...
- Дослідив ...
- Усвідомив ...

3. Домашнє завдання:

1) аналіз реклами за вибором;

2) запитання для дискусії (на вибір):

Обговори з друзями, хто з вас застосовував рекламу у практичних цілях. Яких саме?

Спитай батьків, чи довіряють вони комерційній рекламі?

Спитай батьків: чи впливає політична реклама на обрання нового політичного кандидата? Чи лише закріплює вже існуючу позицію щодо раніше обраного кандидата?

Обговоріть з друзями дієвість соціальної реклами.

Як ти вважаєш, що може залежати особисто від тебе у рішенні соціальних, екологічних проблем в українському суспільстві?

4. Заключне слово вчителя.

Заради власної безпеки та відповідального ставлення до здоров'я і життя варто аналізувати рекламні повідомлення, оцінювати їх критично. Навчіться протистояти тим, хто намагається тиснути на ваші бажання, смаки, інтереси... Все у ваших руках!

ТЕХНОЛОГІЧНА МОДЕЛЬ МЕДІАЗАНЯТТЯ «ТВОРЧЕ МЕДІАСПРИЙНЯТТЯ ЯК ПСИХОЛОГІЧНИЙ ЗАХИСТ ВІД НЕПОТРІБНОЇ ВІЗУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ. ВПРАВИ НА ДИСТАНЦІЮВАННЯ»

Філіпова О. О.

Інформаційна картка медіазаняття

10 клас

Тема медіазаняття за програмою: *Психологічний захист від непотрібної візуальної інформації. Творче медіасприйняття як психологічний захист від непотрібної візуальної інформації. Вправи на дистанціювання: методика «Антиреклама», «Біла фарба», «Стоп, образ!».*

Тема. Хто вміє захищатися від непотрібної інформації – той володіє ситуацією.

1. Мета: познайомити учнів із вправами, які допоможуть психологічно захиститися від непотрібної візуальної інформації; формувати в учнях практичні уміння, спрямовані на психологічний захист від непотрібної інформації; розвивати креативний підхід до будь-якої інформації, вміння працювати в групах; виховувати особистісну медіакультуру учнів.

2. Змістові лінії медіаосвіти:

- базові: інформаційно-комунікаційна, мистецько-синтетична;
- фонові: візуальна, мовна.

3. Медіакомпетенції:

- базові: здоров'язберігаюча, інформаційна, продуктивної творчої діяльності;
- фонові: загальнокультурна, саморозвитку та самоосвіти.

4. Очікувані результати: усвідомлення учнями наявних медіафільтрів, оцінка їхньої якості, започаткування ефективних фільтрів потрібної інформації.

5. Міжмистецькі аналоги: графіка, телебачення, література.

6. Поняття: непотрібна візуальна інформація, психологічний захист, відсторонення від інформації, креативний підхід до інформації.

7. Тип медіазаняття: тренінг.

8. Форма проведення: індивідуальна робота, робота в групах.

9. Наочні засоби: презентація, робоча картка учня.

10. Використані джерела:

1. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навчальний посібник / за ред. Л. А. Найдьоновой, О. Т. Барішпольця. – К. : Міленіум, 2010. – С. 373–375.
2. Череповська Н. Візуальна медіакультура учнів ЗОШ. – К., 2010. – С.112–125.
3. Ресурси Інтернету.

Хід заняття

I. Вступна частина

1. Слово учителя:

Добрий день! Сьогодні чудовий день. «Чому чудовий?» – запитаете ви. Тому що ми пізнаємо щось нове, сподіваюсь, цікаве для вас, навчимося захищатися від непотрібної інформації, якої на жаль, в останній час так багато.

На початку нашої роботи оцініть свій емоційний стан. З яким настроєм ви починаєте заняття?

Тема нашого заняття «Психологічний захист від непотрібної інформації. Творче медіасприймання як психологічний захист від непотрібної інформації. Вправи на дистанціювання».

2. Проблемне питання: існує думка, що той, «Хто володіє інформацією – той володіє світом».

Чи згодні ви з цим висловлюванням? Як ви вважаєте, достатньо сьогодні тільки володіти інформацією? Чи потрібно ще щось сучасній людині? Аргументуйте свою точку зору. (вправа «Займи позицію»). (Після обговорення питання формулюємо тему заняття).

3. Вправа «Незакінчене речення»: продовжить речення, спираючись на тему нашого заняття.

- Сьогодні я узнаю...
- Сьогодні я навчусь...
- Мені це допоможе...

II. Основна частина.

Теоретичний блок.

1. Міні-лекція.

Не кожна інформація корисна. Навпаки, вона може часто дратувати, психологічно втомлювати. Існують спеціальні методи та прийоми, спрямовані як на уникнення, дистанціювання від непотрібної візуальної інформації, так і на свідоме запобігання її маніпулятивному впливу. Ці методи психологічного захисту умовно можна розподілити на три групи:

- відсторонення від непотрібної психологічної інформації;
- критичний аналіз форми та змісту напотрібної інформації;
- креативне перетворення непотрібної інформації.

2. Зворотній зв'язок.

Ці методи можна застосовувати до будь-якої візуальної інформації. Але ми розглянемо на прикладі реклами.

- Чому саме реклами? (відповіді учнів).
- Якою за формою може бути реклама?

Практичний блок.

1. Ознайомлення та виконання вправ, спрямованих на психологічний захист від непотрібної інформації.

1.1. Вправа «Антиреклама» (індивідуальна робота).

Суть: свідомо не сприймати, не осмислювати непотрібних рекламних зображень, що знаходяться у полі зору (білборди, банери, постери тощо).

Дії:

- *Абстрагування* (статичне зображення рекламного об'єкта не треба розглядати, а якщо воно й впало в око, то глянути на нього ніби з великої відстані; в результаті зображення матиме вигляд кольорових невиразних плям невиразної форми).
- *Асоціювання* (до кольорових плям потрібно подумки підібрати якомога більше різних як візуальних, так і вербальних асоціацій).
- *Творення власних смислів* (до кожного уявленого нами образу вигадати назву чи кілька назв, або ж розвинути власний сюжет подій).

Завдання: подивіться рекламне зображення, у клітинку з номером зображення вписати асоціації, ідеї, назви (протягом хвилини).

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

(Обговорення результатів).

Рефлексія:

- Чи сподобалась ця вправа?
- Чи допомогла уникнути непотрібної інформації?
- Чи були труднощі при виконанні завдання? У чому вони полягали?
- Що допомогло вам виконати завдання? Які якості характеру?

1.2. Вправа «Стоп, образ!» (робота в групах).

Суть: накласти заборону на уявлення емоційно негативного образу.

Завдання: подивіться рекламний ролик, запропонуйте дії, які можуть запобігти роздратуванню чи емоційній втомі.

1. Перехід на інший канал.
2. Зменшити звук.
3. «Переключитися» на іншу діяльність.
4. Залишити приміщення.

Рефлексія:

- Запропоновані дії є для вас новими чи ви їх використовуєте у своєму житті?
- Свідомо чи несвідомо ви це робите?

1.3. Вправа «Біла фарба» (індивідуальна робота).

Суть: дистанціюватися від непотрібного, негативного для особистості зображення.

Мабуть у кожної людини є досвід, коли щось дуже вражає і це враження негативне. Ці негативні образи порушують наш емоційний комфорт і потребують відповідних дій.

Дії:

1. Уявіть «картинку-образ», який вас хвилює, умовно «переслідує».
2. Тепер уявіть, як ваша негативна «картинка» зафарбовується широкими білими смугами зверху донизу.
3. Якщо «картинка» зафарбована не щільно – накладіть ще 1–2 шари білої фарби.

Рефлексія:

- Чи вдалось вам позбавитися негативного образу?
- Чи були труднощі при виконанні вправи? У чому вони полягали?

III. Заключна частина.

1. Зворотній зв'язок.

- Чи здійснилися ваші очікування від заняття?
- Оцініть свій емоційний стан. Чи змінився він?
- Чи була інформація корисна для вас?
- Чи будете ви використовувати її у своєму житті?
- Які вправи вам більш за все сподобались?
- У чому суть цих вправ?
- Заповніть схему «Що допоможе мені захиститися від непотрібної інформації».

2. Заключне слово учителя.

Наше заняття я хочу закінчити притчею.

«Якось професор філософії на своїй черговій лекції взяв п'ятилітрову скляну банку й наповнив її каменями, кожний з яких був не менше трьох сантиметрів у діаметрі. Після чого запитав студентів, чи повна банка?»

Всі відповіді: «Так».

Тоді він взяв банку горошку й висипав її вміст у банку. Горошок зайняв вільне місце між каменями. Ще раз професор запитав студентів, чи повна банка?

Всі відповіді: «Так».

Тоді він взяв коробку з піском, і висипав її в банку.

Природно, що пісок зайняв повністю існуюче вільне місце.

У черговий раз професор запитав студентів, чи повна банка? Відповіли: «Так» і цього разу, однозначно вона повна.

А зараз я хочу, щоб ви зрозуміли, що банка – це ваше життя. Каміні – це найважливіші речі вашого життя – все те, що необхідно щоб ваше життя залишалось повним навіть у випадку, якщо все інше втратиться. Горошок – це речі, які особисто для вас стали важливими. Пісок – це все інше, дрібниці.

Якщо спочатку наповнити банку піском, не залишиться місця, де могли б розміститися горошок і каміні».

І також у вашому житті, якщо заповнювати себе непотрібною інформацією, не залишається місця для найважливіших речей.

ТЕХНОЛОГІЧНА МОДЕЛЬ МЕДІАЗАНЯТТЯ: «РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА. ЦИФРОВА НЕРІВНІСТЬ»

Фірсіна С. І.

І. Інформаційна картка медіазаняття

Клас 10

1. Тема: Проблема цифрової нерівності. Особливості постіндустріального суспільства, його переваги та недоліки, блага й небезпеки. Критика інформаційного суспільства. Реальна та віртуальна реальності, динаміка змін у їх співвідношенні у зв'язку зі змінами в засобах масової комунікації. Нові типи соціальних взаємовідносин та соціальної взаємодії, породжені розвитком інформаційного суспільства.

2. Мета: ознайомити учнів з основними характеристиками інформаційного суспільства; розглянути приклади цифрової нерівності; пояснити рівні та причини цифрової нерівності; вчити аналізувати факти; виховувати толерантні взаємовідносини в комунікації з представниками різних рівнів.

3. Змістові лінії медіаосвіти:

- базова: історико-теоретична;
- фонові: креативна діяльність.

4. Медіакомпетенції:

- базова: комунікативна;
- фонові: рефлексія і критичне мислення.

5. Очікувані (плановані) результати

Учні знають:

- етапи розвитку суспільства;
- головну ознаку постіндустріального суспільства;
- негативні та позитивні явища постіндустріального суспільства;

- негативний та позитивний вплив цифрової нерівності.

Учні розуміють:

- вплив мережевої спільноти на економічне та політичне обличчя суспільства;
- актуальність цифрової нерівності для України.

Учні можуть:

- назвати переваги та недоліки постіндустріального етапу;
- назвати головні ознаки цифрової нерівності;
- назвати причини виникнення та шляхи подолання цифрової нерівності.

6. Міжпредметні зв'язки: всесвітня історія, інформатика.

7. Поняття: постіндустріальне суспільство, дані, знання, «цифровий розрив».

8. Тип медіазаняття: засвоєння нових знань.

9. Форма проведення: лекція з використанням інтерактивних вправ.

10. Наочні засоби: презентація-урок, набір карток для інтерактивної вправи.

11. Використані джерела:

1. Бакка Т. В., Марголіна Л. В., Мелешенко Т. В. Людина і світ : підруч. для 11 кл. загальноосвіт. навч. закл.: (рівень стандарту, академічний рівень, профільний рівень). – К. : Видавничий дім «Освіта», 2012. – 240 с.
2. Баришполец О. Т., Найдьонова Л. А., Мироненко Г. В. та ін. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навчально-методичний посібник / О. Т. Баришполец, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко, О. Є. Голубєва, В. В. Різун; за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. – К. : Міленіум, 2010. – 440 с.
3. Зігфрід Вайшенберг. Новинна журналістика : навчальний посібник : стандарти якості журналістської практики. – К. : Академія Української преси, Центр вільної преси, 2011. – 262 с.
4. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации : учеб. пособие. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.
5. Сахневич І. А. Практикум для самостійного оволодіння основами медіа компетентності : Методичні вказівки та завдання для студентів I–IV курсів технічних спеціальностей нафтогазового профілю / за заг. ред. д-ра пед. наук, проф. Г. В. Онкович. – Івано-Франківськ, 2010. – 100 с.
6. <http://detonline.com/helpline/rules/parents>
7. <http://md.islu.ru>
8. <http://pedsovet.su/publ/13-1-0-2516>

Проблема цифрової нерівності

Урок 1

Тема: Проблема цифрової нерівності. Особливості постіндустріального суспільства, його переваги та недоліки, блага й небезпеки. Критика інформаційного суспільства. Реальна та віртуальна реальності, динаміка змін у їх співвідношенні у зв'язку зі змінами в засобах масової комунікації. Нові типи соціальних взаємовідносин та соціальної взаємодії, породжені розвитком інформаційного суспільства.

Мета:

Навчальна:

- ознайомити учнів з основними характеристиками інформаційного суспільства;

- розглянути приклади цифрової нерівності;
- пояснити рівні та причини цифрової нерівності;
- вчити аналізувати факти.

Виховна:

- виховувати толерантні взаємовідносини в комунікації з представниками різних рівнів.

Очікувані результати:

Учні знають:

- етапи розвитку суспільства;
- головну ознаку постіндустріального суспільства;
- негативні та позитивні явища постіндустріального суспільства;
- негативний та позитивний вплив цифрової нерівності.

Учні розуміють:

- вплив мережевої спільноти на економічне та політичне обличчя суспільства;
- актуальність цифрової нерівності для України.

Учні можуть:

- назвати переваги та недоліки постіндустріального етапу;
- назвати головні ознаки цифрової нерівності;
- назвати причини виникнення та шляхи подолання цифрової нерівності.

Обладнання: презентація-урок, набір карток для інтерактивної вправи.

План уроку

- I. Організаційний момент – 2 хв.
- II. Актуалізація опорних знань – 6 хв.
- III. Мотивація навчальної діяльності учнів – 3 хв.
- IV. Оголошення теми і очікуваних результатів – 2 хв.
- V. Виклад нового матеріалу – 26 хв.
 1. Особливості постіндустріального суспільства, його переваги та недоліки, блага й небезпеки.
 2. Критика інформаційного суспільства.
 3. Реальна та віртуальна реальності, динаміка змін у їх співвідношенні в зв'язку зі змінами в засобах масової комунікації.
 4. Нові типи соціальних взаємовідносин та соціальної взаємодії, породжені розвитком інформаційного суспільства.
 5. Поняття «цифрового розриву».
 6. Чи згодні ви із твердженням «Бог створив людей нерівними, тому цифрова нерівність має право на існування»?
 7. Нерівність – це погано чи добре? Наведіть приклади, коли це добре, а коли це погано.
 8. Чи актуальна проблема «цифрової нерівності» для України?
 9. Які шляхи подолання цифрової нерівності можете запропонувати Ви?
- VI. Підбиття підсумків, оцінювання результатів уроку – 3 хв.
- VII. Домашнє завдання – 3 хв.

Хід уроку

I. Організаційний момент.

II. Актуалізація опорних знань.

Слайд 2. Інтерактивна вправа «Складіть таблицю».

Учні діляться на групи (по 3–4 учні в групі). Кожній групі пропонується набір карток, з яких вони складатимуть таблицю «Етапи розвитку суспільства» (таб. 1). Порядок рядків є несуттєвим. Коли групи виконають завдання, демонструється таблиця-зразок (слайд 3), за якою вони перевіряють свої результати.



Слайд 3.

| Традиційне | Індустріальне | Постіндустріальне |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Перше за часом, виникає разом із виникненням суспільства взагалі | Друге за часом. XIX–XX ст. н.е. | У наш час починає розвиватися в США, Японії та в деяких країнах Західної Європи |
| Відсутність держави або існування окремих держав, прагнення держав до самоізоляції, панування традиційних цінностей і патріархальний уклад життя | Існування держави, співіснування окремих держав | Глобалізація, існування як національних держав, так і наддержавних органів влади |
| Людина залежить від сил природи | Людина інтенсивно опановує сили природи | Людина панує над силами природи |
| Вплив на природу: примітивний, який легко поповнюється природою. Виробництво маловідходне або безвідходне: скотарство або землеробство. Промислова обробка мінімальна або взагалі відсутня. Релігійні заборони на забруднення | Вплив на природу: освоєння й активне споживання природи, яка не в змозі впоратися з антропогенним впливом. Розвиток промисловості. Поява штучних матеріалів | Вплив на природу: активне закономірне освоєння природи. Нівелювання антропогенного впливу на природу. Мінімізація забруднення навколишнього середовища, безвідходне виробництво |
| Мета суспільства: підтримати існування людини як виду | Мета суспільства: виробництво товарів масового споживання | Мета суспільства: видобуток, обробка й зберігання інформації |
| Екстенсивний розвиток, поширення людства й збирання природних багатств із великої території | Розвиток розуміється як інтенсифікація використання природних багатств і безконтрольний розвиток техніки | Розвиток розуміється як розвиток техніки на основі наукових досягнень і поглиблення розуміння законів природи |
| Основні відносини – між людиною й природою | Основні відносини – між людиною й машиною | Основні відносини між людьми |

Таблиця 1.

III. Мотивація навчальної діяльності учнів

Слайд 4.

Що практично принесло повсюдне вторгнення інформаційних технологій у життя суспільства? (Одна команда називає негативні явища, інша – позитивні явища).

| Негативні явища | Позитивні явища |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------|
| Лікарі, психологи, вчителі, батьки тривожаться: | Багато людей завдяки новим технологіям зберігають контакти з близькими, яких |

| | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>діти все менше грають один з одним, а все більше – з комп'ютером, менше рухаються і більше сидять (та їдять!), а відтак гладшають і хворіють</p> | <p>доля закинула в далекі краї! Знайдено багато друзів, коханих, колег, соратників за допомогою Інтернету. Ті, хто раніше не міг через хворобу переступити поріг будинку, відкривають для себе нові можливості для спілкування, навчання, праці або дозвілля</p> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

IV. Оголошення теми і очікуваних результатів. Слайд 5.

V. Виклад нового матеріалу.

1. Особливості постіндустріального суспільства, його переваги та недоліки, блага й небезпеки.

Слайд 6.

Постіндустріальне суспільство – це суспільство, в економіці якого у результаті науково-технічної революції та істотного зростання доходів населення пріоритет перейшов від переважного створення товарів до створення послуг. Виробничим ресурсом стають інформація й знання. Наукові розробки стають головною рушійною силою економіки. Найціннішими якостями є рівень освіти, професіоналізм, навченість і креативність працівника.

Постіндустріальними країнами називають, як правило, ті, у яких на сферу послуг доводиться значно більш половини ВВП. Під цей критерій потрапляють, зокрема, США (на сферу послуг доводиться 80 % ВВП, 2002 рік), країни Євросоюзу (сфера послуг – 69,4 % ВВП, 2004 рік), Австралія (69 % ВВП, 2003 рік), Японія (67,7 % ВВП, 2001 рік), Канада (70 % ВВП, 2004 рік), Росія (58 % ВВП, 2007 рік). Однак деякі економісти вказують, що частка послуг у Росії завищена.

Широке визнання концепція постіндустріального суспільства одержала після виходу в 1973 році книги «Прийдешнє постіндустріальне суспільство» професора Гарвардського університету Деніела Белла.

Слайд 7. Головна ознака постіндустріального суспільства: інформація починає відігравати провідну роль у всіх сферах життя. Обмін передовими технологіями приведе до появи нових видів енергії, транспорту й нових галузей економіки.

Слайд 8.

Філософська думка

«... з появою комп'ютера людина втрачає уявлення про себе як про єдину розумну істоту, так само, як із відкриттям Коперника й Галілея вона перестає усвідомлювати себе центром Всесвіту, а з появою теорії Дарвіна похитнувся міф про людину як про вінець божественного творіння».

Г. Спенсер

Чимало західних мислителів наголошують на тому, що нове суспільство потребує змін в організації не лише виробництва, а й освіти, культури, виховання тощо.

Американський соціолог О. Тоффлер стверджує, що нові інформаційні технології, телекомунікації, біотехнології, інформатика й електроніка поступово змінюють традиційні форми праці, систему виробництва та його функції. На зміну неефективним формам праці приходять нові – творчо-дослідницькі: робітник стає високоінтелектуальним, інформаційно освіченим професіоналом, а це, у свою чергу, має зумовити зміну соціальних стосунків та всього соціуму, привести до якісно нової структури суспільства, основу якого складатиме інформація.

В інформаційній цивілізації створюється феномен інформаційної економіки. Інформація стає товаром, забезпечуючи виробництво й розподіл інформаційних послуг. До переваг інформаційної економіки належить і те, що інформаційні технології докорінно змінюють сталу систему: вони не можуть працювати у режимі командних методів управління і потребують інтелектуальної праці, самовираження особистості. Критерієм суспільного прогресу стає соціальність, ґрунтована на розвиненій індивідуальності.

Інші західні мислителі також підкреслюють творчий характер майбутнього інформаційного суспільства, в якому вирішальну роль відіграватимуть кодифіковані теоретичні знання для технологічних інновацій; інтелектуальні технології стануть головним інструментом прийняття управлінських рішень. Змінюється й інфраструктура: раніше домінувала транспортна, потім енергетична, нині ж переважатиме комунікаційна. Ця зміна зумовлює і новий формат соціуму: у ньому постане нова еліта, головними ознаками якої є високоінтелектуальний рівень, компетентність і багатоаспектний творчий потенціал. Наголошуючи на тому, що інформація й теоретичне знання є стратегічними ресурсами постіндустріального світу, американські соціологи вважають, що інформаційні технології спроможні працювати не в кожному суспільстві, а тільки в демократично розвиненому.

2. Критика інформаційного суспільства.

Слайд 9. Критики інформаційного суспільства стверджують, що кількісне зростання інформації в суспільному обігу, а також збільшення питомої ваги працівників, зайнятих в інформаційній сфері, не обов'язково мають трансформуватися в якісні зміни соціальної системи. Вони наполягають на тому, що спершу потрібен якісний аналіз наявної в суспільстві інформації. При цьому мають розрізнятися *дані* (новітня, «свіжа» інформація), *знання* (інформація, накопичена й узагальнена не тільки певною особою, а й попередніми поколіннями за всю історію цивілізації), *досвід* та *мудрість*.

Слайд 10. Теоретики ж інформаційного суспільства стирають грані між цими безумовно різними компонентами інформаційного середовища, розглядаючи інформацію як однорідну масу, яка підлягає вимірам, тоді як ігноруються якісні характеристики: корисна чи шкідлива інформація, правдива вона чи ні.

На думку критиків, постіндустріальне суспільство має ґрунтуватися передусім на духовних та морально-етичних засадах, а також на теоретичних знаннях – на відміну від попередніх епох, коли домінували знання практичні та ситуативні. Що ж до інформації, то головне не у стрімкому зростанні її обсягів, піддатливості вимірам, кодуванні та миттєвій передачі у будь-який кінець планети. Головне полягає у *змісті* інформації. Людина шукає в інформації саме соціальний смисл, відповіді на соціальні запити й потреби, тобто ті знання, які ставали би стимулом, а то й керівництвом до діяльності. Отже, маються на увазі, насамперед, значеннєві, а не кількісні властивості інформації.

3. Реальна та віртуальна реальності, динаміка змін у їх співвідношенні в зв'язку зі змінами в засобах масової комунікації.

Із приходом нових технологій навіть такі усталені поняття, як «суспільство» або «співтовариство», помалу обертаються до нас іншою стороною. Будь-яка спільнота (сім'я, народ, творчий або виробничий колектив, спортивна асоціація, кримінальне угруповання, армія, політична партія тощо) складається з людей, об'єднаних загальною ідеєю, метою, інтересами, родом занять, проблемами, місцем проживання, поглядами

або відчуттями, а також зв'язками, що існують між ними. Мережеві ж співтовариства, які ще називають *інтернетними* або *віртуальними*, мають у цьому сенсі аналогічну структуру, але вони повністю незалежні від місця проживання. Спрощення технологій і забезпечувальних програм дає можливість практично будь-якій людині за мінімальних умінь і навичок брати участь у мережевих співтовариствах і навіть організувати своє персональне.

Слайд 11. Нині вже можна спостерігати, як Інтернет (або мережа) змінює економічне та політичне обличчя нашого суспільства. Мережева спільнота починає виступати тією потугою, яку практично неможливо контролювати владі за допомогою традиційних методів, оскільки ця мережа – глобальна й не обмежена рамками держави.

4. Нові типи соціальних взаємовідносин та соціальної взаємодії, породжені розвитком інформаційного суспільства.

Слайд 12. Створення мережі Інтернет та її використання великою кількістю людей приводять до такої ситуації, в якій стає очевидним формування нових типів соціальних відносин і соціальної взаємодії. Як зазначає М. Кастельс у книзі «Галактика Інтернет», «з одного боку, створення віртуальних співтовариств, що базуються в основному на комунікації при підключенні в мережу, інтерпретується як кульмінація історичного процесу дисоціації між місцем проживання і створенням соціальних зв'язків у процесі формування співтовариства: нові моделі соціальних відносин приходять на зміну територіально обмеженій взаємодії між людьми. З іншого боку, ті, хто критично налаштований щодо Інтернету, дотримуються думки про те, що розповсюдження Інтернету веде до соціальної ізоляції, розриву соціальних відносин і погіршення сімейного життя внаслідок того, що індивіди ховаються за анонімністю і встановлюють випадкові сьогохвилинні зв'язки, уникаючи особистої взаємодії з іншими в реальних обставинах. Більше того, в Інтернеті велика увага приділяється соціальним взаємодіям, заснованим на рольових іграх і вигаданих персонажах».

Утім, рольові ігри та створення персонажів як основа взаємодії в мережі складають лише незначну частину нових відносин: вони є характерними в основному для підлітків з їхніми віковими психологічними особливостями. Зрештою, соціальні відносини, що складаються в Інтернеті, визначаються реальним, а не вигаданим життям. У 1980-ті роки, коли Інтернет тільки-но виникав, багато хто вважав, що перед людством відкриваються нові казкові можливості комунікації на більш високому рівні – аж до створення співтовариства нового типу. Проте у міру поширення Інтернету в суспільстві стало очевидним, що його вплив виявився не зовсім таким, який передбачався.

5. Поняття «цифрового розриву».

Слайд 13. Поняття «цифрового розриву» (digital divide), або, як його ще перекладають, «цифрової прірви», «цифрової нерівності» уперше серйозно прозвучало 1997 року в ухваленій ООН Програмі розвитку. Цей історичний документ охопив практично всі відомі на той час глобальні загальнолюдські проблеми й накреслив вектори розвитку землян.

Слайд 14. Головною метою ООН, сформульованою в Декларації Тисячоліття, є зменшення бідності на планеті. ООН висунула завдання до 2015 року скоротити вдвічі частку людей, чий дохід у день є меншим за один долар США (сьогодні частка таких жителів нашої планети становить 22 %). У контексті боротьби з бідністю ООН вирішує

й завдання подолання інформаційної нерівності. Оскільки базовою нерівністю є нерівність економічна, соціальна і культурна. Інформаційна ж нерівність є тільки одним із найбільшочіших проявів цих базових нерівностей.

На початку ХХІ ст. 80 % людей у світі ніколи не користувалися телефоном і 93 % не використовували комп'ютер. Збільшується розрив у сфері розвитку та використання інформаційних технологій між розвинутими країнами та рештою світу, між різними верствами населення всередині країн – багатими і бідними, молоддю та людьми похилого віку, здоровими порівняно з інвалідами тощо.

Цифрова нерівність має декілька вимірів. Перший вимір полягає в тому, що 80 % обсягу інформаційного і програмного продукту в світі сьогодні створюється англійською мовою, але 75 % населення Землі її не знають. Це викликає гостру потребу формування в більшості країн чи регіонів світу власних інформаційних середовищ за умови їх сумісності. За рахунок цього доступ до глобальних інформаційних ресурсів для значної кількості населення планети значно розшириться. Останнім часом згідно з загальними глобалізаційними тенденціями істотно активізувався процес гуртування великих груп людей, які спілкуються в Інтернеті однією мовою, незважаючи на належність до тієї чи іншої країни. На жаль, значна група, яка могла і бажала би спілкуватися в Інтернеті українською мовою, відсутня. Тому необхідне якнайшвидше відтворення українською мовою операційної системи Windows© та інших програмних продуктів компанії Microsoft©.

Цифрова нерівність існує і всередині окремих країн. Технологічні зміни призводять до того, що деякі групи населення, і без того позбавлені сучасних можливостей цивілізації, відокремлюються від елітної частини ще помітніше, а частка перших у більшості країн світу постійно зростає. До цих груп передусім належать сім'ї з невеликим достатком, мешканці сіл, люди похилого віку, інваліди, а в деяких країнах ще й представники етнічних меншин та жінки.

6. Слайд 15. Чи згодні ви із твердженням: «Бог створив людей нерівними? Тому цифрова нерівність має право на існування».

Слайд 16. Нерівність є атрибутивною властивістю людського суспільства. Нерівність наявна в усіх сферах соціального життя з часу виникнення суспільства. Це нерівність у доступі до життєво важливих ресурсів (продовольчих, сировинних, енергетичних тощо), до робочих місць, освіти, медичних послуг, культурної спадщини.

В основі нерівності лежать відмінності людей за соціальним статусом, за кількістю наявних коштів, освітою, віком, місцем проживання тощо. Нерівність є причиною конфліктів і соціальних катаклізмів різних масштабів. Тож світова спільнота, передусім розвинені країни, докладает зусиль до нейтралізації загроз глобальної та локальної нестабільності, спричинених різного роду нерівністю.

Слайд 17. У разі забезпечення рівного доступу до соціальних, економічних, культурних, освітніх, технологічних можливостей для всіх людей, усіх держав їм надається потенційна можливість домогтися однакового соціального становища. Й уже від їхньої волі, зусиль залежить, триватиме фактична нерівність чи її буде ліквідовано.

7. Слайд 18.

Нерівність – це погано чи добре? (Одна команда наводить приклади того, що нерівність – це погано, інша – що це добре).

| Погано | Добре |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Не можна бути байдужими, коли є країни, в яких велика кількість населення голодує. Виникають військові конфлікти. | Усвідомлення нерівності є потужним стимулом для соціальних перетворень, розвитку окремих людей, соціальних груп |

Слайд 19. Маємо своєрідне зачароване коло – «цифрова нерівність» є наслідком інших нерівностей і водночас вона поглиблює інші, історично більш ранні нерівності. Через це держави, які не приділяють уваги стимулюванню інтеграції інформаційних технологій у всі сфери життя суспільства, виявляються неконкурентоспроможними у світовій економіці. Так само невтішна перспектива очікує й на кожну конкретну людину, котра не приділяє уваги високим технологіям.

Уперше в історії людства проголошено гасло рівності технологічної – «цифрової рівності». Необхідно усвідомлювати, що це зовсім не альтруїстичний порив. Багаті країни піклуються про збереження світової стабільності, ринки збуту своєї продукції, і не тільки комп'ютерів, про ринки робочої сили, які можна залучати у свою економіку. Та попри це, розв'язання проблеми цифрової нерівності – передусім, в інтересах національних держав.

Слайд 20. Під час обговорення проблеми «цифрової нерівності» часто говорять: для всіх слаборозвинених країн і низки країн із перехідною економікою вона не є найактуальнішою. Для них важливіше розв'язати нагальні проблеми: будівництво житла, доріг, виробничої інфраструктури, реформування економіки й соціальних відносин, а проблеми інформаційних технологій лише відвертають від виконання першочергових завдань.

Слайд 21. Світовий досвід найрізноманітніших країн свідчить, що таке протиставлення хибне. Широке використання інформаційних комп'ютерних технологій дозволяє ефективніше та швидше забезпечити суспільство доступом до багатьох соціальних можливостей і благ.

8. Слайд 22. Чи актуальна проблема «цифрової нерівності» для України?

Для України є важливим її місце й роль у міжнародній політиці й економіці. Її, європейську по суті державу, цікавить реальна рівноправна участь у європейських міжнародних структурах, зокрема, й економічних. Українська держава зацікавлена у підвищенні рівня життя своїх громадян, конкурентоспроможності на міжнародному ринку товарів її підприємств і праці її громадян. Тому проблема «цифрової нерівності» є актуальною для України.

Державі й суспільству небайдужа доля мільйонів українців, котрі сьогодні тяжкою працею, в умовах безперервного реформування наближають нашу країну до стабільності й заможності, небайдужа доля юних українців, які йдуть сьогодні в дитячі садки, школи, інститути, готуючись до виконання своєї історичної місії – забезпечення розквіту України. Тому проблема «цифрової нерівності» є актуальною.

Глобалізація економічних, фінансових, виробничих, торгових відносин змушує наших фермерів, виробників товарів народного споживання, вчених та конструкторів реально конкурувати на внутрішньому українському ринку з колегами з інших держав. Отже проблема «цифрової нерівності» актуальна й для нас.

Слайд 23. Ми все це розуміємо і для нас усе це важливо. Тому так само, як і для всіх країн світу, проблема «цифрової нерівності» актуальна для України.

9. Слайд 24. Які шляхи подолання цифрової нерівності можете запропонувати Ви?

Слайд 25. Світове співтовариство напрацювало рецепти подолання «цифрової нерівності», які відбито в низці документів: починаючи від Окінавської хартії

глобального інформаційного суспільства, Міністерської декларації «Розвиток і міжнародне співробітництво у XXI столітті: роль інформаційних технологій у контексті глобальної економіки, що ґрунтується на знаннях» і закінчуючи документами численних експертних груп.

Слайд 26. Аналіз цих документів дозволяє зробити висновок, що розв'язання проблеми «цифрової нерівності» потребує збалансованого загальнодержавного системного підходу, який необхідно зосередити на таких основних напрямках: політика, доступ, послуги, контент, знання й навички, мотивація. Експерти виокремлюють такі кроки з її подолання:

Слайд 27.

1. Формування національної стратегії, міжнародної та внутрішньої політики, сприятливої законодавчої, суспільної, економічної атмосфери в галузі інформатизації, у сфері використання інформаційних комп'ютерних технологій.

Слайд 28.

2. Забезпечення потенційної можливості повсюдного технологічного доступу населення до інформаційних комп'ютерних технологій завдяки об'єднанню зусиль державного та приватного секторів економіки, спрямованих на розвиток інформаційної інфраструктури.

Слайд 29.

3. Сприяння збільшенню різноманітності й кількості послуг для населення і бізнесу, що надаються за допомогою інформаційних комп'ютерних технологій.

Слайд 30.

4. Концентрація зусиль держави й суспільства для створення загальнодоступних електронних інформаційних ресурсів (контенту) на основі всебічного врахування національних, світоглядних, політичних, економічних, культурних, релігійних та інших аспектів розвитку України.

Слайд 31.

5. Забезпечення можливості набуття знань, умінь і навичок у використанні інформаційних комп'ютерних технологій при одержанні базової, спеціальної та вищої освіти, а також створення умов для одержання початкових знань і навичок у цій галузі для всіх верств населення.

Слайд 32.

6. Створення системи мотивацій упровадження й використання інформаційних комп'ютерних технологій для формування широкого попиту на застосування таких технологій у всіх сферах життя суспільства.

Слайд 33. Досвід багатьох країн свідчить, що в процесі формування національної стратегії, виявляючи політичну волю, проблему широкого використання інформаційних комп'ютерних технологій необхідно поставити в один ряд з іншими найважливішими для нашої країни проблемами: подоланням бідності, поліпшенням освіти, підвищенням якості медичного обслуговування тощо.

Слайд 34. Таку політичну волю в Україні було виявлено, стратегію в цілому сформовано. Свідченням цього є кілька законодавчих актів нашого парламенту: Закон України «Про концепцію Національної програми інформатизації» (1998 р.); укази Президента України, зокрема, про розвиток українського сегмента Інтернету; постанови уряду, присвячені виконанню окремих положень цих законів та указів, зокрема, «Про Національну програму інформатизації».

З огляду на реальний рівень добробуту жителів України було б утопією сподіватися, що найближчим часом у кожній сім'ї з'явиться комп'ютер. Тож необхідно вишукувати шляхи надання можливості населенню користуватися комп'ютерами,

інформаційними технологіями, особливо в сільській місцевості. Рішення відомі. У багатій Америці пункти колективного доступу в Інтернет розгорнуто в бібліотеках, громадських організаціях, фондах. Джерела фінансування найрізноманітніші, передусім, це федеральний бюджет і бюджети штатів, але відомі й численні приклади фінансових вливань із боку приватних осіб та корпорацій. В інших країнах пункти колективного доступу відкриваються в школах, при органах місцевого самоврядування.

VI. Підбиття підсумків, оцінювання результатів уроку.

Обговорити питання тематичного контролю.

VII. Домашнє завдання.

Уміти відповідати на запитання тематичного контролю.

Слайд 35.

Тематичний контроль

Перевір себе

1. Дайте визначення поняття «постіндустріальне суспільство».
2. Назвіть основні ознаки постіндустріального (інформаційного) суспільства.
3. Розкрийте сутність поняття «цифрова нерівність».

Поміркуймо

1. Які цінності постіндустріального (інформаційного) суспільства?
2. Чи згодні ви із твердженням Ж.-Ж. Руссо, що наука й мистецтво лише обвивають квітами ланцюги, що сковують людину?

Працюймо творчо

1. Символом якого історичного типу суспільства можна вважати Книгу рекордів Гіннеса?
2. Які шляхи подолання цифрової нерівності можете запропонувати Ви?

Мовою документів

Образование ООН ЮНЕСКО

20:28, 19 October 2012

Почти четыре миллиона молодых граждан стран Центральной Азии, а также Центральной и Восточной Европы не закончили начальной школы и не имеют профессиональных навыков. В Республике Молдова 20 % малоимущей городской молодежи вступают во взрослую жизнь, не закончив среднюю школу. Об этом сообщили в Центре новостей «ООН».

В докладе ЮНЕСКО «Применить образование на практике» отмечается, что в странах упомянутых регионов почти 4 миллиона человек в возрасте от 15 до 24 лет не закончили даже начальной школы. Они требуют альтернативных возможностей освоения базовых навыков для получения работы и дохода.

В государствах Центральной и Юго-Восточной Европы каждый пятый молодой человек не имеет работы. Риск оказаться безработным для молодежи вдвое выше, чем для взрослых. Во всем мире среди молодежи каждый восьмой – безработный. Около четверти населения мира вынуждены заниматься работой, доходы от которой недостаточны для преодоления черты бедности. Для получения достойной работы молодежи необходимы те навыки, которым дети учатся в начальной школе и в начальных классах средней школы. Обеспечить это в ближайшее время вряд ли удастся. В двух регионах школу не посещают более одного миллиона детей и более 1,5 миллиона подростков.

Кризисная ситуация сложилась и в том, что касается освоения предлагаемых знаний. Во всем мире, по меньшей мере, 250 миллионов детей младшего школьного возраста не умеют ни читать, ни писать, причем независимо от того, охвачены ли они школьным образованием. Так, в 2009 году в Албании, Грузии, Кыргызстане и

Республіке Молдова більше трьох четвертей мальчиків і дівочек із малоимущих сімей не змогли освоїти мінімальної контрольної сумми знань.

Найбільше гостру потребу в професійній підготовці в міських і сільських районах відчуває молодь із малоимущих сімей. Наприклад, в Республіке Молдова 20 % малоимуща міська молодь не закінчує останніх класів середньої школи. Питання про відсутність можливостей особливо гостро стоїть у відношенні дітей цыган у країнах Європи.

Автори доповіді рекомендували країнам вказаних регіонів знайти альтернативні можливості для того, щоб 4 мільйона молодих людей у Центральній Азії і Центральній і Східній Європі могли освоювати фундаментальні навички. Вони заявили, що всі молоді люди потребують у якісній підготовці по освоєнню необхідних їм фундаментальних навичок у початкових класах середньої школи.

Джерело: УНН

УРОК ІЗ КУРСУ «МЕДІАОСВІТА» СТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО БЮЛЕТЕНЯ «НОВИНИ СВІТУ»

Фірсіна Світлана Іванівна. 2013

Тема: Створення інформаційного бюлетеня «Новини світу»

Мета: створити груповий інформаційний простір для розв'язання колективного завдання – створення інформаційного бюлетеня «Новини світу»; закріпити навички учнів керувати інформаційними процесами, а саме, обміном, зберіганням і обробкою інформації; формувати навички самостійного виконання завдання, потреби до розширення свого кругозору; розвивати естетичні смаки, творче мислення, вміння виділяти головне, порівнювати і узагальнювати отримані результати; виховувати інформаційну культуру, толерантну поведінку.

Тип уроку: урок систематизації та узагальнення знань із теми «Інформація. Інформаційні процеси».

Обладнання: персональні комп'ютери, проектор.

Матеріали до уроку:

- ватман, на якому намальована квіточка без пелюсток;
- карточки з малюнками;
- оціночний лист;
- емблеми «Кольорові листочки»;
- презентація до уроку;
- класична музика із накладеним звуком морського прибою;
- вислови відомих людей.

Опис:

Використовуючи матеріали періодичного друку, ресурсів Інтернету, учні в програмі Microsoft Office Publisher 2010 створити рекламний інформаційний бюлетень. Проаналізувати представлений матеріал і додати до нього власні коментарі. Представити свою роботу, обґрунтувавши критерії відбору матеріалу.

Для необхідної ефективності учням пропонується на вибір кілька тем:

- «Новини світу кіно»;

- «У світі спорту»;
- «Зісвіту економіки»;
- «Новини світу техніки».

Робота над проектом здійснюється в кілька етапів:

1. Закріплення навичок роботи з програмою Microsoft Office Publisher 2010.
2. Вибір відповідного макета для роботи.
3. Визначення кількості статей, фотографій.
4. Добірка матеріалу з доступних джерел у групах.
5. Оформлення проекту.
6. Захист.

Перед оформленням проекту текст статті необхідно надрукувати на комп'ютері. Це набагато спрощує завдання при оформленні проекту й заощаджує час. Щоб не виконувати зайву роботу, в Microsoft Office Publisher 2010 необхідно подивитися, який повинен бути розмір статті (кількість слів) для обраного макета.

Запланований результат: створення рекламного інформаційного бюлетеня з теми «Новини світу» в Microsoft Office Publisher 2010.

Оцінювання:

Проект носить закріплюючий, систематизуючий характер. Крім оцінювання кінцевого результату проекту, оцінюється сам процес руху до результату, ширина й глибина прикладних знань і вмінь. Проект розміщується в шкільній інформаційній газеті.

Епіграф заняття:

Щасливий той, хто в звичнім наче
Побачив те, чого ніхто не бачив.

Дж. Байрон

SAPERE AUDE!

Пам'ятайте, ви талановиті!

Хід заняття

I. Організаційний момент.

Сьогодні ми перетворюємось із пасивних споживачів медіа на активних її творців. В еру демократизованих засобів інформації все більше людей володіють інструментами створення медіа. Персональний комп'ютер – наш головний помічник у цій справі.

Не менш важливим у світі демократизованих медіа є те, що ми можемо зробити наше творіння загальнодоступним. Така демократизація надає людям, які були переважно споживачами, можливість бути творцями.

Збільшення кількості медіа вимагає від нас більшої активності як від споживачів – для управління потоком даних, який щодня виливається на нас, так і для підвищення точності оцінки того, що ми насправді бачимо. І коли ми створюємо медіа, яке слугує інтересам громади, ми можемо покращити якість чи збільшити корисність інформації. А це, в свою чергу, веде до нового рівня медіаграмотності, основні принципи якої є однаковими і для споживачів, і для творців: активний, а не пасивний підхід до медіа.

Вправа «Знайомство». На столі розкладені картки з малюнками.

По черзі виберіть картку, назвіть ваше ім'я. Опишіть лише ті якості, властивості, які ви побачили на малюнку і які притаманні вам. Або навпаки – яких вам не вистачає. Після цього сідайте на робоче місце.

Учні беруть картку і представляються.

Оціночний лист:

- повідомляється тема заняття;
- мета заняття;
- призначення оціночного листа.

II. Актуалізація опорних знань. Вправа «Незакінчене речення»

Закінчіть речення «Новини – це ...»

Означення. Новини – нові відомості, вісті, повідомлення про важливі події в країні і у світі.

Вправа «Доповни поняття». Назвіть вимоги до інформації (об'єктивність, неупередженість, толерантність, цікавий зміст, стислий виклад, формування ідеалів і цінностей, збагачення духовного світу, проголошення загальнолюдських цінностей, демонстрація позитивного прикладу тощо).

III. Завдання учням.

Я переконалася, що ви компетентні в теоретичних питаннях. Наступне ваше випробування – показати майстер-клас у сфері створення медіа.

Клас поділяється на чотири групи:

- хто обрав малюнки із зображенням спортивних подій – «У світі спорту»;
- хто обрав малюнки із зображенням книг, музичних інструментів – «Новини світу кіно»;
- хто обрав малюнки із зображенням людей – створюють «Новини світу техніки»;
- хто обрав малюнки із зображенням дерев, квітів – «Зі світу економіки».

У кожній групі обирається командир. Кожен член групи створює завдання індивідуально. Матеріали для груп знаходяться на сервері у папці 11 клас.

IV. Практична робота учнів за комп'ютером.

V. Фізкультхвилинка для очей.

Закрийте очі та на хвилинку уявіть, що ви на березі моря, послухайте його прибії. Лунає класична музика із накладеним звуком морського прибою.

VI. Захист проєктів.

Зараз ми ознайомимося із результатами роботи ваших груп.

Кожен учень показує результат своєї роботи. Із кожної групи обирають найкращу роботу, яка демонструється класу.

VII. Підсумок заняття.

Вправи «Рюкзак» та «Кольорові капелюшки». Вирушаючи в дорогу, ми беремо із собою необхідні речі. Закінчуючи урок, можна також зібрати «рюкзак», щоб узяти в дорогу знання, вміння, способи діяльності, рецепти досягнення успіху, настрої тощо.

В оціночному листі є кольорові листочки: зелений, рожевий та жовтий. Жовтий – факти про знання та вміння; рожевий – настрої, емоції; зелений – важливість уроку. Ви оберіть один листочок та висловіть свою думку про урок. Стікер із відповідним кольором прикріплюється біля ромашки на дошку.

Результати вибірково зачитуємо.

| <i>Знання та вміння</i> | <i>Важливість уроку</i> | <i>Настрій, емоції</i> |
|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Я знаю... Я вмію... Я досягла успіху, тому що... | Урок важливий, тому що... Я досягла успіху, тому що... | Мені сподобалося... Мій настрій... Я досягла успіху, тому що... |

VIII. Домашнє завдання.

Скласти тест (ребус, кросворд) на тему «Інформація. Інформаційні процеси».

Оціночний лист

Мої якості _____

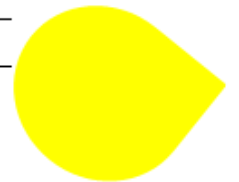
Закінчити речення «Новини – це ...»

Вимоги до інформації:

- ✓ _____
- ✓ _____
- ✓ _____
- ✓ _____

Тема роботи _____

Зберемо «рюкзак»



Розділ II. Авторські програми медіаосвітніх спецкурсів, курсів за вибором

ПРОГРАМА МЕДІАОСВІТНЬОГО КУРСУ «ПРАКТИЧНА МЕДІАКУЛЬТУРА»

Гінкул Віктор Сергійович

Пояснювальна записка

Трансформації, що переживає суспільство ХХІ століття, багато в чому пов'язані з інноваціями в галузі засобів масової комунікації. Сьогодні медіа потужно й суперечливо впливають на освіту підростаючого покоління, часто перетворюючись на провідний чинник його соціалізації, стихійного соціального навчання.

У силу анатомо-фізіологічних особливостей дітей підліткового віку, для якого характерне відсутність достатнього життєвого досвіду, несвідоме споживання медіапродукції, схильність до маніпулятивних впливів оточуючого середовища і сліпого наслідування привабливих образів, нагальною необхідністю є цілеспрямована робота в напрямку формування медіакультури та медіаграмотності.

Постає гостра потреба в розвитку медіаосвіти, одне з головних завдань якої полягає в запобіганні вразливості людини до медіанасильства і медіаманіпуляцій, втечі від реальності в лабіринти віртуального світу, поширенню медіазалежностей. Вищезазначене визначає актуальність введення спеціального медіаосвітнього курсу до шкільної програми, інтегрування медіаосвітніх модулів у викладанні предметів інваріантної частини навчального плану, виховних планів позашкільної роботи та реалізацію різних медіапроектів.

Окреслений напрямок розвитку медіаосвіти в Україні цілком узгоджується із Грюнвальдською декларацією з медіаосвіти (1982), резолюцією ЮНЕСКО (1989) щодо розвитку критичної медіаосвіти, Віденською конференцією «Освіта для медіа та цифрового століття», Севільською конференцією «Медіаосвіта молоді», Резолюцією Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрових технологій, Комюніке Єврокомісії «Європейський підхід до медіаграмотності у світі цифрових технологій», а також з низкою інших документів, затверджених Євросоюзом та ООН, у яких наголошується, що медіаграмотність є базовим елементом політики у сфері споживання аудіовізуальної інформації, основою обізнаності в питаннях інтелектуальних прав людини, необхідною умовою залучення громадян до участі в демократичному житті, дієвим фактором міжкультурного діалогу.

На сьогоднішній день пріоритетним напрямком у галузі освіти є переорієнтація з суто знансєвих компетенцій на формування практичних умінь і навичок, що вимагає введення в шкільну практику різних моделей активного навчання – від проблемного викладу навчального матеріалу вчителем і розв'язання проблемних завдань до самостійної аналітико-дослідницької роботи учнів, що реалізується під час практичної діяльності. Критерієм оцінки навчальних досягнень учнів є вміння аналізувати, узагальнювати матеріал, активно використовувати його в нестандартній (позанавчальній) ситуації, вміння самостійно добувати знання, вести пошуково-дослідницьку роботу. У зв'язку з цим зростає значення практичної роботи учнів як на уроках, так і в процесі виконання домашнього завдання, що забезпечує формування умінь і навичок, їх активного використання в побутовій та професійній сферах діяльності.

Мета курсу полягає у формуванні медіакультури особистості, практичних навичок ефективної та безпечної взаємодії з інформацією, отриманою з медіаджерел у процесі аналізу медіаресурсів та створення творчих медіапродуктів.

Основні завдання курсу полягають у:

- ✓ вихованні підростаючого покоління, яке повинно знатися на особливостях технологій впливу ЗМК;
- ✓ формуванні критичного мислення;
- ✓ розвитку особистісного, оцінного ставлення до продукції мас-медіа;
- ✓ умінні користуватися різноманітними медійними засобами, розумітися на закономірностях їх функціонування;
- ✓ умінні створювати конкурентоздатний медіапродукт на основі індивідуальної та групової творчості.

Об'єктом вивчення є медіаосвіта підростаючого покоління.

Предметом курсу «Практична медіакультура» є формування особистісної медіакультури, яка передбачає оволодіння знаннями, уміннями, досвідом та практичними навичками у сфері медіареальності.

Результатом виконання програми мають стати наступні знання і вміння:

- 1) аналізувати засоби масової комунікації, визначати їх специфіку, жанри та види, психологічний вплив;
- 2) визначати маніпулятивні технології в системі масових комунікацій;
- 3) аналізувати і креативно перетворювати візуальну медіапродукцію;
- 4) здійснювати аналіз медіатексту, виражати думки з приводу його змісту (точність, доречність, упередженість тощо);
- 5) організувати роботу з професійною технікою, призначеною для зйомки, запису, форматування, монтажу медіатексту;
- 6) використовувати сучасні технології для створення медіапродукту;
- 7) використовувати сучасні засоби для створення медіапродукції;
- 8) аналізувати різновиди реклами, її вплив на підростаюче покоління;
- 9) порівнювати власні компетенції з аналогічним досвідом у сфері медіа всередині своєї вікової групи;
- 10) оцінювати ефективність різних елементів, використовуваних у медіатексті;
- 11) порівнювати власну думку з думкою інших учнів, виражати свої судження, умовиводи.

Окремою складовою програми є проведення профорієнтаційної роботи серед старшокласників, шляхом розгляду і аналізу основних професій пов'язаних із різними видами медіамистецтва.

Пропонована програма надає вчителю свободу педагогічної творчості в плані підбору навчально-дидактичного матеріалу та організації навчального процесу, стимулюючи при цьому внутрішню мотивацію учнів до вивчення курсу та створення медіапродукту (групового чи індивідуального).

У програмі простежуються наступні дидактичні компоненти медіаосвіти:

- 1) сприйняття інформації з екрану;
- 2) оцінка якості інформації;
- 3) формування критичного мислення учня;
- 4) розуміння об'єктивних зв'язків між предметами і явищами, виявлення їхньої внутрішньої сутності, що лежить в основі емоційного сприймання творів сучасної медіакультури;
- 5) розкриття технологій створення та інтерпретації медіапродукту;
- 6) створення власного медіапродукту.

Специфікою даного медіаосвітнього курсу є його практична спрямованість, яка передбачає застосування теоретичного матеріалу та сформованих умінь і навичок у процесі створення медіапродукту.

Практична складова курсу спрямована на формування на уроках розвивального середовища для молоді, використання мережевих інструментів та дистанційних послуг. Результатом вивчення учнями спецкурсу «Практична медіаосвіта» мають стати базові знання, уміння і навички для подальшої ефективної взаємодії з медіапростором.

Результат практичних робіт досягається через оволодіння уміннями аналізу типів і засобів комунікації; навичками критичного мислення та рефлексивного сприймання медіатекстів, безпечної поведінки в медійному просторі; прийомами психологічного захисту від непотрібної інформації та формування індивідуальної медіакультури.

Виконання практичних завдань курсу передбачається за умов вільного доступу учнів до мультимедійного кабінету, комп'ютеру, доступу до мережі Інтернет та інших інформаційно-комунікаційних засобів.

Програма складається з таких частин:

- 1) пояснювальна записка, де описано мету і завдання навчання, особливості організації навчально-виховного процесу, критерії оцінювання навчальних досягнень учнів, перелік програмних засобів науково-методичного забезпечення курсу;
- 2) зміст тем із погодинним розподілом часу і переліком знань, умінь;
- 3) критерії оцінювання навчальних досягнень учнів;
- 4) перелік рекомендованих Інтернет-ресурсів;
- 5) перелік технічних засобів навчання;
- 6) рекомендована література до курсу.

Викладання курсу «Практична медіакультура» здійснюється за рахунок варіативної складової навчального плану. Згідно із запропонованою програмою вивчення курсу відбувається в 10 та 11 класах із розрахунку по 1 годині протягом навчального року (обсяг становить відповідно – 35 годин для 10 класу та 35 годин – для 11 класу). На інваріантну частину курсу припадає до 70 % відведеного часу, на варіативну – 30 %. Варіативна частина передбачена для дистанційної роботи з учнями і дає педагогічні можливості реагувати на специфічні інформаційні потреби учнівського колективу, постійно використовуючи актуальну медіапродукцію та новітні технічні засоби роботи з медіаресурсами.

Програма курсу «Практична медіакультура» передбачає надання учням базових знань та вмінь науково-дослідницької діяльності з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій. Кожна тема структурована за алгоритмом, який передбачає проектну діяльність учнів. На початку вивчення кожної теми з учнями передбачено обговорення та постановка певної проблеми і наступне її розкриття, з обов'язковою наявністю ідеї та гіпотези її вирішення, чітким плануванням дій щодо створення власного творчого проекту за допомогою медіатехнологій.

Кожна тема в 10 класі закінчується підсумковим заняттям, яке покликане на практиці (створення, презентація, аналіз медіапродукції) перевірити знання, набуті протягом теми, сформовані уміння та навички.

Вивчення курсу «Практична медіаосвіта» в 11 класі є логічним продовженням тем, що вивчалися протягом 10 класу, і спрямований на створення власного медіапродукту учнями.

Викладання курсу базується на засадах особистісно-орієнтованої освіти, а також теоретичних та методологічних засадах педагогіки співробітництва, що передбачає створення демократичної атмосфери на уроках, побудову навчального процесу, де

учень є активним його учасником. Принципово важливою є орієнтація на розвиток творчості, творчої активності, творчого мислення.

У процесі викладання курсу з метою формування практичних навичок доцільно застосовувати загальнодидактичні та специфічні методи та форми організації навчального процесу, що відповідають принципам та особливостям цього курсу. Враховуючи, що однією з таких особливостей є засвоєння навчального матеріалу в процесі практичної діяльності учнів, необхідно широко використовувати активні та інтерактивні методи організації навчального процесу. Це передбачає поєднання індивідуальних, групових та фронтальних форм роботи.

Загальні принципи, на яких побудовані заняття:

- ☑ *принцип посиленої рухової активності* – на медіаосвітніх заняттях передбачати чергування моторики різного рівня, зокрема, пересування дітей у межах класу (обмін місця знаходження підгруп, перехід із групи в групу і т. ін.), переміщення предметів, а також вихід на живу природу і різні цікаві місця поселень для розуміння особливостей їх медійного відображення, використання певних тілесних поз для отримання різних ракурсів, репортажів про спортивні події тощо (з урахуванням техніки безпеки), дрібної моторики, наприклад, при виготовленні пластилінових зразків для анімації;
- ☑ *принцип ресурсної передачі знань* – активізувати знання, які дитина має (отримала із неформальної стихійної медіаосвіти) через організацію спільної дії дітей; педагог визначає неповноту (дефіцит) знань, бачить помилки і визначає напрям розвитку, відповідно активізує потребу в знаннях (створює виклик, який мотивує дітей); спираючись на відому дітям інформацію, додає потрібну їм для виконання практичних дій, але ще невідому інформацію;
- ☑ *принцип комунікативної пропедевтики* – на медіаосвітніх заняттях учні включаються в конструктивне спілкування. Живе неформалізоване спілкування може загострювати приховані конфліктні стосунки між окремими учнями або підгрупами, що пов'язано з їхніми різними медіауподобаннями. Програми мають спрямовуватись на отримання дітьми спільного досвіду командної роботи, що дає можливість об'єднати різні здібності дітей, враховуючи існуючі стосунки. Так, наприклад, використовувати в якості мотивуючого виклику порівняння учнів між собою прийнятно за умови системної профілактики булінгу (що гарантує відсутність знуцань групи над інакшими дітьми, загострення цькування тощо);
- ☑ *принцип гнучкого і розмаїтого змістового наповнення занять* – гнучке пристосування до потреб учнів, їх захоплень, моди, актуальної медіаситуації. Надання можливості учням вільно обговорити свої медіапрактики між собою і з дорослими (демонстрація конструктивних способів комунікації);
- ☑ *принцип циклічності програм і врахування сенситивних періодів* – підбір медіаматеріалу для занять визначається віковими особливостями учнів, що робить їх особливо чутливими до певної тематики. У сенситивний період необхідні для формування медіаграмотності психічні новоутворення формуються легше (з меншою кількістю зусиль), ніж до або після цього вікового періоду.

Зміст навчального матеріалу та результати
10-й клас
(35 годин, рекомендовано: 1 година на тиждень)

| Кількість годин | Зміст навчального матеріалу | Практична робота учнів на уроці | Результати підготовки учнів |
|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6 | <p>Розділ 1. Людина в сучасному інформаційному середовищі</p> <p>Вступ. Мета і завдання с/к «Практична медіаосвіта».</p> <p>Історія розвитку медіа в світі та в Україні.</p> <p>Різновиди засобів масової інформації, їх функції.</p> <p>Проблема цифрової нерівності.</p> <p>Маніпулятивні технології в системі масових комунікацій.</p> <p>Психологічний захист від непотрібної візуальної інформації.</p> <p>Медіасприймання візуальних медіатекстів</p> | <p>Інформаційне дослідження «Стан медіакультурного феномену в Україні».</p> <p>Проаналізувати один із засобів масової комунікації за алгоритмом.</p> <p>Дослідницьке завдання-інтерв'ю «Можливості використання мас-медіа та технічних засобів у різних поколіннях».</p> <p>Дискусія «Технології маніпулювання».</p> <p>Аналіз та креативне перетворення непотрібної візуальної інформації</p> | <p>Описує:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основні етапи розвитку медіа в світі та в Україні; - основні характеристики інформаційного суспільства. <p>Характеризує:</p> <ul style="list-style-type: none"> - різновиди засобів масової комунікації, їх основні функції. <p>Наводить приклади:</p> <ul style="list-style-type: none"> - цифрової нерівності; - маніпуляцій свідомістю і настроями. <p>Пояснює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - можливості використання мас-медіа та технічних засобів у різних поколіннях; - поняття «медіакультура». <p>Критично оцінює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - маніпулятивні технології в системі масових комунікацій. <p>Здійснює:</p> |

| | | | |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> - інформаційне дослідження; - аналіз та креативне перетворення непотрібної візуальної інформації |
| Розділ 2. Друковані мас-медіа | | | |
| 5 | <p>Поняття «преса». Жанрова палітра в пресі.</p> <p>Структура сучасної газети.</p> <p>Книги: структура, типи.</p> <p>Журнал як вид періодичного видання.</p> <p>Класифікація журнальних видань.</p> <p>Структура та основні різновиди журналу.</p> <p>Професії, пов'язані з пресою.</p> <p><i>Підсумкове заняття: «Як створити сучасну шкільну газету»</i></p> | <p>Проаналізувати газету (за планом).</p> <p>Написати відгук на прочитану книгу.</p> <p>Намалювати обкладинку журналу на довільну тематику.</p> <p>Аналіз професій, пов'язаних із пресою (основне заняття, результат діяльності)</p> | <p>Пояснює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поняття «преса», «газета», «журнал», «книга». <p>Характеризує:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структуру сучасної газети; - структуру та основні різновиди журналу. <p>Аналізує:</p> <ul style="list-style-type: none"> - друковані мас-медіа; - професії, пов'язані з пресою. <p>Здійснює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - написання відгуку на прочитану книгу. <p>Створює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обкладинки журналу на довільну тематику |
| Розділ 3. Фотографія як складова медіакультури | | | |
| 5 | <p>Історичний розвиток фотографій. Роль фотографій у масовій комунікації.</p> <p>Жанри та види фотографій.</p> <p>Технологія фотозйомки. Правила роботи з фотообладнанням.</p> <p>Графічний редактор: призначення та принцип роботи.</p> <p>Професії, пов'язані з фотомистецтвом.</p> | <p>Підібрати фотографії різних жанрів та оформити їх як презентацію</p> <p>Створення фото довільних жанрів на шкільну тематику.</p> <p>Огляд і класифікація сучасних графічних редакторів.</p> <p>Аналіз професій, пов'язаних із фотомистецтвом (основне заняття,</p> | <p>Описує:</p> <ul style="list-style-type: none"> - історичний розвиток фотографій; - технологію фотозйомки; - правила роботи з фотообладнанням. <p>Характеризує:</p> <ul style="list-style-type: none"> - призначення та принцип |

| | | | |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p><i>Підсумкове заняття: «Створення фото колажу з використанням сучасних графічних редакторів»</i></p> | <p>результат діяльності)</p> | <p>роботи графічного редактора. Аналізує: – роль фотографій у масовій комунікації; – професії, пов'язані з фотомистецтвом; – сучасні графічні редактори. Здійснює: - підбір фотографій різних жанрів. Створює: - фотопрезентацію; - фото довільних жанрів; - фотоколаж із використанням сучасних графічних редакторів</p> |
| Розділ 4. Кінематограф | | | |
| 5 | <p>Історія розвитку кіно. Види і жанри кінопродукції. Фази виробництва фільму: предпродакшн, знімальний період, постпродакшн, просування. Робота з професійною відеотехнікою. Програмні засоби для відеомонтажу. Професії, пов'язані з кіновиробництвом. Видатні режисери сучасності: Україна, світ.</p> | <p>Написати рецензію «Мій улюблений кінофільм». Створити презентацію «Мій улюблений герой фільму (мультфільму)». Написати сценарій для короткометражного фільму (10–15 хвилин). Основні технічні характеристики та налаштування відеокамери. Зняття короткометражного відеороліку. Монтаж відеоматеріалу в Windows</p> | <p>Описує: - історію розвитку кіно; - види і жанри кінопродукції; - принципи роботи з професійною відеотехнікою. Характеризує: - фази виробництва фільму; - основні технічні характеристики відеокамери. Аналізує: - професії, пов'язані з кіновиробництвом;</p> |

| | | | |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>Підсумкове заняття: «Захист знятого і відформатованого відеоролику (за планом)</p> | <p>Movie Maker</p> | <ul style="list-style-type: none"> - програмні засоби для відеомонтажу. <p>Здійснює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - написання рецензії; - написання сценарію для короткометражного фільму; - налаштування відеокамери; - зйомку короткометражного відеоролику; - монтаж відеоматеріалу. <p>Створює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - відформатований відеоролик |
| Розділ 5. Телебачення | | | |
| <p>4</p> | <p>Сучасні телевізійні жанри та формати. Інформаційно-аналітичні програми на телебаченні. Професії, пов'язані з телебаченням.</p> <p>Підсумкове заняття: «Теленовини»</p> | <p>Складання телеменю вихідного дня. Інтерв'ю з цікавою людиною. Зняти сюжет теленовин</p> | <p>Характеризує:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основні телевізійні жанри та формати. <p>Аналізує:</p> <ul style="list-style-type: none"> - інформаційно-аналітичні програми на різних телеканалах; - професії, пов'язані з телебаченням. <p>Складає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - власне телеменю; - питання для інтерв'ю. <p>Здійснює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - зйомку та монтаж відеоматеріалу |

| Розділ 6. Радіо і музика | | |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5 | <p>Радіомовлення. Формати радіо. Жанровий різновид музичних творів. Програмні засоби для роботи зі звуком: аудіоредактори, аудіоконвертори. Аудіокниги: історія створення, розповсюдження, психологічний вплив. Вплив музики на психічний та емоційний стан людини. Професії, пов'язані зі світом музики.</p> <p><i>Підсумкове заняття: «Створення нарізки пісень в улюбленому музичному жанрі»</i></p> | <p>Пояснює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поняття «радіо», «музика», «аудіокниги». <p>Характеризує:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принцип роботи з програмними засобами для роботи зі звуком. <p>Аналізує:</p> <ul style="list-style-type: none"> - професії, пов'язані зі світом музики; - вплив музики на психоемоційний стан людини. <p>Порівнює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - програмне забезпечення для редагування звуку; - друковані книги та аудіокниги; - жанрові різновиди музичних творів. <p>Складає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - розклад радіомовлення, використовуючи різні формати. <p>Створює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нарізку пісень із використанням програмних засобів роботи зі звуком |

| Розділ 7. Медіакультура взаємодії з кіберпростором | |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4 | <p>Інтернет: історія виникнення та сучасний етап розвитку. Соціально-психологічні особливості Інтернет-середовищ. Адаптація людини в Інтернет-просторі. Інтернет загрози та безпеки. Кіберзалежність як деструктивна форма поведінки в Інтернеті. <i>Підсумкове заняття: «Попередження і боротьба з кіберзалежністю»</i></p> |
| | <p>Анкетування «Для чого я використовую Інтернет». Інформаційне дослідження на тему: «Використання різних середовищ українською молоддю». Написати есе «Я в режимі он-лайн». Розробити практичні рекомендації на тему: «Боротьба з Інтернет-загрозами». Дискурс «Кіберспорт чи кіберзалежність». Розробити вправи для попередження і боротьби з кіберзалежністю</p> |
| | <p>Аналізує:</p> <ul style="list-style-type: none"> - форми адаптації людини в Інтернет-просторі; - соціально-психологічні особливості Інтернет-середовищ. <p>Описує:</p> <ul style="list-style-type: none"> - історичну ретроспективу виникнення та розвитку мережі Інтернет; - особливості прояву кіберзалежності; - специфічні Інтернет-загрози та безпеки. <p>Наводить приклади:</p> <ul style="list-style-type: none"> - прийомів роботи з інформацією у мережі. <p>Пояснює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основні психологічні та моральні засади безпечного перебування в Інтернеті; - відмінність між кіберспортом та кіберзалежністю. <p>Розробляє:</p> <ul style="list-style-type: none"> - рекомендації для попередження і боротьби з кіберзалежністю |
| 1 | Підбиття підсумків роботи за рік |

**Зміст навчального матеріалу та результати
11-й клас**

(35 годин, рекомендовано: 1 година на тиждень)

| Кількість годин | Зміст навчального матеріалу | Практична робота учнів на уроці | Результати підготовки учнів |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6 | <p align="center">Розділ 1. Аналіз та оцінка медіапродукції</p> <p>Навіщо аналізувати медіапрордукт? Методи дослідження змісту ЗМК: дискурс-аналіз, контент-аналіз, моніторинг. Критичний аналіз медіатекстів. Необхідність критичного мислення у сфері візуальної медіапродукції. Складники аналізу медіапродукту. Етапи дослідження медіапродукту.</p> <p><i>Підсумкове заняття:</i> «Аналіз медіапродукту за алгоритмом»</p> | <p>Написати есе «Як я перевіряю достовірність інформації». Здійснити контент-аналіз медіапродукції. Проаналізувати друкований медіатекст. Проаналізувати візуальну медіапродукцію</p> | <p>Знає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - компоненти аналізу медіатексту; - основні види маніпуляцій зі сторони медіа. <p>Уміє:</p> <ul style="list-style-type: none"> - критично «читати» медіатексти; - застосовувати основні методи дослідження змісту засобів масової комунікації; - писати есе; - перевіряти достовірність інформації. <p>Пояснює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - необхідність кретичного мислення при використанні та створенні медіапродукції. <p>Здійснює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналіз друкованого медіатексту та візуальної медіапродукції |
| 14 | <p align="center">Розділ 2. Сучасні засоби медіатворчості</p> <p>Використання хмарних технологій для створення, редагування та розповсюдження власного інформаційного продукту.</p> | <p>Створення облікового запису в Google. Створення on-line презентації</p> | <p>Знає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - можливості використання хмарних технологій; |

| | | | |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>Створення інтерактивних презентацій on-line.</p> <p>Створення інтерактивних плакатів-глогів.</p> <p>Створення інтерактивних 3D книг.</p> <p>Віртуальна дошка – середовище для спільної роботи.</p> <p>Використання технології веб-квестів як елементу медіатворчості.</p> <p>On-line журналістика. Створення блогу-щоденника.</p> <p>Можливості персонального сайту в навчанні та професійній діяльності.</p> <p>Використання соціальних спільнот для прояву медіатворчості учня.</p> <p><i>Підсумкове заняття:</i> «Створення веб-квесту «Взаємодія з кіберпростором»</p> | <p>«Різновиди та історичний розвиток медіа».</p> <p>Створення інтерактивного плакату в середовищі Glogster</p> <p>«Засоби комунікації у мережі Інтернет – соціальні мережі, форуми, чаги».</p> <p>Створення віртуальної дошки</p> <p>«Основні складові візуальної культури».</p> <p>Використання сервісу Salameo для створення 3D книг.</p> <p>Створення блогу-щоденника на Blogger.</p> <p>Розробка і створення сайту в GoogleSites</p> | <ul style="list-style-type: none"> - можливості персонального сайту в навчанні та професійній діяльності; - види та жанри блогів. <p>Пояснює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - поняття «презентація», «плакат-глог», «віртуальна дошка», «веб-квест», «блог», «веб-сайт»; - можливості використання соціальної спільноти для прояву медіатворчості; - просування власного ресурсу: блогу чи сайту. <p>Уміє:</p> <ul style="list-style-type: none"> - створювати обліковий запис Google; - створювати інтерактивні презентації, плакати, віртуальні дошки, 3D книги, використовуючи метод пошуку потрібної інформації в мережі; - створювати блог; - створювати концепцію власного сайту. <p>Порівнює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - сервіси створення інтерактивної презентації, плакату, віртуальної дошки, 3D книг, блогу та сайту. <p>Створює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - веб-квест |
| 14 | Розділ 3. Створення медіапродукту (медіапроект) | | |
| | <p>Постановка проблеми. Визначення завдань для виконання проекту.</p> <p>Робота з інформаційними джерелами.</p> <p>Аналіз та систематизація інформації.</p> | <p>Визначення теми проекту.</p> <p>Формування мети і завдань проекту.</p> <p>Визначення джерел інфор-</p> | <p>Визначає:</p> <ul style="list-style-type: none"> - тему для створення власного медійного продукту. |

| | | | |
|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1</p> | <p>Формування медіатеки для реалізації проекту. Розробка алгоритму створення медіапродукту. Визначення пріоритетних технологій створення медіапродукту. Створення медіапродукту. Роль реклами, піару в популяризації медіапродукту. <i>Підсумкове заняття: «Презентація та оцінка результатів проектної діяльності»</i></p> | <p>мації. Розподіл обов'язків щодо збору та опрацювання інформації. Обговорення основних правил збору інформації. Формування медіатеки для реалізації проекту. Визначення послідовності створення медіапродукту. Визначення технологій та інструментарію для роботи над проектом. Створення медіапродукту. Створення реклами творчого проекту</p> | <p>Уміє:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формувати мету та визначати завдання для реалізації медіапроекту; - знаходити інформацію для створення проектної роботи, аналізувати її та систематизувати; - скласти список використаних джерел та літератури; - розподіляти свій час на основні етапи роботи над проектом; - підбирати інструментарій і основні технології для реалізації основних завдань медіапроекту. <p>Створює:</p> <ul style="list-style-type: none"> - медіапродукт на довільну тематику; - рекламу творчого проекту |
| Підсумковий урок | | | |

Критерії оцінювання рівня навчальних досягнень учнів із профільного курсу «Практична медіакультура»

| <i>Рівні навчальних досягнень</i> | <i>Бали</i> | <i>Критерії оцінювання рівня навчальних досягнень учнів</i> |
|-----------------------------------|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <i>Учень(учениця)</i> |
| I.Початковий | 1 | Учень описує поняття з пройденого матеріалу, вміє виконувати найпростіші завдання, бачить різницю між медіапроцесами |
| | 2 | Учень у теоретичному аспекті знає матеріал: пояснює, розуміє основні поняття, може самостійно розкрити їх сутність; вміє виконувати найпростіші завдання |
| | 3 | Учень пояснює основні терміни, різницю між медіапрофесіями; вміє робити найпростіші функції з фото- та відеотехнікою |
| II.Середній | 4 | Учень практично використовує монтажні програми, знає головні клавіші, використовує на практиці техніку, розуміється на її основних складниках та функціях |
| | 5 | Учень може з допомогою вчителя відтворити значну частину навчального матеріалу; має стійкі навички виконання елементарних дій за допомогою техніки та програмного забезпечення |
| | 6 | Учень знайомий з основними поняттями навчального матеріалу; може самостійно відтворити значну частину навчального матеріалу і робити певні узагальнення; вміє за зразком виконати просте навчальне завдання; має стійкі навички виконання основних дій за допомогою техніки та програмного забезпечення |
| III.Достатній | 7 | Учень знає історичні передумови виникнення медіаресурсів; володіє теоретичним рівнем знань; практично використовує фото- та відеотехніку, методи пошуку в мережі; розуміє, яким має бути фінальний результат проекту |
| | 8 | Учень вміє знаходити в Інтернеті й завантажувати необхідну аудіо- та відеоінформацію, а також використовує програми аудіо/відеоплеєрів для її відтворення, може використати це у створенні презентації, вільно володіє монтажними програмами, розуміється на техніці праці з камерами, виконує завдання середньої важкості |
| | 9 | Учень вільно володіє навчальним матеріалом, застосовує знання на практиці; вміє систематизувати і узагальнювати отримані відомості; самостійно виконує передбачені програмою навчальні завдання; самостійно знаходить і виправляє допущені помилки; може аргументовано обрати раціональний спосіб виконання навчального завдання |

| <i>Рівні навчальних досягнень</i> | <i>Бали</i> | <i>Критерії оцінювання рівня навчальних досягнень учнів</i> |
|-----------------------------------|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | <i>Учень(учениця)</i> |
| IV.Високий | 10 | Учень використовує техніку з метою самовдосконалення й отримання навчальної інформації, виконує індивідуальні завдання, працює у команді, активно реалізує творчий потенціал, вільно володіє технікою |
| | 11 | Учень активно використовує широкий спектр програмного забезпечення, призначеного для роботи з медіаресурсами, зокрема, вміє користуватися камерами, знає їх основні налаштування, розуміється на програмному забезпеченні, теоретично розуміє, як використати певні елементи та згрупувати їх |
| | 12 | Учень має стійкі системні знання в галузі теорії й практики використання медіаресурсів, уміє створювати проекти за допомогою техніки та програмного забезпечення в процесі виконання завдань проявляє творчий підхід |

Перелік технічних засобів навчання:

1. Комп'ютерна техніка, яку об'єднано у локальну мережу та підключено до Інтернету (на виконання наказу МОН України від 11.05.2006 № 363).
2. Мультимедійне презентаційне обладнання: проектор, екран.
3. Фотоапарат.
4. Відеокамера.

Перелік програмного забезпечення:

- *Операційна система з графічним інтерфейсом* – Windows XP, Vista, 7.
- *Пакет програмних засобів офісного призначення*– Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint, Microsoft Publisher або еквівалент.
- *Програми для створення електронних презентацій* – MS PowerPoint, Windows Movie Maker, ФотоШОУ, Digistudio.
- *Текстовий редактор* – MS Word.
- *Програми для перегляду графічних зображень* – MS Picture Manager, Picasa, FastStone Image Viewer, IrfanView.
- *Програми для редагування та корекції зображень* – Paint.NET, Adobe Photoshop, MS Picture Manager, Corel PaintShop Photo.
- *Програми для відтворення мультимедійних файлів* – Windows Media Player, QuickTime Player, iTunes, Winamp.
- *Програми, для редагування та монтажу відео* – Movie Maker, Adobe Premiere, Edius, MS Producer, Adobe After Effects, Pinnacle Studio, Ulead VideoStudio, VirtualDub.

- *Веб-браузери* – Internet Explorer, Mozilla Firefox, Opera, Google Chrome.

Для вивчення матеріалу, рекомендовано використовувати такі сервіси:

- 1. Пошуку інформації:** google.com.ua, bing.com, yandex.ua, yahoo.com, meta.ua.
- 2. Створення інтерактивної презентації on-line:** prezi.com, slidecast.ru, slideshare.net.
- 3. Створення інтерактивних плакатів-глогів:** www.glogster.com, cacoo.com.
- 4. Створення віртуальної дошки:** www.stixy.com, Dreamsboard.ru, ru.padlet.com, en.linoit.com, wikiwall.ru.
- 5. Створення 3D книг:** ru.calameo.com, www.flipsnack.com, www.uniteforliteracy.com, www.bookemon.com.
- 6. Створення блогу:** blogger.com.
- 7. Створення сайту:** ru.jimdo.com, www.ucoz.ua.
- 8. Соціальні спільноти:** www.facebook.com, www.vk.com, www.twitter.com, plus.google.com.
- 9. Інші соціальні сервіси:**
 - a) YouTube (<http://www.youtube.com>);
 - b) Флексум (<http://www.flexum.ru/>);
 - c) БобрДобр (<http://www.bobrdobr.ru>);
 - d) ЖЖ (<http://community.livejournal.com>);
 - e) ВікіМапія (<http://wikimapia.org>);
 - f) Панораміо (<http://panoramio.com>);
 - g) Скрібд (<http://www.scribd.com>);
 - h) КаляМаля (<http://kalyamalya.ru>);
 - i) ВідеоМейл (<http://video.mail.ru>);
 - j) Слайдшара (<http://www.slideshare.net>).

Перелік рекомендованих для дітей онлайн-ресурсів, затверджений Національною експертною комісією України з питань захисту суспільної моралі
Спеціалізовані Інтернет-сайти дитячої літератури:

- www.childbooks.blox.ua – веб-сайт «Книги для дітей»;
- www.abetka.ukrlife.org – веб-сайт для дітей «Весела абетка»;
- www.abetka-logopedka.org – веб-сайт «Світ дитини»;
- www.kazka.in.ua – веб-сайт «Українська казка»;
- www.ae-lib.org.ua/lit_child.htm – веб-сайт «Дитяча література»;
- www.levko.info – дитячий сайт «Левко»;
- www.mysl.lviv.ua – веб-сайт «Країна міркувань»;
- www.slovogray.narod.ru – літературний сайт Ігоря Січовика;
- www.dytjachi-virshi.org.ua – авторський сайт «Віршики пана Назара».

Освітньо-інформаційні ресурси:

- <http://teacher.at.ua> – веб-сайт «Вчитель вчителю, учням та батькам»;
- www.balachka.com.ua – веб-сайт «Пиши українською»;
- <http://bibliyna-istoriya.org.ua> – веб-сайт «Біблійна історія»;
- <http://cikave.org.ua/pro-sajt> – веб-сайт «Цікаво про цікаве»;
- <http://www.ukr-tur.narod.ru> – веб-сайт «Світ географії та туризму»;
- www.akBooks.com.ua – веб-сайт «Академічна книгарня онлайн»;

- <http://lcorp.ulif.org.ua/dictua> – український лінгвістичний портал «Словники України»;
- <http://www.idea-ukraine.org> – проект «Відкритий світ інформаційних технологій».

Інтернет-сайти бібліотек та електронних бібліотек

- <http://www.4uth.gov.ua> – веб-сайт Державної бібліотеки України для юнацтва (м. Київ);
- <http://www.chl.kiev.ua> – веб-сайт Національної бібліотеки України для дітей;
- <http://www.nbuv.gov.ua> – веб-сайт Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського (м. Київ);
- <http://www.bukvoid.com.ua> – веб-сайт «Буквоїд»;
- <http://www.nplu.org> – веб-сайт Національної парламентської бібліотеки України (м. Київ);
- <http://www.ukrbook.net> – веб-сайт Книжкової палати України імені Івана Федорова (м. Київ);
- <http://library.zntu.edu.ua/res-libr-el.html> – веб-сайт «Бібліотеки в мережі Internet»;
- <http://lyapota.boom.ru/lib.htm> – колекція посилань на кращі електронні бібліотеки;
- <http://book.uraic.ru/ssylki/biblioteki> – інформаційно-довідковий портал «Library.ru»;
- <http://www.loc.gov> – веб-сайт Бібліотеки Конгресу США;
- www.bnf.fr – Bibliotheque Nationale или BNF) – веб-сайт Національної бібліотеки Франції;
- www.bl.uk – веб-сайт Британської бібліотеки.

Інтернет-сайти музеїв та картинних галерей України

- <http://prostir.museum> – портал «Музеи Украины»;
- <http://www.prostir.museum/sites/ua> – веб-сайт «Музейний простір України»;
- <http://namu.kiev.ua> – веб-сайт Національного художнього музею України;
- <http://www.warmuseum.kiev.ua> – веб-сайт Національного музею історії Великої Вітчизняної війни 1941–1945 років;
- <http://hutsul.museum> – веб-сайт Національного музею народного мистецтва Гуцульщини та Покуття;
- <http://museum.odessa.net/fineartsmuseum> – веб-сайт Одеського художнього музею;
- <http://www.archaeology.odessa.ua> – веб-сайт Одеського державного археологічного музею;
- <http://www.oweamuseum.odessa.ua> – веб-сайт Одеського музею західного і східного мистецтва;
- <http://muzey.vn.ua> – веб-сайт Вінницького обласного краєзнавчого музею;
- <http://www.museum.lviv.ua> – веб-сайт Львівського музею історії релігії;
- <http://lvivgallery.org> – веб-сайт Львівської національної галереї мистецтв;
- <http://honchar.org.ua> – веб-сайт Музею І. М. Гончара;
- <http://www.chersonesos.org> – веб-сайт Національного заповідника «Херсонес Таврійський»;
- <http://www.tmf-museum.kiev.ua> – веб-сайт Державного музею театрального, музичного і кіномистецтва України.

Інтернет-сайти світових музеїв та картинних галерей

- <http://poklonnayagora.ru> – веб-сайт Центрального музею Великої Вітчизняної війни 1941–1945 рр. (Російська Федерація);
- <http://www.muar.ru> – веб-сайт Державного музею архітектури ім. А. В. Щусева (Російська Федерація);
- <http://www.spbmuseum.ru> – веб-сайт Державного музею історії Санкт-Петербурга

(Російська Федерація);

- <http://www.vmdpni.ru> – веб-сайт Всеросійського музею декоративно-прикладного і народного мистецтва (Російська Федерація);

- <http://www.mmoma.ru> – веб-сайт Московського музею сучасного мистецтва (Російська Федерація);

- <http://www.polotskmuzey.vitebsk.by> – веб-сайт Національного Полоцького історико-культурного музею-заповідника (Республіка Білорусь);

- <http://www.palacegome1.by> – веб-сайт Гомельського палацово-паркового ансамблю (Республіка Білорусь).

Список використаної літератури:

1. Медіаосвіта // Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України; головний ред. В. Г. Кремень. – К. : Юрінком Інтер, 2008. – С. 481–482.

2. Медиаобразование // Российская педагогическая энциклопедия / гл. ред. В. В. Давыдов. – Т. 1 – М. : Большая российская энциклопедия, 1993.

3. Грачев Г. В. Личность и общество: информационно-психологическая безопасность и психологическая защита / Г. В. Грачев. – М. : ПЕРСЭ, 2003.

4. Журавлева В. М. 250 советов фотографу / В. М. Журавлева. – М., 1991. – 47 с.

5. Ковтун Ю. М. Курс «Медіаосвіта», 10 клас. : експериментальний посібник / Ю. М. Ковтун.

6. Литовченко І. В., Максименко С. Д., Болтівець С. І. Діти в Інтернеті: Як навчити безпеці у віртуальному світі : посібник для батьків / І. В. Литовченко, С. Д. Максименко, С. І. Болтівець, М. А. Чеп, Н. М. Бугайова. – К. : Видавництво ТОВ «Видавничий Будинок «Аванпост-Прим», 2010. – 48 с.

7. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін : посібник для вчителя / за ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза – К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. – 201 с.

8. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навчальний посібник / О. Т. Баришполець, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко, О. Є. Голубева, В. В. Різун та ін.; за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. – К. : Міленіум, 2009. – 440 с.

9. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / В. Іванов, О. Волошенюк, Л. Кульчинська, Т. Іванова, Ю. Мірошніченко. – 2-ге вид., стер. – К. : АУП, ЦВП, 2012. – 58 с.

10. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різун. – К. : Центр вільної преси, 2012. – 352 с.

11. Основи медіаграмотності : навчально-методичний посібник для вчителя 8 (9) клас. Плани-конспекти уроків / за ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк, О. П. Мокрогуза. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. – 190 с.

12. Патаракин Е. Д. Социальные взаимодействия и сетевое обучение 2.0 / Е. Д. Патаракин. – М. : НП «Современные технологии в образовании и культуре», 2009. – 176 с.

13. Патаракин Е. Д. Социальные сервисы Веб 2.0 в помощь учителю : учебно-методическое пособие / Е. Д. Патаракин. – 2-е изд., испр. – М : Интуит.ру, 2007. – 64 с.

14. Плахов А. Всего 33. Звезды мировой кинорежиссуры / А. Плахов. – Винница : АКВИЛОН, 1999. – 464 с.

15. Практична медіаосвіта: авторські уроки: збірка / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2013. – 447 с.
16. Практична медіа культура: програма спецкурсу / упор. О. Р. Аджимян, П. О. Коваленко. – Запоріжжя, 2012. – 23 с.
17. Романовский И. И. Масс-медиа: словарь терминов и понятий. – М.: Изд-во Союза журналистов России, 2004.
18. Спичкин А. В. Что такое медиаобразование / А. В. Спичкин. – Курган: Изд-во Ин-та пов. квалификации и переподготовки кадров работников образования, 1999.
19. Тарковский А. А. Уроки режиссуры / А. А. Тарковский. – М., 1992. – 92 с.
20. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. – Таганрог: Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. – 64 с.
21. Федоров А. В. Как российские педагоги относятся к проблеме медиаобразования школьников и студентов / А. В. Федоров // *Alma mater*. – 2009. – № 11.
22. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза / А. В. Федоров. – М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007.
23. Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика / А. В. Федоров. – Ростов: ЦВВР, 2001.
24. Федоров А. В. Терминология медиаобразования / А. В. Федоров // *Искусство и образование*. – 2000. – № 2.
25. Шариков А. В. Медиаобразование: мировой и отечественный опыт. – М.: Изд-во Академии педагогических наук, 1990.
26. Череповська Н. І. Візуальна медіакультура учнів ЗОШ / Н. І. Череповська. – Київ: Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2010. – 155 с.
27. Чернявський С. Як створити сучасну шкільну газету: навчальний модуль / С. Чернявський. – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. – 75 с.

ПРОГРАМА СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО МЕДІАКУРСУ ДЛЯ 9 (8) КЛАСУ ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Коваль А. І.

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Інтеграція України до єдиного світового простору викликає необхідність упроваджувати високотехнологічні інформаційні засоби навчання в освіту, займатися пошуками шляхів адаптації школи до сучасної дійсності. Добре поінформована молодь – запорука успішного функціонування громадянського суспільства.

Програма курсу передбачає попереднє ознайомлення з засобами масової інформації, що має підготувати учнів до сприйняття знань із медіакультури в 10 класі.

Основне завдання спеціалізованого медіакурсу «Молодь і засоби масової інформації» полягає у системному та компетентному вихованні дев'ятикласників, які повинні навчитися працювати із засобами масової інформації, використовувати інформацію для особистого розвитку та суспільства, впливати, змінювати за допомогою інформації оточуючий світ.

Одне з важливих завдань – розкрити механізми залучення учнів до партнерської співпраці із засобами масової інформації, а також до самостійної практичної ініціативи щодо створення та діяльності молодіжних ЗМІ.

Метою курсу є формування необхідного мінімуму знань, вмінь і навичок, перш за все користувачьких, для подальшої ефективної взаємодії із медіа-простором, залучення учнів до партнерської співпраці із засобами масової інформації, а також до самостійної практичної ініціативи щодо створення та діяльності молодіжних ЗМІ.

Мета курсу досягається через оволодіння теоретичними знаннями про засоби масової інформації, практичні заняття, співпрацю з місцевими ЗМІ.

Форми проведення практичних робіт можуть бути різними – лабораторні роботи, семінари, перегляд фільмів, віртуальні екскурсії в мережі Інтернет, позакласні та позаурочні екскурсійні заняття, гуртки, реалізація навчальних проектів міжпредметного характеру, підготовка самостійних розробок, як групових, так і індивідуальних.

Курс є складовою варіативної частини навчання. Згідно із запропонованою програмою вивчення курсу відбувається у 9 класі (35 год). Пропонується орієнтовний поділ навчального матеріалу за темами.

Послідовність вивчення тем може коригуватися вчителем.

ПРОГРАМА

спеціалізованого медіакурсу для 9 класу «Молодь та засоби масової інформації»

Тема I. ГАЗЕТИ ТА ЖУРНАЛИ (9 год)

З історії газетної справи. Характеристика сучасної преси: глибина викладення та тривалість присутності; розмаїття тем; мобільність; вдосконалення процесу друкування.

Види газет. Загальнонаціональні газети. Регіональні газети. Споживачькі часописи. Види журналів: загальнонаціональні; регіональні; молодіжні; дитячі та ін.

Дизайн та макетування газети: композиція; вибір шрифтового оформлення; ілюстрації; верстка.

Дизайн та макетування журналу: композиція; вибір шрифтового оформлення; ілюстрації; верстка.

Активний читач. Розуміння інформації. Чи вмієш ти читати вдумливо?

Особливості газетної та журнальної інформації. Аналіз преси.

Екскурсія до місцевої газети.

Практичне заняття «Написання листа до місцевої газети».

Узагальнення.

Тема II. РАДІО (6 год.)

З історії створення радіо. У чому унікальність радіо? Переваги та недоліки радіо.

Що ми можемо слухати? Якість радіопередач. Роль радіо в житті людини.

Молодіжні радіопрограми. Радіопередача «Старшокласник».

Екскурсія в місцеву радіостудію.

Практичні заняття: «Написання листа до радіостудії», «Виступ на місцевому радіо».

Узагальнення.

Тема III. ТЕЛЕБАЧЕННЯ (10 год.)

З історії створення телебачення. Різновиди телебачення, його функції, закономірності існування. Провідна роль телебачення серед засобів масової комунікації.

Інформаційні програми на телебаченні. Діяльність інформаційної служби телевізійних новин.

Методи проведення інтерв'ю.

Практичне заняття: «Інтерв'ю для телепередачі».

Репортаж на телебаченні.

Молодіжні телепередачі. Правова культура журналістів.

Практичне заняття: «Написання листа до телестудії».

Зарубіжний досвід розвитку та функціонування громадського мовлення.

Перспективи та проблеми створення громадського мовлення в Україні.

Узагальнення.

Тема IV. ІНТЕРНЕТ (9 год.)

Історія виникнення Інтернету, сучасний стан розвитку. Інтернет як засіб масової комунікації. Чому Інтернет – особливий засіб масової інформації.

Як працює комп'ютерна мережа. Роль Інтернету у житті людини: що може дати Інтернет кожному.

Як отримувати і поширювати інформацію в Інтернет-мережі. Методи поширення інформації в Інтернеті.

Практичне заняття «Пошук та поширення інформації в Інтернеті».

Практичне заняття «Зняття масок з Інтернет-героїв та злодіїв».

Переваги електронної пошти. Практичне заняття «Створюємо електронну пошту».

Як створити веб-сторінку або сайт. Яку інформацію можна розмістити на інтернет сторінках школи та місцевої громади?

Інтернет і права людини. Як громадяни використовують Інтернет у демократичному суспільстві? Етика в Інтернеті.

Узагальнення.

ПІДСУМКОВЕ УЗАГАЛЬНЕННЯ: Переваги і небезпеки сучасного світу інформації.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО КОМПЛЕКСУ «МЕДІАОСВІТА (МЕДІАГРАМОТНІСТЬ)»

Крячко Тетяна Павлівна

Пояснювальна записка

Наш час – це доба бурхливого розвитку електронних технологій, активного упровадження систем комунікацій, навчальних програм у мультимедійних технологіях, що забезпечило вторгнення у суспільство недоступного раніше потоку аудіовізуальної

інформації від масової теле-, кіно-, відеопродукції до електронних мереж Інтернет. Це спричинило помітні трансформації у суспільстві, як позитивні, так і негативні, майже повну зміну матриць свідомості, ціннісних орієнтацій і мислення, сприйняття оточуючого світу. Зазначене повною мірою стосується і учнів загальноосвітніх шкіл, адже вони майже з перших хвилин життя опиняються в епіцентрі медіаполя. Саме тому суспільство повинно мати право отримувати правдиву інформацію про себе і про все те, що може на нього вплинути.

1. Опис навчально-методичного комплексу «Медіаосвіта (медіаграмотність)»

1.1. Мета навчального спецкурсу «Медіаосвіта (медіаграмотність)» – формування системи знань про інформаційне суспільство, основи медіаосвіти, формування медіакомпетентності для здійснення професійно-педагогічної діяльності з урахуванням новітніх медіафеноменів сучасного суспільства.

1.2. Основне завдання спецкурсу «Медіаосвіта (медіаграмотність)» полягає у створенні ефективного механізму критичного осмислення і корегування інформації, отриманої через засоби масової інформації, формуванні умінь інтерпретувати інформацію, розуміти її суть, адресну спрямованість, мету.

1.3. У професійній діяльності особа, яка опанувала теоретичний матеріал програми і набула відповідних компетентностей, повинна

УМІТИ:

- виявляти маніпулятивний контент медіа;
- здійснювати аргументований критичний огляд аудіовізуальної та друкованої інформації, готувати рецензії;
- застосовувати раціональні методи пошуку, відбору, систематизації та використання аудіовізуальної та друкованої інформації;
- поєднувати традиційні методи навчання з мультимедійними засобами подачі інформації, засобами масової інформації;
- запроваджувати в навчально-виховному процесі інноваційні технології навчання, створювати єдиний інформаційний простір (інтерактивність, комунікативність, мультимедійність, індивідуалізація тощо);
- орієнтуватися в сучасному медіапросторі, розуміти основні принципи функціонування різних видів масової інформації;
- розрізняти інформацію за рівнем впливу на особистість, аналізувати й оцінювати медіаповідомлення;
- збирати, обробляти, зберігати та передавати інформацію з урахуванням пріоритетів професійної діяльності вчителя;
- самостійно створювати медіапроекти в галузі професійної діяльності вчителя.

ЗНАТИ:

- роль медіа у формуванні полікультурної картини світу;
- педагогічні аспекти аудіовізуальної грамотності;

- негативні тенденції, що створюють засоби масової інформації (дезорієнтація особистості, крайній негативізм, надлишковий оптимізм тощо);
- особливості використання медіаінформації слухачами курсів підвищення кваліфікації педагогічних працівників та учнями загальноосвітніх шкіл, мультимедійність та психолого-педагогічні умови сприйняття і засвоєння навчального матеріалу;
- спецмедіапроекти, елементи навчання в засобах масової інформації, їх шкідливі наслідки та прояви в суспільстві;
- навчальні ресурси глобальної мережі Internet;
- сутність політичних, правових, трудових, патріотичних, моральних, релігійних, естетичних, філософських поглядів сучасної молоді;
- сучасну парадигму освіти і роль вчителя в інноваційному інформаційному просторі;
- дидактичний і виховний потенціал медіа (інтерактивність, комунікативність, мультимедійність, індивідуалізація тощо).

На вивчення навчальної дисципліни відводиться 54 години/1,5 кредити ECTS.

Розподіл годин

| Теми | Кількість годин | | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------|---|----|----|----|
| | Усього | у тому числі | | | | |
| | | л | с | п | ін | ср |
| Тема 1. Світ медіа та інформації | | 2 | | | | 1 |
| Тема 2. Медіаосвіта (медіаграмотність) як освітні категорії | | 2 | | 2 | | 1 |
| Тема 3. Основні теорії медіаосвіти | | 2 | | 2 | | 2 |
| Тема 4. Стандарти та маніпуляції в медіа | | 2 | | | | 2 |
| Тема 5. Провідні види візуальних, аудіовізуальних медіа | | 2 | | | | 2 |
| Тема 6. Аудіальні медіа | | 2 | | | | 1 |
| Тема 7. Інтернет та новітні медіа: ресурси та ризики | | 2 | 2 | | | |
| Тема 8. Медіасоціалізація дитини в сучасному світі | | 2 | | 2 | | 2 |
| Тема 9. Вплив мас-медіа на інтелектуальний, емоційний, вольовий розвиток дитини | | 2 | | | | 2 |
| Тема 10. Вплив мас-медіа на стосунки. Медіанасильство та зростання агресії | | 2 | | 2 | | 1 |
| Тема 11. Вплив мас-медіа на масову свідомість і свідомість особистості | | 2 | | | | 2 |
| Тема 12. Профілактика сучасних маніпулятивних технологій | | 2 | | 2 | | 1 |
| | | | | | | |
| Разом за курс: | | 24 | 2 | 10 | | 18 |

2. Програма навчально-методичного комплексу «Медіаосвіта (медіаграмотність)»

Тема 2.1. Світ інформації та медіа. Мас-медіа: ефекти та впливи

Форма проведення: лекція.

Кількість годин: 3 год.

Зміст: Основи інформаційного суспільства. Новітні медіа. Поняття цифрової нерівності. Гіпотеза «розриву в знаннях». Типи соціальної інформації та медіапотреби особистості. Текст та інші носії інформації в мас-медіа. Поняття «комунікація», визначення масова комунікація. Віртуалізація комунікативних практик молоді. Роль освіти як посередника в інформаційному суспільстві.

Основні поняття масовокомунікаційного впливу. Вивчення ефектів масової комунікації. Психологічні наслідки впровадження інформаційно-комунікаційних технологій. Теорія стереотипів. Теорія когнітивного дисонансу. Теорія користі та задоволення. Теорія навчання та пізнання. Структурно-функціональний підхід. Теорія порядку денного М. Мак-Кобса і Д. Шоу. Теорія гейткіперів К. Левіна. Теорія спіралі навчання.

Ключові поняття: інформація, інформативне суспільства, цифрова (інформаційна) нерівність, соціальна інформація, інформаційні потреби, комунікація, засоби масової комунікації, інформаційна культура (інтелектуальний потенціал, інформаційний світогляд, інформаційний менталітет, інформаційно-орієнтаційна діяльність), комунікаційні технології, інформаційні технології, комунікант, комунікат.

Ресурсне забезпечення: мультимедійні засоби.

Література:

1. Чемерис І. М. Медіаосвіта за кордоном: теорія медіаосвіти та коротка історія розвитку // М. І. Чемерис. Вища освіта України. – 2006. – № 3. – С. 104–108.
2. Васянович Г. П. Медіаосвіта: зарубіжний і вітчизняний досвід / Г. П. Васянович // Педагогіка і психологія професійної освіти. – 2007. – № 2. – С. 11–21.
3. Задорожна І. Т., Кузнецова Т. В. Медіаосвіта // Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України / гол. ред. В. Г. Кремень. –К. : Юрінком інтер, 2008. – С. 481.
4. Новикова А. А. Медиаобразование в англоязычных странах / А. А. Новикова // Педагогика. – 2001.

Тема 2.2. Медіаосвіта (Медіаграмотність) як освітні категорії. Історія розвитку медіаосвіти

Форма проведення: лекція.

Кількість годин: 5 год.

Зміст: Зміст і основні завдання медіаосвіти, її зв'язок із соціальною педагогікою, психологією, філософією, культурологією, іншими гуманітарними навчальними

дисциплінами. Методологічні та світоглядні установки щодо інформатизації освіти. Інтегрально-філософський аналіз категорій «медіаосвіта», «медіаграмотність», «медіакомпетентність», «медіакультура», «медіапедагогіка».

Класифікація та функції сучасних медіа за соціально-педагогічними критеріями: місце використання (функції та цілі використання, вплив на особистість).

Розвиток і поширення інформаційних і комунікаційних засобів як необхідна умова формування медіаосвіти. Становлення медіаосвіти у 60-х рр. XX ст. у Великій Британії, Канаді, США, Франції. Впровадження медіаосвіти в Австрії, Фінляндії, Російській Федерації. Медіаосвітні проекти ЮНЕСКО та Ради Європи. Національні та міжнародні асоціації медіаосвіти. Міжнародна і національна мережа медіаосвітніх Інтернет-сайтів. Стан та перспективи впровадження медіаосвіти в Україні. Всеукраїнський експеримент, науково-методичні засади.

Експериментальний курс «Медіакультура» (10 клас). Суспільне значення медіаосвіти.

Ключові поняття: медіакультура, медіаобізнаність, медіаграмотність, медіакомпетентність, медіаторчість, медіаосвіта.

Ресурсне забезпечення: мультимедійні засоби.

Література:

1. Робак В. До питання про розвиток медіапедагогіки у Німеччині / В. Робак // Другий український педагогічний конгрес : збірник матеріалів конгресу. – Львів : ТОВ Камула, 2006. – С. 275–286.
2. Чемерис І. М. Медіаосвіта за кордоном: теорія медіаосвіти та коротка історія розвитку / І. М. Чемерис // Вища освіта України. – 2006. – № 3. – С. 104–108.
3. Васянович Г. П. Медіаосвіта: зарубіжний і вітчизняний досвід / Г. П. Васянович // Педагогіка і психологія професійної освіти. – 2007. – № 2. – С. 11–21.
4. Задорожна І. Т., Кузнецова Т. В. Медіаосвіта / І. Т. Задорожна, Т. В. Кузнецова // Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України / гол. ред. В.Г. Кремень. – К. : Юрінком інтер, 2008. – С. 481.
5. Федоров А. В. Медиаобразование в педагогических вузах / А. В. Федоров. – Таганрог : Изд.-во Кучма, 2003. – С. 124.
6. Федоров А. В. Медиа и медиаобразование / А. В. Федоров // Альма Матер / Вестник высшей школы. – 2001. – № 11. – С. 15–23.
7. Федоров А. В. Медиаобразование в Канаде / А. В. Федоров // Высшее образование в России. – 2002. – № 1. – С. 116–118.
8. Федоров А. В. Медиаобразование в Соединенном Королевстве и Ирландии / А. В. Федоров // Медиаобразование. – 2006. – № 6. – С. 61–91.
9. Федоров А.В. Медиаобразование во Франции / А. В. Федоров // Педагогика. – 2003. – № 6. – С. 90–96.
10. Новикова А. А. Медиаобразование в англоязычных странах / А. А. Новикова // Педагогика. – 2001. – № 5. – С. 87–91.
11. Робак В. Медіапедагогіка: аналіз інноваційного зарубіжного досвіду / В. Робак // Діалог культур: Україна у світовому контексті: Філософія освіти : зб. наук. праць / ред. кол. І. А. Зязюн (голов.ред), С. О. Черепанова (упоряд., відп. ред.), Н. Г. Нічкало, С. О. Сисоєва та ін. – Львів : Сполом, 2002. – Вип. 8. – С. 70–92.

Тема 2.3. Основні теорії медіаосвіти.
Медіаосвіта як засіб розвитку критичного мислення

Форма проведення: лекція.

Кількість годин: 6 год.

Зміст: Визначення понять. Короткий історичний огляд. Протекціоністська («інекційна», «захисна», «прищеплювальна») теорія медіаосвіти. Теологічна (релігійна) теорія медіаосвіти. Етична теорія медіаосвіти. Ідеологічна теорія медіаосвіти. Екологічна теорія медіаосвіти. Теорія медіаосвіти як джерела «задоволення потреб» аудиторії. Теорія практичної медійної діяльності. Культурологічна теорія медіаосвіти. Естетична (художня) теорія медіаосвіти. Семіотична теорія медіаосвіти. Соціокультурна теорія медіаосвіти. Практична цінність теорій медіаосвіти. Основні поняття медіаосвіти.

Теорія медіаосвіти як розвитку критичного мислення і його теоретична база. Впровадження в українську педагогіку технології критичного мислення. Критичне мислення як здатність аналізувати медіаінформацію з урахуванням стандартів логіки, психолого-етичного та естетичного підходів. Основні риси критичного мислення за В. Болотовим і Дж. Спіро. Основні навички критичного мислення. Створення середовища спілкування, проведення дискусій, диспутів, «мозкових атак» як умови розвитку критичного мислення. Внесок Л. Мастермана у теорію медіаосвіти як розвитку критичного мислення.

Ключові поняття: агентство (медіавиробник), аудиторія (медіаспоживач), мова медіа, репрезентація, технологія, категорія, критичне мислення.

Ресурсне забезпечення: мультимедійні засоби.

Література:

1. Средства массовой информации в современном мире : мат-лы межвузов. научно-практической конференции / под ред. В. И. Конькова. – СПб. : Изд-во «Роза мира», 2003. – 308 с.

2. Иванов В. Ф. Журналист і суспільство / В. Ф. Иванов // Етика в редакційному повсякденні. – К. : Академія Української Преси, Видавництво «К.І.С» Фонд Фрідріха Науманна «За свободу», 2010.

Тема 2.4. Стандарти та маніпуляції в мас-медіа

Форма проведення: лекція.

Кількість годин: 4 год.

Зміст: Законодавчі та нормативно-правові засади журналістських стандартів. Достовірність як відповідність дійсності. Баланс думок (у тому числі і через право заключного коментаря, баланс синхронів, контекст висловлювань). Відокремлення фактів від коментарів, своєчасність як поєднання оперативності з актуальністю. Повнота як представлення всієї вагомої інформації з теми, так і присутністю бек-

граунду. Точність (ознаки перевірки інформації та діючих осіб). Права субкультур. Обов'язковість посилань на джерело (у тому числі первинність та вторинність джерел). Відмова від мови ворожнечі, толерантність. Дотримання права людини на приватне життя. Журналістські стандарти.

Маніпулятивні можливості медіа. Об'єктивні і суб'єктивні причини викривлення інформаційного простору. Маніпулятивний потенціал телевізійних політичних ток-шоу, новин. Риторичний інструментарій маніпуляцій. Маніпулятивні засоби Інтернету. Прихований зміст медіаповідомлень. «Темники» та інформація на замовлення (фотомонтаж, кіно- і телесюжети). «Купюри» та інформаційні матеріали із контексту. Недостовірна інформація та її розповсюдження. Комерційна медіаінформація та деформація дійсності. Корупційні схеми у засобах масової інформації та їх вплив на формування суспільної думки. Спецмедіапроекти. Елементи навіювання та їх наслідки і прояви в суспільстві (злочинність, наркоманія, розпушта та інші негативи).

Ключові поняття: свобода слова, незалежність мас-медіа, журналістська етика, деструктивні впливи, маніпуляційні технології.

Ресурне забезпечення: мультимедійні засоби.

Література:

1. Іванов В., Сердюк В. Журналістська етика : підручник / В. Іванов, В. Сердюк. – 3-е вид. – К. : Вид. ВПУ «Київський університет», 2008.
2. Свобода самовираження, свободний потік інформації, свобода средств массовой информации. Основные положения СБСЕ ОБСЕ 1975–2007 гг. – Вена : ОБСЕ, 2007.
3. Кузнецова О. Д. Журналістська етика та етикет: основа теорії, методики, дослідження, трансформації незалежних видань України: врегулювання моральних порушень : монографія / О. Д. Кузнецова. – Львів : Світ, 1998.
4. Іванов В. Ф. Журналіст і суспільство / В. Ф. Іванов // Етика в редакційному повсякденні. – К. : Академія Української Преси, Видавництво «К.І.С» Фонд Фрідріха Науманна «За свободу», 2010. – С. 11–23.
5. Декларація принципів поведінки журналістів, що прийнята на другому Всесвітньому Конгресі Міжнародної Федерації журналістів (Бардо, 25–28 квітня 1954 р.), зі змінами, внесеними XVIII Всесвітнім Конгресом МФЖ (Хельсінгьор 02–06 червня 1986 р.).

Тема 2.5. Провідні види аудіовізуальних, візуальних медіа. Телебачення. Кінематограф. Преса

Форма проведення: лекція.

Кількість годин: 4 год.

Зміст: Протомедіа. Види засобів масової інформації. Класифікація медіа за способом передачі інформації і за каналами сприйняття (візуальні, аудіальні, аудіовізуальні). Сучасний медіаландшафт України.

Парадигма телебачення. Телебачення як інструмент конструювання соціальної дійсності. Медіаподії, медіавистави, медіатизація політики. Теленовини як

конструювання реальності. Конструювання глядача. Вплив образної мови. Загальна картина програмування сучасного телефіру. Діти в умовах глобальної телевізійної культури.

Кінематограф як вид мистецтва та форма соціальної комунікації. Кіно як екранна культура. Мова кіно. Структура кінообразу: зображення як візуальний носій образу. Кінокадр як першоелемент кінообразу, первинний художній елемент у структурі монтажу. Кадр і план. Монтаж як форма кіномислення, як основний спосіб часу і простору у кадрі. Види монтажу. Ейзенштейнівський «монтаж атракціонів» як основа комп'ютерних спецефектів. Кіно і нові технології: цифровий кінематограф, трьохмірне відео, об'ємний звук, комп'ютерні технології у кіновиробництві.

Кіно і телебачення: нова аудіовізуальна мова. Особливості кінематографа і художнього телебачення як синтезу мистецтв, виробництва і соціальної комунікації.

Обґрунтування свободи преси. Д. Мільтон «Ареопагетика» (Промова до англійського парламенту про свободу преси, 1644 р.). Дж. Мілль про свободу преси («О свободі», 1859 р.). Преса та медіасистеми.

Найважливіші функції преси – суспільна інтеграція та творення громадської думки.

Стандарти подання інформації в пресі. Преса як медіабізнес. Структура сучасної газети. Газетні жанри. Газета в епоху новітніх медіа.

Огляд сучасного ринку журналів. Молодіжні видання. Цінності ілюстрованих журналів. Небезпеки вербалізованих імеджів-моделей поведінки.

Ключові поняття: медіаісторія, візуалізація, візуальна медіакультура, екранна культура, аудіовізуальна природа кіномистецтва, аудіовізуальний образ, преса, періодика, медіабізнес, медіаринок.

Ресурсне забезпечення: мультимедійні засоби.

Тема 2.6. Аудіальні медіа

Форма проведення: лекція.

Кількість годин: 3 год.

Зміст: Радіо як медіа. Радіогрупи в Україні. Визначення формату радіо. Класифікація форматів: музичні, немусичні. Основні музичні формати українського радіофіру. Індустрія поп-музики. Маніпулятивний потенціал музики, її роль у формуванні молодіжних субкультур: історія, розвиток. Аудіальна складова медіакультури, перспективи радіо.

Ключові поняття: аудіальна культура суспільства, аудіальна культура особистості, аудіальні медіа, звукова інформація.

Ресурсне забезпечення: мультимедійні засоби.

Література:

1. Мерзлякова О. Л. Психологічна безпека – вчителю: презентація напряму післядипломної освіти : зб.наук.пр. / Ун-т менедж. освіти АПН України; за ред. О. Л. Ануфрієва та ін. – Вип.12. – К., 2009. – С. 222–229.

2. Мерзлякова О. Л. Профілактика деструктивних впливів мас-медіа. Програма занять для молоді / О. Л. Мерзлякова. – К. : «Шкільний світ», 2010.

3. Почепцов Г. Г. Как ведутся тайные войны. Психологические операции в современном мире / Г. Г. Почепцов. – Ровно : ППФ «Волинські обереги», 1999. – С. 304.

4. Почепцов Г. Г. Теория и практика информационных войн / Г. Г. Почепцов. – Ровно : ППФ «Волинські обереги», 1999. – С. 124.

5. Савпин М. Соціальна психологія : підручник. – Дрогобич, 2000. – С. 99–163.

Тема 2.7. Інтернет: ресурси та ризики. Новітні медіа. Медіакультура взаємодії з Інтернет-реальністю

Форма проведення: лекція

Кількість годин: 5 год.

Зміст: Інтернет як багатоаспектний медіум. Історія виникнення Інтернету, сучасний стан розвитку. Соціально-психологічні особливості інтернет-середовища. Соціалізація дитини в умовах кіберсередовища. Кіберпродукція як полегшена альтернатива реального життя. Причини виникнення, діагностика кіберзалежності. Новітні медіа як новітні технологічні можливості у створенні та поширенні інформації від YouTube і Google до Facebook і Twitter.

Культура мережевого спілкування. Саморегуляція і самоорганізація в інтернет-просторі. Превентивні заходи із профілактики інтернет-залежності, он-лайн-агресії і насильства.

Класифікація відеоігор (комп'ютерні ігри, медіаігри, ігри для приставок, мобільних телефонів). Сутність відеоігор, місце в індустрії розваг. Специфіка драматургії відеоігор. Регулювання розповсюдження відеоігор. Історія розвитку медіаігор. Жанри відеоігор. Вплив віртуальних ігор на психоемоційний, духовний, інтелектуальний розвиток дитини.

Ключові терміни: казуальні ігри, симулятори, медіа гігієна, інтернет-реальність, мережеве спілкування, інтернет-залежність, аддуктивна поведінка.

Ресурсне забезпечення: мультимедійні засоби.

Література:

1. Мерзлякова О. Л. Психологічна безпека – вчителю: презентація напряму післядипломної освіти : зб.наук.пр./ Ун-т менедж. освіти АПН України; за ред. О. Л. Ануфрієва та ін. – Вип.12. – К., 2009. – С. 222–229.

2. Мерзлякова О. Л. Профілактика деструктивних впливів мас-медіа. Програма занять для молоді / О. Л. Мерзлякова. – К. : «Шкільний світ», 2010.

3. Почепцов Г. Г. Как ведутся тайные войны. Психологические операции в современном мире / Г. Г. Почепцов. – Ровно : ППФ «Волинські обереги», 1999. – С. 304.

4. Почепцов Г. Г. Теория и практика информационных войн / Г. Г. Почепцов. – Ровно : ППФ «Волинські обереги», 1999. – С. 124.

5. Савпин М. Соціальна психологія : підручник. – Дрогобич, 2000. – С. 99–163.

Тема 2.8. Медіасоціалізація дитини в сучасному світі

Форма проведення: лекція.

Кількість годин: 6 год.

Зміст: Теорії впливу медіа. Соціалізація дитини в умовах агресивного медіасередовища. Вікові особливості сприймання екранної мови. Феномен монтажного мислення. Вікові норми взаємодії з інформаційним простором. Системи розумних позначок. Медіаризики. Особливості інформаційної поведінки підлітків. Розважальні медіа та проблеми молодіжного середовища. Медіа та соціальне конструювання дійсності. Медіа як ресурс розвитку особистості.

Ключові поняття: медіаризики, медіасоціалізація, розумні позначки, система «світлофор».

Ресурсне забезпечення: мультимедійні засоби.

Література:

1. Мерзлякова О. Л. Психологічна безпека – вчителю: презентація напряму післядипломної освіти : зб.наук.пр. / Ун-т менедж. освіти АПН України; за ред. О. Л. Ануфрієва та ін. – Вип.12. – К., 2009. – С. 222–229.
2. Мерзлякова О. Л. Профілактика деструктивних впливів мас-медіа. Програма занять для молоді / О. Л. Мерзлякова. – К. : «Шкільний світ», 2010.
3. Почепцов Г. Г. Как ведутся тайные войны. Психологические операции в современном мире / Г. Г. Почепцов. – Ровно : ППФ «Волинські обереги», 1999. – С. 304.
4. Почепцов Г. Г. Теория и практика информационных войн / Г. Г. Почепцов. – Ровно : ППФ «Волинські обереги», 1999. – С. 124.
5. Савпин М. Соціальна психологія : підручник. – Дрогобич, 2000. – С. 99–163.

Тема 2.9. Вплив мас-медіа на інтелектуальний, емоційний і вольовий розвиток дитини. Проблема медіазалежності

Форма проведення: лекція.

Кількість годин: 4 год.

Зміст: Теорії розвитку особистості. Проблеми формування емоційного, соціального, практичного інтелекту. Ілюзії розвитку вербального інтелекту. Увага дитини до екрану як активна когнітивна взаємодія між глядачем, медійним контентом. Розуміння, усвідомлення контенту. Розпізнавання реальності і вимислу. Розвиток розуміння жанрів сюжету. Сприйняття медіаперсонажів, ідентифікація з ними. Вплив на уяву, креативність. Розвиток сфери моральних оцінок. Інтелектуальні навички, необхідні для ефективної взаємодії з інформаційним простором.

Медіазалежності. Психологія волі і ставлення до їжі, тіла, алкоголю, тютюну, сексу, життя, власного майбутнього. Медіапортрети реальності: роль телебачення в розвитку булімії та анорексії. Кібер-залежність як деструктивна форма поведінки в інтернеті. Ігроманія. Компульсивні розлади. Причини виникнення, симптоми, наслідки медіазалежності. Психологічні методи діагностики, корекції та профілактики медіазалежності.

Ключові поняття: медіазалежність.

Ресурсне забезпечення: мультимедійні засоби.

Література:

1. Федоров А. В. Медиа и медиаобразование / А. В. Федоров // Альма Матер / Вестник высшей школы. – 2001. – № 11. – С. 15–23.
2. Федоров А. В. Медиаобразование в Канаде / А. В. Федоров // Высшее образование в России. – 2002. – № 1. – С. 116–118.
3. Федоров А. В. Медиаобразование в Соединенном Королевстве и Ирландии / А. В. Федоров // Медиаобразование. – 2006. – № 6. – С. 61–91.
4. Федоров А. В. Медиаобразование во Франции / А. В. Федоров. – Педагогика. – 2003. – № 6. – С. 90–96.
5. Українське законодавство: засоби масової інформації. – К. : IREX ПроМедіа Україна, 2000. – 256 с.
6. Іванов В. Ф. Державна підтримка преси в Україні та за кордоном / В. Ф. Іванов // Актуальні питання масової комунікації. – Вип. 2. – 2001. – С. 5–9.
7. Іванов В. Ф. Медіа та політреклама у дзеркалі закону : монографія / В. Ф. Іванов. – К. : ЦВП, 2001.

Тема 2.10. Вплив медіа на міжособистісні стосунки. Проблема медіанасильства та зростання агресії

Форма проведення: лекція

Кількість годин: 5 год.

Зміст: Зображення стосунків у різних життєвих контекстах (дружба, любов, виробничі, сусідські тощо). Парасоціальність як уявлювана безпосередня взаємодія між медіаперсонажем і аудиторією. Зміна часопростору життєвого світу особистості під впливом медіа.

Поняття «Медіанасильство» та його критерії. Класифікація медіанасильства на основі вікової психології. Результати психологічних досліджень впливу сцен насильства на формування агресивної поведінки. Механізми довготривалих та короточасних впливів. Цькування як форма агресивності. Кібербулінг, хепіслепінг. Віртуальні спільноти і смертмоб. Позитивний та негативний вплив медіа на розвиток психоекологічного ресурсу в дитячих та молодіжних субкультурах.

Ключові поняття: парасоціальність, медіанасильство.

Ресурсне забезпечення: мультимедійні засоби

Література:

1. Федоров А. В. Медиа и медиаобразование / А. В. Федоров // Альма Матер / Вестник высшей школы. – 2001. – № 11. – С. 15–23.
2. Федоров А. В. Медиаобразование в Канаде / А. В. Федоров // Высшее образование в России. – 2002. – № 1. – С. 116–118.
3. Федоров А. В. Медиаобразование в Соединенном Королевстве и Ирландии / А. В. Федоров // Медиаобразование. – 2006. – № 6. – С. 61–91.
4. Федоров А. В. Медиаобразование во Франции / А. В. Федоров. – Педагогика. – 2003. – № 6. – С. 90–96.
5. Українське законодавство: засоби масової інформації. – К. : IREX ПроМедіа Україна, 2000. – 256 с.
6. Іванов В. Ф. Державна підтримка преси в Україні та за кордоном / В. Ф. Іванов // Актуальні питання масової комунікації. – Вип. 2. – 2001. – С. 5–9.
7. Іванов В. Ф. Медіа та політреклама у дзеркалі закону : монографія / В. Ф. Іванов. – К. : ЦВП, 2001.

Тема 2.11. Вплив мас-медіа на масову свідомість і самосвідомість особистості

Форма проведення: лекція.

Кількість годин: 4 год.

Зміст: Підтримка в масовій свідомості домінуючої в цьому суспільстві моделі світу як латентна функція медіа. Теорія «Спіралі мовчання». Наративи, фрейми. PR (піар) як публічна думка, як система інформаційного зв'язку влади і громадськості. Соціальні зміни як намагання ввести у суспільство новий тип поведінки за допомогою інформації.

Негативні соціальні тенденції, створені засобами масової інформації: зниження рівня моральних і духовних потреб молоді, створення кумирів, негативних ідеалів, героїв. Дезорієнтація особистості: крайній негативізм як підґрунтя фобій, надлишковий оптимізм як підґрунтя розпачу. Патологічна залежність від медіажанрів, що пропагують культ насилля, незаконного збагачення. Сучасне мистецтво і субкультура молоді з позитивом до наркотиків, алкоголю.

Реклама та бренд як інструмент маніпуляції. Використання мотивів підсвідомого впливу. Так звана «решітка мотивів» Л. Ческіна, Е. Ліхтера, Дж. Вайкері Емоційні мотиви рекламного впливу на особистість реципієнта. Комерційна, політична, соціальна реклама. «Контррекламні» зображення. Реклама для дитячої аудиторії. Прихована реклама. Продукт-плейсмент. Рубрична реклама. Модульна реклама. Психологічний захист від непотрібної візуальної інформації.

Ключові поняття: маніпуляції свідомістю, маніпулятивні технології в ЗМІ, маніпулятивна журналістика, реклама (політична, комерційна, соціальна, інформаційна).

Ресурсне забезпечення: мультимедійні засоби.

Література:

1. Федоров А. В. Медиа и медиаобразование / А. В. Федоров // Альма Матер / Вестник высшей школы. – 2001. – № 11. – С. 15–23.
2. Федоров А. В. Медиаобразование в Канаде / А. В. Федоров // Высшее образование в России. – 2002. – № 1. – С. 116–118.
3. Федоров А. В. Медиаобразование в Соединенном Королевстве и Ирландии / А. В. Федоров // Медиаобразование. – 2006. – № 6. – С. 61–91.
4. Федоров А. В. Медиаобразование во Франции / А. В. Федоров. – Педагогика. – 2003. – № 6. – С. 90–96.
5. Українське законодавство: засоби масової інформації. – К. : IREX ПроМедіа Україна, 2000. – 256 с.
6. Іванов В. Ф. Державна підтримка преси в Україні та за кордоном / В. Ф. Іванов // Актуальні питання масової комунікації. – Вип. 2. – 2001. – С. 5–9.
7. Іванов В. Ф. Медіа та політреклама у дзеркалі закону : монографія / В. Ф. Іванов. – К. : ЦВП, 2001.

Тема 2.12. Профілактика сучасних маніпулятивних технологій мас-медіа. Дослідження медіатекстів різних видів медіа

Форма проведення: лекція.

Кількість годин: 5 год.

Зміст: Утвердження в демократичних суспільствах принципів законності, прозорості, доступності, врахування культурної, ідеологічної, політичної багатоманітності, визнання міжнародних норм та стандартів у інформаційно-комунікаційній діяльності. Технологій підсвідомого впливу на аудиторію: метод створення рейтингів; метод контекстної або опосередкованої комунікації, метод історичних аналогій, новини нашіптуванням; проведення зондажу суспільної думки, метод семантичного маніпулювання, нейролінгвістичне програмування тощо.

Основні методологічні підходи до аналізу медіатекстів. Ідеологічний аналіз. Аналіз репрезентації. Декодування медіатекстів. Аналіз стереотипів. Наративний (сюжетний) аналіз. Жанровий аналіз. Іконографічний аналіз. Семіотичний аналіз. Контекстуальний аналіз. Аналіз медіа в контексті ринку.

Ключові поняття: алгоритм дослідження, аргументація.

Ресурсне забезпечення: мультимедійні засоби.

Література:

1. Федоров А. В. Медиа и медиаобразование / А. В. Федоров // Альма Матер / Вестник высшей школы. – 2001. – № 11. – С. 15–23.
2. Федоров А. В. Медиаобразование в Канаде / А. В. Федоров // Высшее образование в России. – 2002. – № 1. – С. 116–118.
3. Федоров А. В. Медиаобразование в Соединенном Королевстве и Ирландии / А. В. Федоров // Медиаобразование. – 2006. – № 6. – С. 61–91.
4. Федоров А. В. Медиаобразование во Франции / А. В. Федоров. – Педагогика. – 2003. – № 6. – С. 90–96.

5. Українське законодавство: засоби масової інформації. – К. : IREX ПроМедіа Україна, 2000. – 256 с.

6. Іванов В. Ф. Державна підтримка преси в Україні та за кордоном / В. Ф. Іванов // Актуальні питання масової комунікації. – Вип. 2. – 2001. – С. 5–9.

7. Іванов В. Ф. Медіа та політреклама у дзеркалі закону: монографія / В. Ф. Іванов. – К. : ЦВП, 2001.

3. Орієнтовний зміст практичних занять

Тема 1. Європейські критерії та перспективи освіти під час переходу до інформаційного суспільства (додаток № 1).

План заняття

1. Основні індикатори медіакультури.
2. Аналіз європейських критеріїв медіаграмотності.
3. Аналіз рівня медіакультури в освітньому середовищі (за результатами самостійних досліджень слухачів).

Тема 2. Основи критичного мислення (додаток № 2).

План заняття

1. Практикум перетворення маніпуляції на рефлексивну гру.
2. Використання принципу інформаційного вірусу в професійній комунікації.
3. Методи розвитку критичного мислення (аналіз випадку).

Тема 3. Подолання медіацькування (додаток № 3).

План заняття

1. Визначення психологічних особливостей медіацькування як форми агресії.
2. Обговорення короточасних та довготривалих наслідків цькування.
3. Особливості кібербуліну (складання карти спостережень і пам'ятки).

Тема 4. Вікові медіаризики (додаток № 4).

План заняття

1. Дослідження в галузі вікової медіапсихології.
2. Визначення впливу медіа на дітей різного віку і відповідних ресурсних психологічних новоутворень.
3. Використання системи розумних позначок для позначення негативного контенту медіатекстів.

Тема 5. Аналіз медіатекстів різних видів медіа (додаток № 5).

План заняття.

1. Алгоритм дослідження візуальних медіатекстів.

2. Аналіз комерційної, політичної, соціальної реклами.
3. Аналіз аудіовізуальних медіатекстів (фотографія, слайд-шоу «Чоловіки, що плачуть», С. Тейлор-Вуд, 2001; відео-арт «Рік за дві хвилини», Е. Салхейм, 2010; анімація «Різдво», «Едіт Піаф», І. Роздобудько, 2012; кінофільми «Народжений американцем», Р. Хармін, 1986; «П'ять днів у серпні», Р. Хармін, 2011; «Олімпіус Інферно», І. Волошин, 2009).
4. Аналіз презентації «виних» тем у медіатекстах (к/ф, телесеріалах, інтернеті, рекламі).

Семінар. Особистість у медіасуспільстві

План заняття.

1. Інформаційний потенціал особистості. Людина у медіасуспільстві: особистість чи homo medium?
2. Мозаїка переваг проблем медіавпливів. Соціально-психологічні виміри взаємодії з медіавіртуальністю.
3. Медіазалежність: міф чи реальність? Діти – жертви екрану?
4. Медіакультура в системі цінностей сучасного суспільства. Медіа і освіта.
5. Медіа як ресурс розвитку особистості.

4. Орієнтовна тематика курсових робіт

1. Історичні витоки та основні етапи формування медіапростору. Сутність термінів «Медіа», «Медіаосвіта», «Медіаграмотність», «Медіапедагогіка», «Аудіовізуальна грамотність», їх спільність і відмінності.
2. Функції засобів масової інформації, їх види та класифікація.
3. Педагогічні аспекти медіаграмотності. Соціально-педагогічні критерії медіа, їх характеристика за наслідками впливу на аудиторію слухачів або особистості.
4. Медіа та сучасне мистецтво, література, субкультура, контркультура молоді.
5. PR-акції в засобах масової інформації. Гіперболізовані ознаки медіаповідомлень. Проблеми захисту особи від маніпулювання з боку засобів масової інформації.
6. Мультимедійність як психолого-педагогічні умови сприйняття і засвоєння навчального матеріалу. Комп'ютерні програми, глобальна мережа Інтернет. Комп'ютерна анімація та імітація.
7. Позитивні і негативні наслідки застосування медіатехнологій навчання. Психічні явища, що пов'язані з впливом на особистість медіатехнологій навчання (Internet-залежність, синдром хакера та інші).
8. Медіаосвіта і основи аудіовізуальної грамотності як психолого-педагогічна складова підготовки педагогічних і науково-педагогічних працівників.
9. Організаційно-методичні аспекти формування основ медіаграмотності. Розвиток критичного мислення і умінь розуміти сутність повідомлень. Маніпулювання свідомістю особи.
10. Теле- і аудіопрограми та їх ідеологічна спрямованість і правдивість. Теледебати, телемости, ефективність їхнього впливу на слухацьку аудиторію і особу.
11. Спецмедіапроекти. Елементи навіювання та їх негативні наслідки і прояви в суспільстві. Недобросовісна медіаінформація і деформація дійсності.
12. Роль медіа в формуванні світоглядних позицій молоді.
13. Медіакомпетенція педагогічного працівника. Учитель як основний фігурант інформатизації в освіті.

14. Дидактичний і виховний потенціал медіа.
15. Роль медіа у формуванні моральних, культурологічних, світоглядних принципів громадянськості.

5. Основний перелік проектів

1. Модель медіакомпетентного учня.
2. Модель медіакомпетентного педагога.
3. Модель медіапросвіти батьків.
4. Модель медіаосвіти в ДНЗ, ЗНЗ.
5. Технологічна модель уроку курсу «Медіакультура особистості» для учнів 10 кл.
6. Програма курсу «Медіакультура особистості» для учнів 1–4 кл.
7. Програма курсу «Медіакультура особистості» для учнів 5–8 кл.
8. Модель спільної медіаосвітньої діяльності школи, сім'ї, громадськості.

6. Індивідуальні навчально-дослідні завдання

1. Укласти медіатеку та підготувати анонс до проблеми «Свобода думок (слова)», «Свобода інформації. Свобода комунікації», «Свобода преси. Свобода медіа».
2. Проаналізувати особливості кожного типу соціальної інформації із переглянутих протягом останніх двох тижнів медіатекстів. Охарактеризувати ці типи соціальної інформації за критерієм істинності.
3. Визначити якості медіакультурної особистості на кожному рівні медіакультури (медіаобізнаність, -грамотність, -компетентність) за складовими (спрямованість особистості ставлення до візуальної медіареальності, способи когнітивної обробки візуальної медіаінформації, медіаторчість тощо).
4. Визначити можливості, які надали людині провідні візуальні медіазасоби, описати технічні принципи дії та психологічні механізми сприймання візуальної технічної ілюзії.
5. Здійснити контент-аналіз, дискурс-аналіз, моніторинг теленовін на 1–2 всеукраїнських каналах та визначити суть медіапсихологічних прийомів.
6. Розробити власні механізми психологічного захисту від непотрібної аудіовізуальної, візуальної інформації. Запропонувати колегам.
7. Проаналізувати аудіовізуальні, візуальні медіатексти за допомогою когнітивних підходів: раціонально-аналітичного та інтуїтивно-асоціативного. Самостійно підібрати медіатексти.
8. Розробити тему «Сприймання аудіального продукту», вивчивши музичні уподобання учнів, батьків.
9. Скласти перелік основних психофізіологічних норм та ергономічних вимог до діяльності з інформаційно-комп'ютерними технологіями та правил безпечного поводження в Інтернеті. Визначити особливості адаптаційної поведінки учнів у Інтернет-просторі.
10. Описати можливі мультимедійні ресурси оптимізації навчального процесу. Обговорити з колегами.
11. Дати визначення поняття «мережевий етикет». Розробити «Етичний кодекс користувача Інтернету».

7. Самостійна робота слухача

1. Учитель як основний фігурант інформатизації в освіті.
2. Психолого-педагогічні аспекти застосування мас-медіа в освіті.
3. Медіаосвіта як чинник створення середовища для культурного і духовного зростання учнів.

8. Оцінювання рівня досягнень слухачів

Рівень навчальних досягнень слухача курсів (РНД СХ) розраховується як середнє арифметичне балів за вихідне діагностування (ВД) та курсову роботу (проект) (КР), до яких можуть додаватися бонусні бали (ББ).

| № з/п | Вхідне діагностування, бали | Вихідне діагностування, бали | Курсова робота | Бонусні бали |
|-------|-----------------------------|------------------------------|----------------|--------------|
| 1 | 100 * | 100 | 100 | 10 |

$$\text{РНД СХ} = \frac{\text{ВД} + \text{КР}}{2} + \text{ББ}$$

Однак сукупна оцінка не може перевищувати 100 балів.

Бонусні бали (ББ) розраховуються за критеріальною шкалою як сума оцінок за критеріями.

$$\text{ББ} = \text{К1} + \text{К2}$$

| № з/п | Критерій оцінювання | Показник | Оцінка |
|----------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------|
| К 1 | Результат вхідного діагностування | 60–100 балів | 5 балів |
| К 2 | Участь у конференції | – активність; – логічність суджень; – переконливість аргументації | до 5 балів |
| Разом: max 10 балів | | | |

9. Шкала оцінювання: національна та ECTS

| За шкалою ECTS | За шкалою навчального закладу (у балах) | За традиційною (національною) шкалою |
|----------------|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| A | 90–100 | відмінно |
| B | 80–89 | дуже добре |
| C | 65–79 | добре |
| D | 55–64 | задовільно |
| E | 50–54 | достатньо |
| FX | 35–49 | незадовільно з можливістю повторного складання |
| F | 1–34 | неприйнятно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни |

* Оцінка за вхідне діагностування за 100-бальною шкалою не враховується, але передбачає бонусні бали.

Рекомендована література

Нормативні документи

1. Закон України «Про інформацію» // Відомості Верховної Ради України. – Київ. – 02.10.1992. – № 2657 (із змінами, внесеними згідно із Законами. Останній від 13.01.2011 № 2938).
2. Закон України «Про доступ громадян до публічної інформації» // Відомості Верховної Ради України. – Київ. – 13.01.2011. – № 2939. – VI.
3. Закон України «Про захист суспільної моралі» // Відомості Верховної Ради України. – Київ. – 20.11.2003. – № 1296. – IV.
4. Закони України:
 - «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні»;
 - «Про телебачення і радіомовлення»;
 - «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України».
5. Закон України «Про авторські і суміжні права».

Підручники, посібники, монографії, періодичні видання

6. Онкович Г. В. Використання інтегрованого простору знань у навчальному процесі засобами медіаосвіти / Г. В. Онкович // Журналістика, філологія та медіаосвіта : збірн. наукових доповідей у 2-х томах. – Т. 2. – Полтава : Освіта, 2009. – С. 252–255.
7. Робак В. До питання про розвиток медіапедагогіки у Німеччині // В. Робак // Другий український педагогічний конгрес : збірник матеріалів конгресу. – Львів : ТОВ Камула, 2006. – С. 275–286.
8. Федоров А. В. Медиаобразование: вчера и сегодня / А. В. Федоров. – М. : Изд-во ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2009. – С. 234.
9. Чемерис І. М. Медіаосвіта за кордоном: теорія медіаосвіти та коротка історія розвитку / І. М. Чемерис // Вища освіта України. – 2006. – № 3. – С. 104–108.
10. Васянович Г. П. Медіаосвіта: зарубіжний і вітчизняний досвід / Г. П. Васянович // Педагогіка і психологія професійної освіти. – 2007. – № 2. – С. 11–21.
11. Задорожна І. Т., Кузнецова Т. В. Медіаосвіта // Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України / гол. ред. В. Г. Кремень. – К. : Юрінком інтер, 2008. – С. 481.
12. Новикова А. А. Медиаобразование в англоязычных странах / А. А. Новикова // Педагогика. – 2001. – № 5. – С. 87–91.
13. Робак В. Медіапедагогіка: аналіз інноваційного зарубіжного досвіду / В. Робак // Діалог культур: Україна у світовому контексті: Філософія освіти : зб. наук. праць / ред. кол. І. А. Зязюн (голов.ред), С. О. Черепанова (упоряд. відп. ред.), Н. Г. Нічкало, С. О. Сисоєва та ін. – Львів : Сполом, 2002. – Вип. 8. – С. 70–92.
14. Федоров А. В. Медиаобразование в педагогических вузах / А. В. Федоров. – Таганрог : Изд-во Кучма, 2003. – С. 124.
15. Федоров А. В. Медиа и медиаобразование / А. В. Федоров // Альма Матер / Вестник высшей школы. – 2001. – № 11. – С. 15–23.
16. Федоров А. В. Медиаобразование в Канаде / А. В. Федоров // Высшее образование в России. – 2002. – № 1. – С. 116–118.

17. Федоров А. В. Медиаобразование в Соединенном Королевстве и Ирландии / А. В. Федоров // Медиаобразование. – 2006. – № 6. – С. 61–91.
18. Федоров А. В. Медиаобразование во Франции / А. В. Федоров. – Педагогика. – 2003. – № 6. – С. 90–96.
19. Українське законодавство: засоби масової інформації. – К. : IREX ПроМедіа Україна, 2000. – 256 с.
20. Иванов В. Ф. Державна підтримка преси в Україні та за кордоном / В. Ф. Иванов // Актуальні питання масової комунікації. – Вип. 2. – 2001. – С. 5–9.
21. Иванов В. Ф. Медіа та політреклама у дзеркалі закону : монографія / В. Ф. Иванов. – К. : ЦВП, 2001.
22. Європейські стандарти в галузі свободи слова / Міністерство юстиції України / упоряд. Д. М. Третяков. – К. : Видавничий дім Ін Юре, 2002. – 230 с.
23. Иванов В.Ф. Законодавство про засоби масової інформації: український та зарубіжний досвід. – К. : Видавничий центр «Київський університет», 1999.
24. Корню Д. Етика засобів масової інформації / Д. Корню; С. Гринцевич (перекл. з фр.). – К. : К.І.С., 2004. – 130 с.
25. Иванов В., Сердюк В. Журналістська етика : підручник / В. Иванов, В. Сердюк. – 3-е вид. – К. : Вид. ВПУ «Київський університет», 2008.
26. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости / В. Беньямин // Киноведческие записки. – 1989. – № 2.
27. Власов М. П. Виды и жанры киноискусства / М. П. Власов. – М. : Знание, 1976. – 112 с.
28. Жанры кино / отв. ред. В. И. Фомин. – М. : Искусство, 1979. – 319 с.
29. Нечай О. Ф. Основы киноискусства : учебное пособие для студентов педагогических институтов / О. Ф. Нечай. – М. : Просвещение, 1989.
30. Усов Ю. Н. Основы экранной культуры / Ю. Н. Усов. – М., 1993.
31. Інтернет-архів журналу «Искусство кино». – Режим доступу: <http://kinoart.ru/>
32. Зубавіна І. Екранна культура: Засоби моделювання художньої реальності / І. Зубавіна. – Київ : Інтертехнологія, 2006.
33. Лотман Ю. Семиотика кино и проблемы киноэстетики /Ю. Лотман. – Таллин, 1973.
34. Хилько Н. Ф. Аудиовизуальная культура : словарь / Н. Ф. Хилько. – Омск : Изд-во Сиб. фил. рос. ин-та культурологи, Омск. гос. ун-т, 2000.
35. Хилько Н. Ф. Роль аудиовизуальной культуры в творческом самоосуществлении личности : монография / Н. Ф. Хилько. – Омск, 2004.
36. Шамшин Л. Б. Аудиовизуальная культура / Л. Б. Шамшин // Культурология. XX век : энциклопедия. – Т. 1. – СПб. : Университетская книга, 1998.
37. Бустров Р. Развитие творческого и критического мышления / Р. Бустров. – М. : Инс-т «Открытое общество», 2000.
38. Бутенко А. В., Ходос Е. А. Критическое мышление: метод, теория, практика / А. В. Бутенко, Е. А. Ходос. – М. : Мирос, 2002.
39. Загашев И. О., Заир-Бек С. И. Критическое мышление: технология развития / И. О. Загашев, С. И. Заир-Бек. – СПб. : Альянс «Дельта», 2003. – 284 с.
40. Москаленко А. З. Основні функції і принципи преси / А. З. Москаленко. – К., 1998.
41. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – СПб. : Речь, 2003. – 291 с.

42. Мерзлякова О. Л. Учителі й учні: мистецтво діалогу: семінарські і тренінгові заняття психолога з педагогами / О. Л. Мерзлякова. – К. : Шк. світ, 2008. – 112 с.
43. Мерзлякова О. Дослідження вразливості до маніпуляційного впливу : авторська методика / О. Мерзлякова, О. Колісник // Психолог. – 2008. – № 12. – С. 10–14.
44. Мерзлякова О. Л. Психологічна безпека – вчителю: презентація напряму післядипломної освіти : зб. наук. пр. / Ун-т менедж. освіти АПН України; за ред. О. Л. Ануфрієва та ін. – К., 2009. – Вип. 12. – С. 222–229.
45. Мерзлякова О. Профілактика деструктивних впливів мас-медіа : програма занять для молоді. – К. : «Шкільний світ», 2010.
46. Почепцов Г. Г. Как ведутся тайные войны. Психологические операции в современном мире. – Ровно : ППФ «Волинські обереги», 1999. – 304 с.
47. Почепцов Г. Г. Теория и практика информационных войн / Г. Г. Почепцов. – Ровно : ППФ «Волинські обереги», 1999. – 124 с.
48. Савпин М. Соціальна психологія : підручник / М. Савпин. – Дрогобич, 2000. – С. 99–163.
49. Кузнецова О. Д. Журналістська етика та етикет: основа теорії, методики, дослідження, трансформації незалежних видань України: врегулювання моральних порушень : монографія / О. Д. Кузнецова. – Львів : Світ, 1998.
50. Іванов В. Ф. Журналіст і суспільство // Етика в редакційному повсякденні. К., Академія Української Преси, Видавництво «К.І.С» Фонд Фрідріха Науманна «За свободу», 2010. – С. 11–23.
51. Декларація принципів поведінки журналістів, що прийнята на другому Всесвітньому Конгресі Міжнародної Федерації журналістів (Бардо, 25–28 квітня 1954 р.), зі змінами внесеними XVIII Всесвітнім Конгресом МФЖ (Хельсінгбор, 02–06 червня 1986 р.)
52. Український медіаландшафт. – К. : Фонд Конрада Аденауера та Академія Української Преси, видавництво «Геопрінт», 2011.
53. Свобода самовираження, свободний потік інформації, свобода средств массовой информации. Основные положения СБСЕ/ОБСЕ 1975–2007 гг. – Вена : ОБСЕ, 2007. – 34 с.
54. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А. В. Федоров. – Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. – 64 с.
55. Москаленко А. З. Губернський Л. В., Іванов В. Ф. Основи масової інформаційної діяльності / А. З. Москаленко, Л. В. Губернський, В. Ф. Іванов. – К., 1999.
56. Средства массовой информации в современном мире // Петербургские чтения. – СПб., 2003.
57. Почепцов Г. Г. Маніпулятивний потенціал телевізійних політичних ток-шоу / Г. Г. Почепцов. – Режим доступу: osvita.telekritika.ua/material/2124
58. Дьякова Е. Г., Трахтенберг А. Д. Массовая коммуникация и проблема конструирования реальности: анализ основных теоретических подходов / Е. Г. Дьякова, А. Д. Трахтенберг. – Екатеринбург : УрО РАН, 1999. – Режим доступу: <http://www.humanities.edu.tu/db/msg/46229>.

59. Вирилио П. Информационная бомба. Стратегия обмана / П. Вирилио. – М., 2002, С. 9–115.
60. Кроукер А., Кук Д. Телевидение и торжество культуры / А. Кроукер, Д. Кук // Комментарии. – № 11. – М., 1997.
61. Марков Б. Храм и рынок. Человек в пространстве культуры / Б. Марков. – СПб., 1999. – С. 188–195.
62. Филлипс Л., Йоргенсен М. В. Дискурс-анализ. Теория и метод / Л. Филлипс, М. В. Йоргенсен. – Харьков : Гуманитарный центр, 2008.
63. Черных А. Мир современных медиа / А. Черных. – М., 2007.
64. Чарлин Ли, Джош Бернофф. Взрывная Web_Волна. Как добиться успеха в мире, преображенном интернет-технологиями – Альпина, 2010. – 280 с.
65. Курс з комунікації в нових медіа. Як привабити нові аудиторії : навчальні конспекти / за редакцією А. Маштакова та М. Саваневського. – К. : 2010. – 52 с. – Режим доступу: <http://medianext.com.ua/biblio/learn/90-2010-12-30-11-56-09>
66. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. – Київ : Центр вільної преси, 2012. – 352 с.
67. Медіаосвіта та медіаграмотність: короткий огляд / В. Іванов, О. Волошенюк, Л. Кульчинська. – К. : Академія української преси, Центр вільної преси, 2011. – 58 с.
68. Медіаосвіта (медіаграмотність) : навчальна програма. – К. : АУП, 2011. – 95 с.
69. Найдюнова Л. А. Навчально-методичний комплекс спецкурсу «Медіапсихологія: основи рефлексивного підходу до проблеми взаємодії інформаційного та освітнього просторів». – Київ, 2011. – 44 с.
70. Робочий зошит курсу за вибором для учнів 10 класу загальноосвітніх навчальних закладів «Медіакультура» / Л. А. Найдюнова, О. Т. Баршиполець, О. Є. Голубева та ін.; упоряд. Г. В. Мироненко, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України. – К., 2012. – 100 с.

Словники, довідники

1. Задорожна І. Т., Кузнецова Т. В. Медіаосвіта / І. Т. Задорожна, Т. В. Кузнецова // Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України / гол. ред. В. Г. Кремень. – К. : Юрінком інтер, 2008. – С. 481.
2. Кеплінгер Х. М., Ноель-Нойманн Е. Вплив масмедіа / Х. М. Кеплінгер, Е. Ноель-Нойманн // Публіцистика. Масова комунікація : медіа-енциклопедія / за загал. ред. В. Ф. Іванова. – К. : АУП, ЦВП, 2007.
3. Хилько Н. Ф. Аудиовизуальная культура : словарь / Н. Ф. Хилько. – Омск : Изд-во Сиб. фил. рос. ин-та культурологи, Омск. гос. ун-т, 2000.
4. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности / А. В. Федоров. – Таганрог : Изд-во Таганрог. гос. пед. ин-та, 2010. – 64 с.
5. Вайшенберг З. Журналістика та медіа : довідник / Зігфрід Вайшенберг, Ганс Й. Кляйнштойбер, Бернгард Пьоркен / перекл. з нім. П. Демешко та К. Макеев, за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. – К. : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2011. – 529 с.

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПРОГРАМА
ФАКУЛЬТАТИВНОГО КУРСУ «МЕДІАКУЛЬТУРА»
для учнів основної школи
(7 клас)

І. І. Ржевська

Пояснювальна записка

Мета освіти – підготувати людину до життя, мета медіаосвіти – підготувати людину як особистість до життя серед великої кількості засобів мас-медіа.

Поява засобів преси сприяла розвитку навичок читання та письма, тобто так звана алфавітна культура «alphabetic literacy», або ми назвемо її культурою писемності, що стала основною метою освітньої системи.

XX–XXI століття стали розквітом аудіовізуальної мови засобів мас-медіа, тому є логічним той факт, що людина повинна володіти не тільки культурою писемності, але й візуальною або аудіовізуальною культурою.

Медіакультура допомагає розвинути здатність людини критично ставитися до засобів мас-медіа, до тих прийомів та способів, за допомогою яких вони впливають на соціум. У більш вужчому розумінні медіакультура – це результат освіти, мета якої навчити людину розуміти медійні засоби та отримувати від цього задоволення. Саме медіакультура дає відповідь на запитання як створюються засоби мас-медіа, яку структуру вони мають і наскільки правдиво відображають наше життя. Якщо людина володіє цими навичками, вона вмє і відтворювати засоби мас-медіа у багатогранності їх форм.

Починаючи з 60-х рр. XX століття, у багатьох розвинутих країнах світу (Австралія, Канада, США, Франція) сформувався специфічний напрям – медіаосвіта (медіакультура, медіаграмотність), що має на меті допомогти школярам зорієнтуватися у всеосяжному полікультурному потоці сучасної інформації, сформувати вміння аналізувати і розуміти медіатексти. Ще у 1989 р. Рада Європи на основі документів ЮНЕСКО схвалила «Резолюцію з медіаосвіти і нових технологій», де визнано вирішальну роль телевізійного, радіо і кінематографічного культурного досвіду дітей, тому медіаосвіта має розпочинатися якомога раніше і продовжуватися весь період навчання в школі як обов'язковий предмет.

Вплив ЗМІ на учнів, особливо середнього шкільного віку, є надзвичайно потужним і всебічним. Будь-яка інформація, що транслюється теле-, радіо-, відео-, аудіо- каналами, так чи інакше несе заряд естетичного або антиестетичного впливу, оскільки націлена на максимальне збудження емоцій, почуттів, образно-асоціативного мислення. Нейтральних щодо естетичних параметрів програм і передач просто немає і бути не може. Завдання школи – не ігнорувати очевидні процеси, не накладати табу на інформаційну стихію, а контролювати ці процеси, створювати своєрідні імуннозахисні кордони щодо антихудожньої інформаційної продукції.

В Україні, як свідчить практика, комплексні програми з медіакультури й медіаосвіти учнів загальноосвітніх шкіл не розроблялися, хоча існують різні гуртки для окремих напрямів ЗМІ. Водночас у школярів, які мають значний інформаційний досвід, не сформовані естетичні критерії орієнтації у цій царині.

Термін «**медіа**» (від лат. media – засіб) використовується як синонім засобів масової інформації та комунікації (ЗМІ) в усьому світі. До сучасних медіазасобів традиційно включаються друковані видання, преса, фотографія, звукозапис, радіо, кінематограф, телебачення, відео та мультимедійні комп'ютерні системи, зокрема, Інтернет.

ЗМІ можуть здійснити педагогічно доцільний вплив – пізнавальний, морально-виховний, естетичний – лише в тому випадку, коли учні адекватно сприйматимуть трансльовану інформацію, критично ставитимуться до неї, тобто за умов формування основ інформаційної культури особистості.

Мета курсу: формування естетичних смаків, розвиток аналітичних і творчих здібностей, критичного мислення учнів у процесі опанування знань і практичних умінь у царині сучасної медіакультури.

Завдання курсу:

- ознайомити учнів основної школи із специфікою та особливостями функціонування в соціумі сучасних засобів масової інформації і комунікації: друкованих видань, преси, фотографії, звукозапису, радіо, кінематографу, телебачення, відео, комп'ютерних технологій, зокрема, Інтернет;
- стимулювати використання отриманих знань і вмінь у навчально-пізнавальній, зокрема художній, діяльності, а також під час змістовного й естетично забарвленого дозвілля;
- сприяти професійній орієнтації у розмаїтті сучасних професій, пов'язаних з індустрією ЗМІ.

Основними аспектами формування медійної культури учнів є:

- розуміння ролі інформації в житті суспільства;
- знання інформаційних ресурсів і готовність до сприйняття інформації;
- уміння ефективно здійснювати пошук та вибрати інформацію з різних джерел;
- здатність до аналітичної переробки, використання та створення нової інформації.

Програму розраховано для учнів 7 класу, на 1 рік навчання (34 години), протягом якого учні матимуть можливість обрати пріоритетний для них напрям медіакультури і вдосконалювати його далі.

Програма складається з:

1. Пояснювальної записки.
2. Навчально-тематичного плану.
3. Словника термінів для вчителя.
4. Додатків: можливі практичні завдання, словник термінів для вчителя та допоміжні джерела.

Орієнтовний навчально-тематичний план

| № | Тема | Ключові питання, що розглядаються в темі | Кількість годин |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| I. Вступ. Простір медіакультури (МК) | | | |
| 1 | Поняття медіа, медіакультура та їх історія | Що таке медіа? Класифікація мас-медіа. Як з'явилося поняття «медіакультура»? Чим корисний для | 1 |

| | | | |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| | | мене цей курс? Створення щоденника власних культурних досягнень медіапростору | |
| 2 | Інформаційний простір. Що це? Засоби мас-медіа | Що являє собою сучасний інформаційний простір? Цінність інформації. Які є засоби мас-медіа? Які з цих засобів найпопулярніші у вашому житті? | 1 |
| 3 | Інформаційна безпека | Поняття «інформаційна безпека». Її завдання. Комп'ютерні віруси. Спам. Природні загрози. Реальні загрози для забезпечення | 1 |
| 4 | Інформаційна етика (ІЕ) | Поняття «інформаційна етика». Морально-етичні засади розвитку інформаційного суспільства. Подолання сучасних проблем засобами ІЕ | 1 |
| II. Медіаторчість та медіапродукт | | | |
| 5 | Сприйняття медіатексту. Теорія впливу | Суть медіатексту. Види медіатекстів. Психологія сприйняття. Способи сприйняття інформації. «Сприйняття-аналіз-висловлення своєї оцінки» | 1 |
| 6 | Медіаторчість (МТ) | Поняття, засоби, межі медіаторчості. Створення власних текстів на суспільно-моральну тему. Аналіз МТ. Актуальні проблеми | 1 |
| 7 | Позитивні емоції від медіапродукції | Можливі емоції від сприйнятої інформації. Сміх – запорука гарного настрою | 1 |
| 8 | Маніпуляції з екрану | Поняття маніпуляції. Можливі способи маніпуляцій. Як не піддаватися таким діям перед екраном? | 1 |
| 9 | Знаки інформаційного простору | Які є знаки інформаційного простору? Для чого вони служать? Доцільність їх використання. Державна політика у цьому питанні | 1 |
| 10 | Цензура. Авторське право. Плагіат | Поняття цензури. Навіщо вона потрібна? Що таке авторське право та авторський знак? Відповідальність за плагіат | 1 |
| III. Життя в мережі Internet | | | |
| 11 | Користь та небезпека «світової павутини» | Чи можливе життя сьогодні без світової мережі? Навіщо він потрібен? Ваше ставлення та ставлення ваших батьків до | 1 |

| | | | |
|----|-------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| | | Інтернету. За що його називають ще й великим сміттєзвалищем? | |
| 12 | Які сайти можна відвідувати? | Список заборонених сайтів. Дитячі сайти | 1 |
| 13 | Як захиститися від вірусів та спаму | Поняття «комп'ютерні віруси та антивірусні програми». Чим небезпечні віруси? Як захиститися від спаму? | 1 |
| 14 | Пошук інформації для розвитку | Основні правила пошуку інформації в Інтернеті. Маса цікавої і корисної інформації | 1 |
| 15 | Обробка текстової інформації та культура її представлення | Робота у текстовому редакторі Word, критерії оформлення повідомлень, рефератів. Створення презентацій, газет, буклетів | 1 |
| 16 | Способи збереження інформації. Пароль та доступ | Що таке пароль? Навіщо він потрібен? Чому це особиста інформація? Які є способи та засоби збереження інформації? Культура систематизації матеріалів | 1 |
| 17 | Способи передачі інформації: листування, повідомлення, живе спілкування | Можливі шляхи передачі, обміну інформацією. Характеристика цих процесів. Яким в ідеалі повинне бути листування, SMS, спілкування вживу? | 1 |
| 18 | Моя сторінка в соціальній мережі. Яка вона? | Характеристика власної сторінки? Достовірність розміщеної інформації (адреса, тел., місце роботи батьків). Загрози відкритості інформації про себе. Критерії до етичності виставлених фотографій. Захист сторінки | 1 |
| 19 | Із ким дружити в Internetі? | Небезпека від незнайомих, які хочуть із вами потоваришувати. Кого слід додавати у друзі | 1 |
| 20 | Для чого Еl-mail? | Переваги та небезпека електронної пошти. Як уберегтися від спаму? Яким повідомленням не слід довіряти? Інтерфейс | 1 |
| 21 | Залежність від комп'ютерних ігор | Психологічний вплив віртуальних ігор. Навіщо вони потрібні? Скільки часу можна грати? Що пропагують такі ігри? Співвідношення віртуальності з реальним світом | 1 |
| 22 | Фінансові операції в Internet | Замовлення, продаж, купівля товарів – як вона здійснюється? Небезпека таких операцій | 1 |

| | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| 23 | Реакція на рекламу | Адекватне і критичне сприйняття реклами. Вплив реклами на свідомість людини | 1 |
| IV. Культура спілкування | | | |
| 24 | Принципи спілкування в соціальних мережах | Принципи спілкування в соціальних мережах. Морально-етичні норми корисного взаємозв'язку | 1 |
| 25 | Позитиви та негативи спілкування в електронній пошті | Позитиви та негативи спілкування в електронній пошті. Як потрібно будувати повідомлення? Чи слід відповідати незнайомим адресатам? | 1 |
| 26 | Етика інтерактивного спілкування у Skype, ICQ | Засади інтерактивного спілкування у Skype, ICQ. Стань цікавим і приємним співрозмовником | 1 |
| 27 | Поведінка під час спілкування з незнайомцями | Правила поведінки під час спілкування з незнайомцями. Чому не слід довіряти занадто вигідним пропозиціям від незнайомих людей? Обговорюй з батьками всі можливі перестороги | 1 |
| 28 | День культури спілкування в Internetі | Історія цього свята. За що його виділили в окреме свято? | 1 |
| 29 | Словник інтернетчика | Розроби власний словник (набір слів, якими ти користуєшся в мережі). Аналіз словникового запасу | 1 |
| 30 | Раціональне використання часу в мережі | Як швидко плинне час в мережі? Як робити декілька справ одночасно? | 1 |
| V. Правила інформаційної культури | | | |
| 31 | Правила поведінки в інформаційному середовищі | Загальні та власні правила поведінки в інформаційному середовищі. Актуальні проблеми та шляхи їх вирішення | 1 |
| 32 | Власний медіапортрет | Створи власний медіапортрет, довівши свою медіаграмотність | 1 |
| 33 | Сімейні правила інформаційної культури | Створи разом із батьками 10 основних правил інформаційної культури | 1 |
| 34 | Підсумкове заняття за рік | Захист можливих проєктів, обговорення щоденника власних культурних досягнень медіапростору | 1 |
| Усього: 34 години. Розподіл часу (теорія та практика), вибір форми проведення заняття здійснюється на розсуд учителя | | | |

Можливі практичні завдання

Завдання: ознайомтесь із порадами «Правила етикету щодо використання мобільних телефонів». Проаналізуйте, на якому рівні сформовано ваш діловий етикет. Відмітьте знаком «+» ті пункти, які ви виконаєте, а «-» ті пункти, яких ви не дотримуетесь. Кожен «+» – 1 бал, «-» – 0 балів. Скільки балів ви набрали?

Правила етикету щодо використання мобільних телефонів:

- Залишайте свій телефон увімкненим лише тоді, коли дзвінки на ваш телефон не будуть створювати незручностей для інших.
- Уникайте дзвінків на ваш телефон, які б переривали бесіду з людиною, яка знаходиться поруч із вами. Перед початком розмови вимкніть телефон (переставте його на режим прийому повідомлень) або попередьте співрозмовника, що ви очікуєте важливий дзвінок (він має бути саме таким), вибачтесь, почувши сигнал.
- Концентруйте свою увагу лише на одній особі (тій, яка знаходиться поруч із вами). Коли ви розмовляєте з людиною, яка знаходиться поруч, приділяйте їй всю свою увагу. Якщо ви чекаєте на дзвінок, ваша увага до співрозмовника, очевидно, буде неповною. Якщо ви тільки завершили розмову по телефону, ви також швидше за все ще будете думками зі своїм співрозмовником і, як результат, знову не зможете повністю приділити увагу людині, яка знаходиться поруч.
- Почувши дзвінок, відразу ж вибачтесь перед будь-ким, хто знаходиться з вами поруч. Намагайтесь не затягувати розмову і якомога швидше закінчіть її. Ніколи не відповідайте на дзвінки у місцях або у манері (тон голосу, мова і т. ін.), які були б незручними або неприйнятними для інших.
- У тому випадку, коли вам необхідно подзвонити із публічного місця, відійдіть якомога далі від інших людей і говоріть якомога тихіше. Виявом надзвичайно поганих манер буде не брати до уваги почуття і реакції оточуючих на те, що ви говорите, і на те, як ви говорите. Коли тема розмови дуже важлива, легко забути, що поруч знаходяться інші люди. Багато хто і не підозрює, як дратують і відволікають розмови, які точаться навколо і які немає ніякої можливості не слухати.
- Використання мобільного телефону на вулиці або у таксі абсолютно допустиме, якщо для цього є вагома причина: якщо ви запізнюєтесь на зустріч; якщо ви забули передати важливу інформацію; якщо ви згадали про необхідність переговорити з колегою перед початком засідання. Не забувайте лише у подібних ситуаціях, ідучи вулицею, не говорити дуже голосно – підвищивши без необхідності голос, ви можете створити у перехожих враження про себе як про людину, яка намагається привернути до себе увагу інших. Не забувайте також про безпеку, особливо переходячи вулицю або йдучи крізь натовп.
- Не залишайте свій телефон увімкненим під час ділових засідань. У тому випадку, коли ви очікуєте важливий терміновий дзвінок, отримайте дозвіл головуючого не вимикати телефон і вийдіть із приміщення, де проходить засідання, як тільки почуєте/ відчуєте сигнал.

- Ніколи не залишайте увімкненим свій телефон під час публічних заходів: у кінотеатрах, театрах, на концертах, у церкві, в аудиторії, на похороні. У тому випадку, коли ви забули вимкнути телефон і він почав дзвонити, вибачтесь перед оточуючими і якомога швидше притиште його/вимкніть звук, навіть якщо це означатиме вимкнути його, не відповівши.
- У ресторанах можна залишити телефон увімкненим лише у тому випадку, коли ви очікуєте на особливо важливий або терміновий дзвінок. У принципі ж вважається неповажливим і непрофесійним дзвонити і приймати дзвінки під час ділових та світських прийомів.
- Уникайте розмов по телефону, сидячи за кермом автомобіля. Недавні дослідження показали, що кількість аварій машин, водії яких розмовляли по телефону під час руху, дорівнює кількості аварій машин, водії яких були нетверезими. Інші дослідження свідчать, що водії, які, ведучи машину, розмовляють по телефону, у такий спосіб у чотири рази більше наражаються на небезпеку потрапити в аварію, ніж водії, що уникають телефонних розмов.
- Якщо ваша робота передбачає часті переїзди машиною, за можливості купіть модель телефону зі спікерфоном або з технологією блю тус («blue tooth»), які дадуть вам можливість контролювати кермо двома руками.
- Ніколи не відповідайте на дзвінок мобільного телефону і не починайте розмову, будучи у ванній чи туалеті: ви можете потрапити у дуже неприємну ситуацію.
- Завжди пам'ятайте, що оточуючі можуть почути вашу розмову по телефону. Ніколи не називайте імен клієнтів та ділових партнерів, обговорюючи справи по телефону. Уникайте обговорення конфіденційних або делікатних питань, особливо в офісі або у публічних місцях, – мобільні телефони ніколи не гарантують безпеки.
- За можливості купуйте модель телефону, яка має беззвучний режим, – ніхто крім вас не знатиме, що ваш телефон дзвонить. При цьому не варто, відчувши рух телефону, кожен раз здригатися, викликаючи здивовані погляди оточуючих.
- У тих ситуаціях, коли ваш телефон вимкнений, використовуйте систему прийняття телефонних повідомлень.

«Моя школа». Створіть документ за допомогою програми Publisher (поради та інструкції знаходяться на сторінці http://vkontakte.ru/club_10a_klas та в розділі «На допомогу учням»). Які види інформації ви виклали у своїх медіатекстах?

«Людина у світі інформації». Створіть візуальну презентацію за допомогою програми Power Point (поради та інструкції знаходяться на сторінці http://vkontakte.ru/club_10a_klas) на теми:

- А. Мас-медіа: від gazetta до «Всесвітньої павутини».
- Б. Комп'ютер у нашому житті.
- В. Фотоальбом «Звичайний/пам'ятний день 10-... класу».
- Г. Екологія – проблема № 1!
- Д. Моя майбутня професія – ...

На яку аудиторію розраховані ваші презентації?

Ділова гра «Створюємо газету/журнал/Інтернет-сайт». Створіть випуск газети/журналу, що містить актуальну для вашої аудиторії інформацію. Оберіть тему випуску газети/журналу. Придумайте вдалий і змістовний заголовок. Розподіліть обов'язки в групі. Редакція повинна мати такий склад: **1 група: «Колаж»** (Проаналізуйте статті в улюблених газетах, журналах, на Інтернет-сайтах. Виберіть і систематизуйте їх за змістом медіатекстів. Підберіть ілюстрації до статей. Оформіть естетично стінгазету/журнал. Продумайте презентацію свого медіапродукту). **2 група: «Кулінарний журнал»** (Створіть візуальний медіапродукт за допомогою програми Power Point).

«Шкільна медіатека. Підберіть матеріали для поповнення шкільної медіатеки:

1. Електронні тексти програмних творів української та світової літератури (укажіть Інтернет-адреси електронних бібліотек, якими ви скористалися); аудіо-книги.
2. Тематична підбірка фотографій (наприклад, «Фотоальбом Лесі Українки», «Степові квіти», «Земля з Космосу» тощо).
3. Відеокліпи, документальні, художні фільми або мультфільми, які можна використати на уроках.
4. Аудіо-збірки дитячих пісень, пісень про школу, класичної музики, народних пісень тощо.
5. Рейтинг ваших улюблених Інтернет-сторінок.

«Пряма часу». Намалуйте «пряму часу», щоб показати послідовність виникнення медіатехнологій в історії нашої цивілізації.

«Я пропоную...». Напишіть статтю в газету/журнал/Інтернет-сайт, у якій би ви запропонували власні шляхи вирішення в Україні проблеми цифрової нерівності.

«Ідеальна телепрограма». Проаналізуйте програму телепередач на тиждень двох-трьох каналів. Спробуйте на основі аналізу тематики запропонованих глядачам передач, художніх та документальних фільмів зробити висновки про жанрову та аудиторну спрямованість телеканалів. Проаналізуйте причини популярності деяких каналів. Чому аудиторія обирає саме їх?

«Подорож у часі». За поданими посиланнями подивіться перші німі фільми, зняті братами Люм'єр (<http://youtu.be/F1Vl6BTvMws>, <http://youtu.be/7JDaOOw0MEE>). Напишіть відгук/анотацію про ці кінострічки. Прочитайте свої медіатексти однокласникам. Чи вдалося вам зацікавити друзів?

Словник термінів для вчителя

| | |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Засоби масової інформації | - соціальні інститути (преса, радіо, телебачення, Інтернет, видавництва тощо), що забезпечують збирання, обробку та масове поширення інформації |
| Масова комунікація | - це поняття можна розглядати мінімум у двох аспектах: 1. Як процес передачі інформації групі людей одночасно за допомогою спеціальних технічних |

| | |
|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>засобів – мас-медіа.</p> <p>2. Як дисципліну, яка вивчає різні засоби, за допомогою яких окремі люди і організації передають інформацію через засоби масової інформації великим сегментам населення одночасно (теорія масових комунікацій)</p> |
| Масова комунікація | - систематичне та одночасне поширення однотипних повідомлень у великих аудиторіях із метою інформування та здійснення ідеологічного, політичного, економічного, психологічного, організаційного впливу на думки, оцінки і поведінку людей |
| Комунікація (зв'язок, повідомлення) | - передавання інформації від однієї системи до іншої за допомогою сигналів чи спеціальних матеріальних носіїв |
| Масова інформація | - стереотипізована інформація, яка оперативна та регулярно поширюється на велику, географічно розпорошену аудиторію |
| Медіакультура | - сукупність інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, елементів культури комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передачі інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом у цілому. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі |
| Медіаграмотність | - рівень медіакультури, який стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують |
| Медіаобізнаність | -рівень медіакультури, який передбачає засвоєння особистістю системи знань про засоби масової комунікації, їх історію та особливості функціонування, користь і шкоду для людини, вміння убезпечити себе від негативних інформаційних впливів і вільно орієнтуватись у світі інформації |
| Медіакомпетентність | - рівень медіакультури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіакультурних смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства |
| Інтернет | - потужна мережа комп'ютерів, з'єднаних в єдиний інформаційний простір |

Допоміжні джерела:

1. Антонович Д., Лотоцький О. Українська книга / Д. Антонович // Українська культура : лекції за ред. Д. Антоновича. – К., 1993.
2. Асенин С. Волшебники экрана. Эстетические проблемы современной мультипликации / С. Асенин. – М., 1974.
3. Базен Р. Что такое кино? / Р. Базен. – М., 1972.
4. Баранов О. А., Пензин С. Н. Медиа, современная семья и школьник / О. А. Баранов // Медиаобразование. – 2006. – № 2. – С. 27–41.
5. Борев В., Коваленко А. Культура й массовая коммуникация / В. Борев, А. Коваленко. – М., 1986.
6. В помощь начинающим журналистам. – М., 1989.
7. Валединский В. Информатика : словарь компьютерных терминов / В. Валединский. – М., 1997.
8. Вашкевич Ю. Редактор текстов : справочник / Ю. Вашкевич и др. – М. 1993.
9. Влияние средств массовой коммуникации на интересы детей и молодежи. – М., 1989.
10. Возчиков В. Философия образования и медиакультура информационного общества / В. Возчиков. – СПб., 2007.
11. Володіна-Панченко Н. Комп'ютер замість олівця і пензля? / Н. Володіна-Панченко // Мистецтво та освіта. – 1997. – № 2.
12. Галушко Р. Западное телевидение и «массовая культура» / Р. Галушко. – М., 1991.
13. Дейк Т., Ван А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. Дейк, А. Ван. – М : Прогресс, 1989– 312 с.
14. Дергач М. Мій помічник гіпертекст / М. Дергач // Мистецтво та освіта. – 1998. – № 1.
15. Закони України «Про пресу», «Про засоби масової інформації».
16. Информатизация общества. – М., 1992.
17. Информатика в понятиях и терминах : книга для учащихся старших классов средней школы. – М., 1991.
18. Информатика и компьютерные технологии : учебное пособие для учащихся старших классов и всех пользователей персональных компьютеров. – Донецк, 1999.
19. Информационная культура специалиста гуманитарной сферы. – М., 2001.
20. Информационная культура. – Донецк, 1999.
21. Иванов В., Костенко Н. Досвід контент-аналізу / В. Иванов, Н. Костенко. – К. : Центр вільної преси. – 200 с.
22. Квіт С. Масові комунікації : підручник / С. Квіт. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 206 с.
23. Кириллова Н. Медиакультура: От модерна к постмодерну / Н. Кириллова. – 2-е изд. – М. : Академический Проект, 2006. – 448 с.
24. Комановский И. Телевидение и дети / И. Комановский // Воспитание школьников. – 1979. – № 4.
25. Поліщук В., Сайкевич Н. Комп'ютер: перше знайомство / В. Поліщук, Н. Сайкевич. – Рівне, 1998.

26. Комп'ютерна графіка : методичні вказівки до використання креслень за допомогою графічного редактора AutoCAD-2000 / укл. Ю. Ковальов та ін. – К., 2002.
27. Комп'ютерний словник / за ред. В. Соловйова. – К., 1997.
28. Крейнан Дж., Хебрейкен Дж. Інтернет : енциклопедія (пер. с англ.) / Дж. Крейнан, Дж. Хебрейкен. – Спб., 2000.
29. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие / П. Лазарсфельд, Р. Мертон // М. Макаров. Массовая коммуникация в современном мире. – М. : Аспект-пресс, 2000.
30. Лещенко М. Естетичні характеристики інформаційного потоку / М. Лещенко // Зарубіжні технології підготовки учителів до естетичного виховання. – 2 вид., доп. – К., 1996.
31. Лизанчук В. Телебачення і радіо у вихованні учнів / Лизанчук В. – К., 1985.
32. Мастерман Л. Обучение языку средств массовой информации: Теория и практика / Л. Мастерман // Перспективы. – 1984. – № 2.
33. Матвієнко О. Інтернет як технологія підтримки інформаційної діяльності в галузі мистецтва / О. Матвієнко // Мистецтво та освіта. – 1999. – № 4.
34. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навчально-методичний посібник / за ред. Л. А. Найдьоновой, О. Т. Баришпольця. – К., 2010.
35. Мірошниченко В. Методика формування естетично грамотної особистості в сучасному інформаційному просторі : програма курсу / В. Мірошниченко. – Полтава, 2000.
36. Нариси української популярної культури / ред. О. Гриценка. – К., 1998.
37. Онкович Г. В. Медиадидактика / Г. В. Онкович // Журналистика и медиаобразование. – Белгород, 2007. – Т. 1. – С. 243–248.
38. Онкович Г. В. Произведения прессфотографии как средство зрительной наглядности и методика их использования на занятиях по развитию речи / Г. В. Онкович // Медиаобразование. – 2010. – № 2. – С. 37–38.
39. Сучасні технічні засоби журналістики. Основи фотографії : програма курсу / уклад. Б. І. Черняков. – К., 1998. – 15 с.
40. Панкратов С. Інформаційні жанри / С. Панкратов. – К., 1980.
41. Потятиник Б. Массовое журналистское образование – а почему бы нет? / Б. Потятиник // МедиаКритика. – 2005. – № 10. – С. 7–10.
42. Потятиник Б. Медіа: ключі до розуміння / Б. Потятиник. – Серія: Медіакритика. – Львів : ПАІС, 2004. – 321 с.
43. Редакційно-видавнича справа: досвід, проблеми, майбутнє. – К., 1997.
44. Різун В. Маси : тексти лекцій / В. Різун. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2003. – 118 с.
45. Скуратівський В. Екранні мистецтва у соціокультурних процесах. ХХ століття. Генеза. Структура. Функції / В. Скуратівський. – Ч. I. – К., 1997.
46. Современная этикетка Украины : справочник-каталог. – Днепропетровск, 2001.
47. Сорок мнений о телевидении. – М., 1978.
48. Телеэкран приглашает друзей. – М., 1976.
49. Терин В. Основные направления исследований теории массовой коммуникации / В. Терин. – Режим доступа до статті: <http://www.ecsocman.edu.ru/images/pubs/2005/08/24/0000219128/003.TERIN.pdf>.

50. Техніка оформлення газети : навчальний посібник. – 2 вид. – К., 1997.
51. Федоров А., Новикова А. Основные теоретические концепции медиаобразования / А. Федоров, А. Новикова // Вестник Олена Куценко Российского государственного гуманитарного фонда. – 2002. – № 1. – С. 149–158.
52. Хафкемейер Х. Internet: Путешествие по всемирной компьютерной сети. – М., 1998.
53. Чашко Л. Кіно, радіо, телебачення у виховній роботі / Л. Чашко. – К., 1979.
54. Шайхитдинова С. Медиакультура: генезис, підходи к исследованию / С. Шайхитдинова // Коммуникация в современной парадигме социального и гуманитарного знания. – Материалы 4-й Международной конференции РКА «Коммуникация – 2008». – М., 2008. – С.530–532.
55. Шерковин Ю. Психологические проблемы массовых информационных процессов / Ю. Шерковин. – М., 1973.
56. Штепа В. Інтернет і музична освіта школярів / В. Штепа // Мистецтво та освіта. – 2000. – № 1.
57. Ямпольська О. Дитина і комп'ютер / О. Ямпольська // Мистецтво та освіта. – 1997.

ПРОГРАМА ГУРТКА «ОСНОВИ ЖУРНАЛІСТИКИ» ДЛЯ УЧНІВ 5–11 КЛАСІВ

Ржевська І. І.

Пояснювальна записка

У наш час збільшується потік інформації, підвищується інтерес підлітків до інформаційних технологій, тому займаючись журналістикою в школі, вирішуємо одне з головних завдань виховання – формування соціально активної особистості.

Мета програми: виховання у дітей потреби в усних і письмових публіцистичних виступах і формування для цього необхідних навичок; опанування типових для цього напрямку видів діяльності (аналіз тексту, написання творчих робіт та ін.); надання учням можливості проявити себе і досягти успіху: здійснювати випуск шкільної газети; надання школярам можливості проявити свої аналітичні і творчі здібності; надання допомоги у виборі профілю навчання на старшому рівні школи (необхідно показати, чим цікавий гуманітарний напрям); створення умов для соціальної і творчої самореалізації особистості та оволодіння учнями основами журналістської майстерності; формування творчої уяви вихованців.

На заняттях у гуртку цінується не лише письмова, але і усна мова, що є важливою якістю журналіста. Уміння міркувати, висловити свою думку, аналізувати явища, вступати в діалог – усі ці уміння формуються на заняттях в гуртках журналістики. Журналістика повинна служити як засіб висловлювання громадської думки, що формується довкола гострих проблем дитячого життя. Журналістика відкриває широкі можливості для використання знань, умінь і навичок.

Особливістю методики проведення навчальних занять у гуртку є об'єднання теоретичної і практичної частин. Порядок роботи, форми проведення занять можуть бути найрізноманітнішими, але переважає діяльнісний підхід, діти аналізують наявні матеріали, створюють власні тексти, збирають і систематизують матеріали, редагують тексти, ведуть робочі щоденники, блокноти, записники.

Гурток «Основи журналістики» є однією з форм навчання основ журналістики учнів 5–11 класів. На його засвоєння відводиться 144 навчальні години.

Основні завдання програми – виховання любові до рідної мови, розвиток мислення та творчих здібностей, художньої майстерності та вміння спілкуватися, виховання активної життєвої позиції, орієнтування на професію журналіста.

Засвоєнню програми сприяють різноманітні форми роботи з учнями: лекції, бесіди, зустрічі з цікавими людьми, огляди, екскурсії, рольові та ділові ігри, прес-конференції тощо.

Учні мають можливість виконувати практичні завдання, беручи участь у підготовці та випуску газети. Кращі роботи можуть бути надруковані в районних, обласних періодичних виданнях.

Навчання здійснюється з урахуванням вікових та особистісних особливостей учнів.

Завдання:

1. Навчальні: знайомити з історією журналістики та основами журналістської діяльності; формувати навички журналістської майстерності.

2. Розвиваючі: розвивати інтелектуальні та творчі здібності; розширювати кругозір; розвивати комунікативну компетентність.

3. Виховні: формувати усвідомлене ставлення до професії журналіста; формувати потребу в постійному підвищенні рівня поінформованості; формувати активну життєву позицію; формувати мотивацію до соціального взаємодії і співпраці.

Склад вікової групи гуртка – 15 чоловік. Тривалість навчання – 1 рік (144 години).

Навчально-тематичний план 1 рік навчання (144 години)

| № з/п | Зміст | Кількість годин | | Дата |
|-------|-----------------------------------------------------------|-----------------|-----------|------|
| | | Лекційні | Практичні | |
| 1 | Вступ. Знайомство з програмою курсу. ТБ | 1 | | |
| 2 | Поняття інформація, властивості, види та функції | 1 | 1 | |
| 3 | ЗМІ в сучасному світі. Закони про ЗМІ | 1 | 1 | |
| 4 | Поняття творчість та особливості журналістської творчості | 1 | 1 | |

| | | | | |
|----|----------------------------------------------------------------------------|---|---|--|
| 5 | Основи роботи з комп'ютерними програмами: Word, Publisher, Picture Manager | 1 | 1 | |
| 6 | Створення шкільної газети (далі – ШГ). Типи, види | 1 | 1 | |
| 7 | Збір матеріалів до ШГ | 1 | 1 | |
| 8 | Робота над ШГ та її випуск | 1 | 1 | |
| 9 | Хто такий журналіст? Особливості професії | 1 | 1 | |
| 10 | «Чому я пішов у журналістику» | 1 | 1 | |
| 11 | Планування номера ШГ | 1 | 1 | |
| 12 | Поняття про стиль. Що таке публіцистика? | 1 | 1 | |
| 13 | Заголовок та підзаголовок. Основні вимоги до їх створення | 1 | 1 | |
| 14 | Збір матеріалів до ШГ | 1 | 1 | |
| 15 | Функції, види та типи заголовків. Вчимося писати заголовки | 1 | 1 | |
| 16 | Робота над випуском ШГ | 1 | 1 | |
| 17 | Професійна етика журналіста | 1 | 1 | |
| 18 | Планування рубрик ШГ | 1 | 1 | |
| 19 | Основні заповіді журналіста | 1 | 1 | |
| 20 | Збір матеріалів до ШГ | 1 | 1 | |
| 21 | Сприйняття та обробка інформації з різних джерел | 1 | 1 | |
| 22 | Збір матеріалів до ШГ | 1 | 1 | |
| 23 | Культура мовлення та спілкування | 1 | 1 | |
| 24 | Випуск ШГ | 1 | 1 | |
| 25 | Редакційний колектив, склад і структура | 1 | 1 | |
| 26 | Розподіл обов'язків при створенні ШГ, планування рубрик | 1 | 1 | |
| 27 | Редагування тексту. Коректурні знаки | 1 | 1 | |
| 28 | Редагування матеріалів ШГ | 1 | 1 | |
| 29 | Ділова гра «Редакція газети» | 1 | 1 | |
| 30 | Знайомство з редакціями району, області, України | 1 | 1 | |
| 31 | Екскурсія до редакції | 1 | 1 | |
| 32 | Редагування та випуск ШГ | 1 | 1 | |
| 34 | Знайомство з деревом жанрів. Інформаційні жанри | 1 | 1 | |
| 35 | Замітка, ознаки та види | 1 | 1 | |
| 36 | Планування ШГ, написання замітки | 1 | 1 | |

| | | | | |
|----|-------------------------------------------------------|---|---|--|
| 37 | Звіт, зміст та види | 1 | 1 | |
| 38 | Створення звіту про шкільні події | 1 | 1 | |
| 39 | Інтерв'ю, призначення та різновиди | 1 | 1 | |
| 40 | «Беру інтерв'ю для шкільної газети» | 1 | 1 | |
| 41 | Редагування та випуск ШГ | 1 | 1 | |
| 42 | Репортаж, завдання, прийоми, види та обсяг | 1 | 1 | |
| 43 | Створення репортажу про події зі шкільного життя | 1 | 1 | |
| 44 | Робота над проектом власної міні-газети | 1 | 1 | |
| 45 | Підготовка ШГ | 1 | 1 | |
| 46 | Визначення з тематикою та рубриками власних газет | 1 | 1 | |
| 47 | Редагування матеріалів ШГ | 1 | 1 | |
| 48 | Підготовка презентацій власних газет (художні номери) | 1 | 1 | |
| 50 | Випуск ШГ. Захист проектів міні-газет | 1 | 1 | |
| 51 | Аналітичні жанри. Кореспонденція | 1 | 1 | |
| 52 | Риси, типи, ознаки кореспонденції | 1 | 1 | |
| 53 | Створення кореспонденції для ШГ | 1 | 1 | |
| 54 | Стаття, різновиди та структура | 1 | 1 | |
| 55 | Написання статті до ШГ | 1 | 1 | |
| 56 | Рецензія – критичний твір | 1 | 1 | |
| 57 | Написання рецензії | 1 | 1 | |
| 58 | Випуск ШГ | 1 | 1 | |
| 59 | Публіцистичні жанри. Нарис | 1 | 1 | |
| 60 | Планування рубрик ШГ | 1 | 1 | |
| 61 | Написання нарису | 1 | 1 | |
| 62 | Збір матеріалів до ШГ | 1 | 1 | |
| 63 | Есе «Найщасливіший день у моєму житті» | 1 | 1 | |
| 64 | Фейлетон, гумореска, пародія | 1 | 1 | |
| 65 | Складання гуморески зі шкільного життя | 1 | 1 | |
| 66 | Випуск ШГ | 1 | 1 | |
| 67 | Способи друку газет | 1 | 1 | |
| 68 | Екскурсія до Обласної типографії | 1 | 1 | |

| | | | | |
|----|----------------------------------------|---|---|--|
| 69 | Друк фотографій | 1 | 1 | |
| 70 | Створення реклами та рекламного тексту | 1 | 1 | |
| 71 | Випуск ШГ | 1 | 1 | |
| 72 | Діагностичне заняття | | 1 | |
| 73 | Підбиття підсумків | | 1 | |
| 74 | Свято «Посвята у журналісти» | | 1 | |

Джерела інформації

1. Бовін А. Професія – журналіст / А. Бовін // Журналіст.–2001.– № 3.
2. Ворошилов В. В. Журналістика : учебник / В. В. Ворошилов. – 3 издание. – С. Пб. : Изд-во Михайлова В. А., 2001.
3. Горбачук В. Г., Зоц І. О., Романько В. І. Основи журналістики : навч. посіб / В. Г. Горбачук, І. О. Зоц, В. І. Романько. – Слов'янськ, 2002.
4. Грабельников А. А. Работа журналиста в прессе : уч. пос. / А. А. Грабельников. – М. : РИП-холдинг, 2001.
5. Журналістика в школі. 8–11 класи : програма, матеріали к заняттям / авт. сост. Н. А. Спирина. – Волгоград : Учитель, 2009. – 207 с.
6. Левітова О. М. Програма гуртка «Юний журналіст». – Режим доступу: http://osvita.ua/school/lessons_summary/outschool/5712/.
7. Літературна енциклопедія. – Режим доступу: <http://feb-web.ru/feb/litenc/encyclor/>.
8. Михайлів І. Л. Історія української журналістики : навч. посіб. для вузів / І. Л. Михайлів. – 2000.
9. Москаленко А. З. Вступ до журналістики / А. З. Москаленко. – К. : Школяр, 1997.
10. Школа журналістики. – Режим доступу: <http://www.school-szvestia.ru>.

НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА ФАКУЛЬТАТИВУ «ОСНОВИ ОПРАЦЮВАННЯ МУЛЬТИМЕДІЙНИХ ДАНИХ» 7–9 КЛАСИ

Крутійєнко Олексій Миколайович

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Програма факультативу розрахована на вивчення інформатики в 7–9 класах загальноосвітніх навчальних закладів з метою допрофільної підготовки в обсязі 1 години на тиждень.

Актуальність факультативу

Одним із головних завдань шкільної освіти сьогодні є підготовка учнів до швидкого сприйняття і опрацювання великих обсягів інформації, озброєння їх сучасними засобами і технологіями роботи. На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства мультимедійні технології є необхідними засобами

опрацювання та передачі всіх типів інформації. Принципи технології мультимедіа характеризуються актами одномоментності візуального та процесуальності слухового сприймання, синтезу та синхронізації вербалізованих та невербалізованих знань, синхронізації та інтеграції часово-просторових та візуально-просторових джерел художньої та навчальної інформації. Тому оволодіння підростаючим поколінням навичками опрацювання мультимедійних даних стає дедалі необхіднішим.

Мета факультативу

Формування теоретичної бази знань, умінь і навичок роботи із сучасними програмними засобами обробки мультимедійних даних, розвиток мислення і творчої уяви, навчання роботи з інформацією засобами проектної технології.

Завдання факультативу

- *Систематизувати знання щодо:*
 - поняття мультимедійних даних;
 - принципів відтворення аудіо- та відеоінформації;
 - структури мультимедійного файлу;
 - форматів мультимедійних файлів;
 - поняття та призначення програми перетворення потоку даних;
 - поняття звуку;
 - основних характеристик звуку;
 - методів і способів запису та відтворення звуку;
 - програмних і технічних засобів, призначених для створення і показу відео;
 - методів запису з екрана монітора;
 - принципів запису інформації на оптичні диски.
- *Сформувати вміння (навички):*
 - аналізу мультимедійних файлів;
 - конвертації мультимедійних файлів;
 - запису та обробки звуку;
 - монтажу відео;
 - створення фільму;
 - створення знімків з екрану монітора;
 - запису відео з екрану монітора;
 - запису дисків DVD;
 - створення обкладинок для дисків.
- *Розвинути установки до:*
 - інноваційності;
 - естетичності;
 - креативного мислення;
 - можливостей використання набутих знань у майбутній професії.

Очікувані навчальні результати факультативу:

- *Знання:*
 - поняття мультимедійних даних;
 - принципів відтворення аудіо- та відеоінформації;
 - структури мультимедійного файлу;
 - форматів мультимедійних файлів;
 - поняття та призначення програми перетворення потоку даних;
 - поняття звуку;
 - основних характеристик звуку;
 - методів і способів запису та відтворення звуку;

- програмних і технічних засобів, призначених для створення і показу відео;
- методів запису з екрана монітора;
- принципів запису інформації на оптичні диски.
- *Уміння:*
 - аналізувати мультимедійні файли;
 - конвертувати мультимедійні файли;
 - записувати та обробляти звук;
 - монтажу відео;
 - створювати фільм;
 - створювати знімки з екрану монітора;
 - записувати відео з екрану монітора;
 - створювати диски DVD-video;
 - створювати обкладинки для дисків.
- *Установки до:*
 - інноваційності;
 - естетичності;
 - креативного мислення;
 - можливостей використання набутих знань у майбутній професії.

Навчальна стратегія факультативу

Реалізація завдань для досягнення результатів факультативу здійснюється шляхом:

- лекцій;
- практичних занять різного типу, як-то індивідуальні, робота в групах тощо;
- роботи над індивідуальними проектними завданнями;
- самостійного вивчення теоретичного матеріалу;
- захисту творчих робіт.

Рекомендації щодо роботи з програмою

Факультатив має чітко виражену практичну спрямованість, частка часу, відведеного на викладання теоретичного матеріалу, не має перевищувати 30 % загального обсягу. Практичне заняття полягає у фронтальному виконанні усіма учнями одного й того ж самого завдання, вправи за певним описом із метою набуття та удосконалення певних умінь та навичок реалізації простих або найпоширеніших дій.

Теоретичний матеріал подається невеликими порціями на початку заняття, орієнтовно протягом 10–15 хвилин, оскільки подані теоретичні відомості, якщо їх одразу не закріплено практичною роботою, засвоюються складно.

Слід підкреслити, що навчання має завершуватися виконанням учнями курсового проекту, тобто створенням відеофільму, який учень-автор захищатиме перед своїми однокласниками. На демонстрацію та обговорення проектів слід відвести 2 навчальні години. Доцільно проект виконувати учням протягом усього терміну навчання.

Для проведення занять необхідно відповідне програмне забезпечення:

- Операційна система Windows.
- Програвачі: Winamp, GOM player.
- Програмне забезпечення для аналізу мультимедійних файлів: AVInaptic, GSpot, MediaInfo, VideoInspector.
- Програмне забезпечення для конвертації файлів: Media coder, Format factory, XMedia recode, SUPER.
- Програма для обробки звуку Audacity.
- Програма для обробки відео Pinnacle VideoSpin.

- Програма для створення знімків екрана PicPick.
- Програма для запису відео з екрана Auto Screen Recorder.
- Програма для створення дисків DVD, DVDStyler.
- Програма для запису дисків BurnAware Free.
- Програма для створення обкладинок для дисків Xtreme Print Studio.

ЗМІСТОВНА ЧАСТИНА

ТЕМА 1. Поняття, призначення та структура мультимедійних даних. Апаратне та програмне забезпечення для створення, відтворення, аналізу та перетворення мультимедійних файлів.

- Правила техніки безпеки в кабінеті інформатики. Поняття про мультимедійні дані. Призначення, можливості і сфери застосування. Формати мультимедійних файлів. Апаратне та програмне забезпечення для відтворення мультимедійних файлів.
- Структура мультимедійного файлу. Поняття та призначення програми перетворення потоку даних. Формати та характеристика аудіо і відео складових мультимедійного файлу.
- Програмне забезпечення для аналізу мультимедійних файлів.
- Перетворення (конвертація) файлів. Програмне забезпечення для конвертації файлів.

ТЕМА 2. Створення та обробка відео–файлів за допомогою програми Pinnacle VideoSpin.

- Огляд програмних і технічних засобів, призначених для створення і показу відео. Середовище Pinnacle VideoSpin, основні поняття монтажу та виводу фільму. Налаштування параметрів. Поняття проекту. Відкриття та збереження проекту.
- Додавання відео до проекту. Поняття сцени (кліпу). Керування програвачем. Додавання, видалення сцен із фільму. Копіювання, переміщення, об'єднання, поділ сцен у фільмі.
- Робота зі сценами у фільмі. Додавання фотографій та інших графічних зображень до фільму. Додавання та налаштування переходів між сценами.
- Створення титрів. Редактор титрів. Налаштування параметрів.
- Додавання титрів до фільму.
- Озвучування фільму. Додавання голосового супроводу. Синхронізація відеоряду з аудіорядом. Зміна гучності.
- Озвучування фільму. Додавання звукових ефектів, фонової музики. Налаштування гучності.
- Поняття сценарію фільму. Планування процесу створення фільму.

ТЕМА 3. Створення та обробка аудіо–файлів за допомогою програми Audacity.

- Поняття звуку. Основні характеристики звуку. Поняття цифрового звуку. Запис та відтворення звуку.
- Огляд середовища програми Audacity. Призначення. Можливості. Формати звукових файлів, які підтримує програма. Бібліотека LAME. Відкриття й збереження файлів у різних форматах.
- Редагування звукової доріжки. Робота з фрагментами звукової доріжки. Видалення шуму.
- Ефекти: нормалізація, луна, посилення басових частот, зміна темпу, зміна швидкості, розворот, повтор, плавне наростання і затухання, посилення сигналу.
- Робота з кількома звуковими доріжками. Стерео доріжка.

- Підключення, налаштування мікрофона. Запис із мікрофона. Збереження запису.

ТЕМА 4. Знімок екрана. Запис відео з екрана комп'ютера. Запис та оформлення дисків.

- Програма PicPick. Огляд середовища, призначення, можливості. Створення, редагування та збереження знімків екрана.
- Програма Auto Screen Recorder. Огляд середовища, призначення, можливості. Запис та збереження відео з екрана.
- Програма DVDStyler. Огляд середовища, призначення, можливості. Створення меню дисків DVD.
- Створення дисків DVD. Програма BurnAware Free. Огляд середовища, призначення, можливості. Запис дисків різних форматів.
- Створення обкладинок для дисків Програма Xtreme Print Studio. Огляд середовища, призначення, можливості.

ТЕМА 5. Проектна робота «Створення відеоуроків».

- Вибір теми. Розробка сценарію.
- Створення та запис голосового супроводу.
- Запис відео з екрану.
- Створення відеоуроку.
- Захист робіт.

РОЗПОДІЛ НАВЧАЛЬНИХ ГОДИН КУРСУ

| | Лекції, вивчення теорії, год. | Практич- ні заняття год. | Семінар- ські заняття, год. | Самостій- на робота, год. | Усього, год. |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|-----------------|
| Тема 1. Поняття, призначення та структура мультимедійних даних. Апаратне та програмне забезпечення для створення, відтворення, аналізу та перетворення мультимедійних файлів | 2 | 2 | | 1 | 5 |
| Тема 2. Створення та обробка відео–файлів за допомогою програми Pinnacle VideoSpin | 6 | 3 | | 1 | 10 |
| Тема 3. Створення та обробка аудіо–файлів за допомогою програми Audacity | 4 | 2 | | 1 | 7 |
| Тема 4. Знімок екрана. Запис відео з екрана комп'ютера. Запис та оформлення дисків | | 5 | | | 5 |
| Тема 5. Проектна робота «Створення відеоуроків» | | 6 | 2 | | 8 |
| Усього, год. | 12 | 18 | 2 | 3 | 35 |

НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНЕ ПЛАНУВАННЯ

| | Зміст навчання (тематичний план) | Розподіл навчальних годин | Форми навчальних занять | Освітній продукт |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Тема 1. «Поняття, призначення та структура мультимедійних даних. Апаратне та програмне забезпечення для створення, відтворення, аналізу та перетворення мультимедійних файлів» | | | | |
| 1 | Правила техніки безпеки в кабінеті інформатики. Поняття про мультимедійні дані. Призначення, можливість і сфери застосування. Формати мультимедійних файлів. Апаратне та програмне забезпечення для відтворення мультимедійних файлів | 1 | Лекція. Евристична бесіда. Практичне завдання | Учень знає: <ul style="list-style-type: none"> • призначення, можливості і сфери застосування мультимедійних даних; • поняття мультимедійного файлу; • типи мультимедійних файлів (формати); • апаратні і програмні засоби для відтворення мультимедійних файлів; • призначення й можливості кількох програмних засобів для відтворення мультимедійних файлів; • можливості технічних засобів, призначених для відтворення мультимедійних файлів. Розрізняє: <ul style="list-style-type: none"> • типи мультимедійних файлів (формати) |
| 2 | Структура мультимедійного файлу. Поняття та призначення програми перетворення потоку даних. Формати та характеристики аудіо і відео складових мультимедійного файлу | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | Учень знає: <ul style="list-style-type: none"> • структуру мультимедійного файлу; • формати аудіо та відео у мультимедійному файлі; • призначення програми codec; • характеристики аудіо та відео складових мультимедійного файлу (Bit rate, frame rate, frame size, aspect ratio); • залежність розміру файлу від характеристик його складових. Розрізняє: <ul style="list-style-type: none"> • формати аудіо та відео у мультимедійному файлі |
| 3 | Програмне забезпечення для аналізу мультимедійних файлів. Аналіз мультимедійних файлів за допомогою програм: AVInaptic, GSpot, | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | Учень знає: <ul style="list-style-type: none"> • призначення й можливості програм для аналізу мультимедійних файлів; • характеристики аудіо та відео складових |

| | Зміст навчання (тематичний план) | Розподіл навчальних годин | Форми навчальних занять | Освітній продукт |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | MediaInfo, VideoInspector | | | <p>мультимедійного файлу (Bit rate, frame rate, frame size, aspect ratio).</p> <p>Уміє:</p> <ul style="list-style-type: none"> аналізувати структуру мультимедійних файлів. <p>Розрізняє:</p> <ul style="list-style-type: none"> характеристики аудіо та відео складових мультимедійного файлу (Bit rate, frame rate, frame size, aspect ratio). <p>Володіє:</p> <ul style="list-style-type: none"> програмами для аналізу структури мультимедійних файлів |
| 4 1.4. | Перетворення (конвертація) файлів. Програмне забезпечення для конвертації файлів: Media coder, Format factory | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | <p>Учень знає:</p> <ul style="list-style-type: none"> призначення й можливості програм для конвертації файлів; процес та необхідність конвертації файлів. <p>Уміє:</p> <ul style="list-style-type: none"> конвертувати файли. <p>Володіє:</p> <ul style="list-style-type: none"> програмами для конвертування мультимедійних файлів |
| 5 1.5. | Програмне забезпечення для конвертації файлів: XMedia recode, SUPER | 1 | Практичне завдання. | <p>Уміє:</p> <ul style="list-style-type: none"> конвертувати мультимедійні файли у різні формати. <p>Володіє:</p> <ul style="list-style-type: none"> програмами для конвертування мультимедійних файлів |

| | Зміст навчання (тематичний план) | Розподіл навчальних годин | Форми навчальних занять | Освітній продукт |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Тема 2. «Створення та обробка відео файлів за допомогою програми Pinnacle VideoSpin» | | | | |
| 6 2.1. | Огляд програмних і технічних засобів, призначених для створення і показу відео. Середовище Pinnacle VideoSpin, основні поняття монтажу та виводу фільму. Налаштування параметрів. Поняття проекту. Відкриття та збереження проекту | 1 | Лекція | Учень знає: <ul style="list-style-type: none"> • призначення й можливості кількох програмних засобів створення відео; • можливості технічних засобів, призначених для запису відео; • поняття: робоче поле, альбом, програвач, часова шкала, сцени, доріжки: відеоматеріали, вихідний звук, титри, звукові ефекти, фонова музика; • процес монтажу фільму. Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • користуватися головним меню; • налаштовувати параметри |
| 7 2.2. | Додавання відео до проекту. Поняття сцени (кліпу). Керування програвачем. Додавання, видалення сцен із фільму. Копіювання, переміщення об'єднання, поділ сцен у фільмі | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | Учень знає: <ul style="list-style-type: none"> • поняття сцени (кліпу). Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • додавати відео або окремі сцени до фільму з декількох джерел; • працювати з програвачем. Розрізняє: <ul style="list-style-type: none"> • призначення кнопок: файли, сцени, вигляд. Володіє: <ul style="list-style-type: none"> • процесами видалення, копіювання, переміщення об'єднання, поділом сцени |
| 8 2.3. | Робота зі сценами у фільмі. Додавання фотографій та інших графічних зображень до фільму | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | Учень знає: <ul style="list-style-type: none"> • формати графічних зображень. Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • додавати до фільму графічні зображення |
| 9 2.4. | Робота зі сценами у фільмі. Додавання та налаштування переходів між сценами | 1 | Практичне завдання | Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • редагувати відеоряд фільму; • видаляти, копіювати, перемішувати об'єднувати, ділити |

| | Зміст навчання (тематичний план) | Розподіл навчальних годин | Форми навчальних занять | Освітній продукт |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | сцени; <ul style="list-style-type: none"> • додавати та налаштувати переходи між сценами. Володіє: <ul style="list-style-type: none"> • алгоритмами роботи з часовою шкалою, сценами, доріжками |
| 10 2.5. | Створення титрів. Редактор титрів. Налаштування параметрів | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | Учень знає: <ul style="list-style-type: none"> • призначення титрів; • середовище редактора титрів. Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • налаштувати параметри; • створювати титри |
| 11 2.6. | Додавання до фільму графічних зображень, переходів, титрів | 1 | Практичне завдання | Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • додати титри між сценами; • накладати титри на сцени; • синхронізувати титри з відеорядом. Володіє: <ul style="list-style-type: none"> • середовищем редактора титрів |
| 12 2.7. | Озвучування фільму. Додавання голосового супроводу. Синхронізація відеоряду з аудіорядом. Зміна гучності | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • додавати аудіо файли до проекту; • синхронізувати відеоряд з аудіорядом; • налаштувати гучність кожного аудіоряду Вміє: <ul style="list-style-type: none"> • додавати звукові ефекти, фонову музику; • редагувати фонову музику; • налаштувати гучність фільму вцілому. Володіє: <ul style="list-style-type: none"> • алгоритмами озвучування фільму |
| 13 2.8. | Озвучування фільму. Додавання звукових ефектів, фонові музики. Настройка гучності | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | Учень знає: <ul style="list-style-type: none"> • поняття сценарій фільму. Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • розробляти план фільму |
| 14 2.9. | Поняття сценарію фільму. Планування процесу створення фільму | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | |

| | Зміст навчання (тематичний план) | Розподіл навчальних годин | Форми навчальних занять | Освітній продукт |
|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 15 2.10 | Створення фільму | 1 | Практичне завдання | Уміє: • створювати на основі готового відео та аудіоматеріалу фільм. Володіє: • програмою Pinnacle VideoSpin |
| Тема 3. «Створення та обробка аудіо файлів за допомогою програми Audacity» | | | | |
| 16 3.1. | Поняття звуку. Основні характеристики звуку. Поняття цифрового звуку. Запис та відтворення звуку | 1 | Лекція | Учень знає: • поняття звуку; • основні характеристики звуку; • апаратне забезпечення для запису та відтворення звуку; • поняття аналогового та цифрового звуку; • процес запису та відтворення звуку. Розрізняє: • поняття аналогового та цифрового звуку |
| 17 3.2. | Огляд середовища програми Audacity. Призначення. Можливості. Формати звукових файлів, які підтримує програма. Бібліотека LAME. Відкриття й збереження файлів у різних форматах | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | Учень знає: • призначення й можливості програми Audacity, бібліотеки LAME; • формати, які підтримує програма Audacity; • структуру робочого вікна програми Audacity; • призначення панелей: – інструменти Audacity; – Control Audacity; – мікшер Audacity; – правка Audacity. Уміє: • запускати програму, відкривати й зберігати файли у різних форматах |
| 18 3.3. | Редагування звукової доріжки. Робота з фрагментами звукової доріжки. Видалення шуму | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | Учень знає: • основні принципи редагування звукової доріжки; • процес видалення шуму; • призначення більшості інструментів редагування. |

| | Зміст навчання (тематичний план) | Розподіл навчальних годин | Форми навчальних занять | Освітній продукт |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 19 3.4. | Ефекти: нормалізація, луна, посилення басових частот, зміна темпу, зміна швидкості, розворот, повтор, плавне наростання і затухання, посилення сигналу | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • виділяти, копіювати й перемішувати фрагменти; • змінювати масштаб перегляду; • користуватися часовою шкалою; • видаляти шум. Володіє: <ul style="list-style-type: none"> • панелями інструментів програми Учень знає: <ul style="list-style-type: none"> • призначення ефектів. Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • використовувати більшість ефектів; • налаштовувати параметри ефектів. Володіє: <ul style="list-style-type: none"> • алгоритмами редагування звукової доріжки |
| 20 3.5 | Робота з кількома звуковими доріжками. Стерео доріжка | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | Учень знає: <ul style="list-style-type: none"> • поняття моно та стерео доріжки. Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • розділяти стерео доріжку; • створювати стерео доріжку; • створювати нову доріжку; • виділяти, копіювати й перемішувати фрагменти між доріжками. Розрізняє: <ul style="list-style-type: none"> • звукові доріжки. Володіє: <ul style="list-style-type: none"> • алгоритмами роботи зі звуковими доріжками |
| 21 3.6. | Підключення, налаштування мікрофона. Запис із мікрофона. Збереження запису | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | Учень знає: <ul style="list-style-type: none"> • принцип запису з мікрофона. Вміє: <ul style="list-style-type: none"> • підключати та налаштовувати мікрофон для запису; • записувати звук із мікрофона; |

| | Зміст навчання (тематичний план) | Розподіл навчальних годин | Форми навчальних занять | Освітній продукт |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • редагувати звукову доріжку; • зберігати запис. |
| 22 3.7. | Створення аудіо-файлу | 1 | Практичне завдання | Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • створювати аудіо файл. Володіє: <ul style="list-style-type: none"> • програмою Audacity |
| Тема 4. «Знімок екрана. Запис відео з екрана комп'ютера. Запис та оформлення дисків» | | | | |
| 23 4.1. | Програма RicRisk. Огляд середовища, призначення можливості. Створення, редагування та збереження знімків екрана | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | Учень знає: <ul style="list-style-type: none"> • призначення й можливості програми RicRisk; • структуру робочого вікна програми RicRisk; • призначення більшості інструментів редагування. Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • запускати програму; • робити знімки з активного вікна та всього екрана |
| 24 4.2. | Програма Auto Screen Recorder. Огляд середовища, призначення можливості. Запис та збереження відео з екрана | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | Учень знає: <ul style="list-style-type: none"> • призначення й можливості програми AutoScreenRecorder; • структуру робочого вікна програми AutoScreenRecorder. Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • запускати програму; • робити запис відео з екрана; • налаштовувати параметри програми |
| 25 4.3. | Програма DVDStyler. Огляд середовища, призначення можливості. Створення меню дисків DVD | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | Учень знає: <ul style="list-style-type: none"> • призначення й можливості програми DVDStyler; • структуру робочого вікна програми DVDStyler. Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • запускати програму; • налаштовувати параметри програми; • створювати меню диска |

| | Зміст навчання (тематичний план) | Розподіл навчальних годин | Форми навчальних занять | Освітній продукт |
|--------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 26 4.4. | Створення дисків DVD. Програма BurnAware Free. Огляд середовища, призначення можливості. Запис дисків різних форматів | 1 | Міні-лекція Практичне завдання | Учень знає: <ul style="list-style-type: none"> • призначення й можливості програми BurnAware Free; • структуру робочого вікна програми BurnAware Free. Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • створювати диски DVD-video; • запускати програму. BurnAware; • налаштовувати параметри програми; • записувати диски різних форматів |
| 27 4.5. | Створення обкладинок для дисків Програма Xtreme Print Studio. Огляд середовища, призначення можливості. Створення та оформлення диску DVD | 1 | Міні-лекція. Практичне завдання | Учень знає: <ul style="list-style-type: none"> • призначення й можливості програми Xtreme Print Studio; • структуру робочого вікна програми Xtreme Print Studio. Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • запускати програму; • налаштовувати параметри програми; • створювати обкладинки для дисків |
| Тема 5. Проектна робота «Створення відеоуроків» | | | | |
| 28 5.1. | Вибір теми. Розробка сценарію | 1 | Практична робота | Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • розробляти сценарій фільму |
| 29 5.2. | Створення та запис голосового супроводу | 1 | Практична робота | Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • записувати звук із мікрофона; • зберігати запис |
| 30 5.3. | Створення та запис голосового супроводу. Запис відео з екрану | 1 | Практична робота | Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • записувати звук із мікрофона; • зберігати запис; • робити запис відео з екрана |
| 31 5.4. | Запис відео з екрану. Створення відеоуроку | 1 | Практична робота. | Уміє: <ul style="list-style-type: none"> • робити запис відео з екрана; • створювати на основі готового відео та аудіо матеріалу фільм |

| | Зміст навчання (тематичний план) | Розподіл навчальних годин | Форми навчальних занять | Освітній продукт |
|------------|-------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 32 5.5. | Створення відеоуроку | 1 | Практична робота | Уміє: • створювати на основі готового відео та аудіо матеріалу фільм. |
| 33 5.6. | Створення відеоуроку | 1 | Практична робота | Уміє: • створювати на основі готового відео та аудіо матеріалу фільм |
| 34 5.7. | Захист робіт | 1 | Семинарське заняття | Володіє: • засобами розробки й демонстрації відеофільмів та продуктивно їх використовує |
| 35 5.8. | Захист робіт | 1 | Семинарське заняття | Володіє: • засобами розробки й демонстрації відеофільмів та продуктивно їх використовує |

Перелік творчих робіт

Створення навчального відеофільму за темами:

1. Аналіз мультимедійного файлу за допомогою програми AVInaptic.
2. Аналіз мультимедійного файлу за допомогою програми GSpot.
3. Аналіз мультимедійного файлу за допомогою програми MediaInfo.
4. Аналіз мультимедійного файлу за допомогою програми VideoInspector.
5. Перетворення (конвертація) мультимедійних файлів за допомогою програми Media coder.
6. Перетворення (конвертація) мультимедійних файлів за допомогою програми Format factory.
7. Перетворення (конвертація) мультимедійних файлів за допомогою програми XMedia recode.
8. Перетворення (конвертація) мультимедійних файлів за допомогою програми SUPER.
9. Огляд середовища програми Audacity.
10. Створення та редагування звукової доріжки у середовищі програми Audacity.
11. Створення звукових ефектів у середовищі програми Audacity.
12. Огляд середовища програми Pinnacle VideoSpin.
13. Робота зі сценами фільму у середовищі програми Pinnacle VideoSpin.
14. Створення титрів у середовищі програми Pinnacle VideoSpin.
15. Озвучення фільму у середовищі програми Pinnacle VideoSpin.
16. Створення, редагування та збереження знімків екрана за допомогою програми PicPick.
17. Запис та збереження відео з екрана за допомогою програми AutoScreenRecorder.
18. Створення дисків DVD за допомогою програми DVDStyler.
19. Запис дисків різних форматів за допомогою програми BurnAware Free.

Список використовуваних джерел

1. Ривкінд Й. Я., Лисенко Т. І., Чернікова Л. А., Шакотько В. В. Інформатика. 11 клас. Академічний рівень, профільний рівень. – Х. : Генеза.– 2011.
2. Гуржій А. Н., Зарецька І. Т., Колодяжний Б. Г. Інформатика: 10–11 кл.(підручник). – Факт, Навчальна книга, 2002, 2004,2006.
3. Шестопапов Є. А. Інформатика. Комп'ютерні тести, практичні роботи: 10–11 кл., (навчальний посібник). – Аспект, 2005.
4. Руденко В. Д., Макачук О. М., Патланжоглу М. О. Курс інформатики (у 2-х ч.) 10-11 кл., : навчально-методичний посібник. – Фенікс, 2002, 2004.
5. Ребрина В. А. Інформатика,10 кл., : Навчальний посібник. – Генеза, 2007.

Рекомендована методична література

Основні джерела:

1. Морзе Н. В. Методика навчання інформатики : навч. посіб. : У 3 ч. / за ред. акад. М. І. Жалдака.–К. : Навчальна книга, 2004.– Ч. 1. Загальна методика навчання інформатики. – 256 с.: іл.

2. Морзе Н. В. Методика навчання інформатики : навч. посіб.: У 3 ч. / за ред. акад. М.І. Жалдака.– К.: Навчальна книга, 2004. –Ч.2. Методика навчання інформаційних технологій. – 287 с.: іл.

Додаткові джерела:

1. Інформатика. Програми для профільного навчання та до профільної підготовки. – К.: ВНУ, 2009. – 400 с.
2. Державний стандарт загальної середньої освіти в Україні. Інформатика. Освітня галузь «Технології». – К.: Освіта України, 2003.
3. Концепція загальної середньої освіти (12-річна школа) // Інформаційний збірник Міністерства освіти і науки України. Січень 2002. № 2. – К.: Педагогічна преса, 2002 – 23 с.
4. Маркова А. К. Формирование мотивации учения в школьном возрасте : пособие для учителя / А. К. Маркова : – М. Просвещение, 1983. – 96 с.
5. Microsoft Corporation, Інформаційні технології в навчанні 10-11 кл., навчально-методичний посібник. : – Видавнича група ВНУ, 2005.

Інтернет-ресурси:

1. http://www.gomlab.com/ru/GMP_Introduction.html – офіційний сайт програми GOM Player.
2. <http://www.winamp.com/media-player/ru> – офіційний сайт програми Winamp Media Player.
3. <http://www.codecguide.com> – офіційний сайт програми K-Lite Codec Pack.
4. <http://fsinapsi.altervista.org/> – офіційний сайт програми AVInaptic.
5. <http://www.headbands.com/gspot/index.htm> – офіційний сайт програми GSpot.
6. <http://mediainfo.sourceforge.net/ru> – офіційний сайт програми MediaInfo.
7. <http://kcssoftwares.com/index.php?home> – офіційний сайт програми VideoInspector.
8. <http://mediacoder.sourceforge.net/> – офіційний сайт програми Media coder.
9. <http://www.formatoz.com/> – офіційний сайт програми Format factory.
10. <http://www.xmedia-recode.de/> – офіційний сайт програми XMedia recode.
11. <http://www.erightsoft.com/SUPER.html> – офіційний сайт програми SUPER.
12. <http://mytest.klyaksa.net/htm/download/index.htm> – офіційний сайт програми MyTest.
13. <http://audacity.sourceforge.net/download/?lang=ru> – офіційний сайт програми Audacity.
14. <http://www.videospin.com/redesign/default.asp> – офіційний сайт програми Pinnacle VideoSpin.
15. <http://picpick.wiziple.net/home> – офіційний сайт програми PicPick.
16. <http://www.wisdom-soft.com/> – офіційний сайт програми Auto Screen Recorder Free.
17. <http://www.dvdstyler.de/> – офіційний сайт програми DVDStyler.
18. <http://www.burnaware.com/downloads.html> – офіційний сайт програми BurnAware Free.
19. http://www.freedownloadscenter.com/Multimedia_and_Graphics/Animated_GIF_Editors/MAGIX_Xtreme_Print_Studio.html – офіційний сайт програми.
20. http://www.teatrbaby.ru/vs_01_2007_demo/zvuk/zvuk_audacity_common.htm#redac

21. <http://www.ashep.org/2008/o-formate-dvd-video/>
22. http://video.demiart.ru/books/after_effect/Glava_01/Index0.htm
23. Матеріали із Вікіпедії – вільної енциклопедії:
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/K-Lite_Codec_Pack
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Audio_Video_Interleave
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/MP4>
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Flash_Video
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/MPEG-TS>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/Matroska>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/VOB>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/MPEG-1>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/MPEG-2>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/H.264>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/MP3>
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Dolby_Digital
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/AAC>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/Битрейт>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/Фреймрейт>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/DVD>
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Соотношение_сторон_экрана
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Частота_дискретизации
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Аналого-цифровой_преобразователь
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Цифро-аналоговый_преобразователь
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Высота_звука
 - http://uk.wikipedia.org/wiki/Гучність_звуку
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/Децибел>
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Микшерный_пульс

Рекомендована навчальна література

Основні джерела:

1. Горюнов В. А., Стась А. Н. Обработка и монтаж аудиозаписей с использованием Audacity (ПО для обработки и монтажа аудиозаписей) : учебное пособие. – М. : 2008. – 40 с.

Интернет-ресурси:

1. http://www.gomlab.com/ru/GMP_Introduction.html – офіційний сайт програми GOM Player.
2. <http://www.winamp.com/media-player/ru> – офіційний сайт програми Winamp Media Player.
3. <http://www.codecguide.com> – офіційний сайт програми K-Lite Codec Pack.
4. <http://fsinapsi.altervista.org/> – офіційний сайт програми AVInaptic.
5. <http://www.headbands.com/gspot/index.htm> – офіційний сайт програми GSpot.
6. <http://mediainfo.sourceforge.net/ru> – офіційний сайт програми MediaInfo.
7. <http://kcssoftwares.com/index.php?home> – офіційний сайт програми VideoInspector.
8. <http://mediacoder.sourceforge.net/> – офіційний сайт програми Media coder.
9. <http://www.formatoz.com/> – офіційний сайт програми Format factory.

10. <http://www.xmedia-recode.de/> – офіційний сайт програми XMedia recode.
11. <http://www.erightsoft.com/SUPER.html> – офіційний сайт програми SUPER.
12. <http://mytest.klyaksa.net/htm/download/index.htm> – офіційний сайт програми MyTest.
13. <http://audacity.sourceforge.net/download/?lang=ru> – офіційний сайт програми Audacity.
14. <http://www.videospin.com/redesign/default.asp> – офіційний сайт програми Pinnacle VideoSpin.
15. <http://picpick.wiziple.net/home> – офіційний сайт програми PicPick.
16. <http://www.wisdom-soft.com/> – офіційний сайт програми Auto Screen Recorder Free.
17. <http://www.dvdstyler.de/> – офіційний сайт програми DVDStyler.
18. <http://www.burnaware.com/downloads.html> – офіційний сайт програми BurnAware Free.
19. http://www.freedownloadscenter.com/Multimedia_and_Graphics/Animated_GIF_Editors/MAGIX_Xtreme_Print_Studio.html – офіційний сайт програми
20. http://www.teatrbaby.ru/vs_01_2007_demo/zvuk/zvuk_audacity_common.htm#red
ac
21. <http://www.ashep.org/2008/o-formate-dvd-video/>
22. http://video.demiart.ru/books/after_effect/Glava_01/Index0.htm
23. Матеріали із Вікіпедії – вільної енциклопедії:
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/K-Lite_Codec_Pack
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Audio_Video_Interleave
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/MP4>
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Flash_Video
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/MPEG-TS>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/Matroska>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/VOB>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/MPEG-1>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/MPEG-2>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/H.264>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/MP3>
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Dolby_Digital
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/AAC>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/Битрейт>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/Фреймрейт>
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/DVD>
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Соотношение_сторон_экрана
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Частота_дискретизации
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Аналого-цифровой_преобразователь
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Цифро-аналоговый_преобразователь
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Высота_звука
 - http://uk.wikipedia.org/wiki/Гучність_звуку
 - <http://ru.wikipedia.org/wiki/Децибел>
 - http://ru.wikipedia.org/wiki/Микшерный_пульс

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПРОГРАМА «МЕДІАКУЛЬТУРА»

*Бондарєва Людмила Леонтіївна,
Сапожнікова Ірина Іванівна*

Пояснювальна записка

Основні завдання медіаосвіти: підготувати нове покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприйняття різної інформації, навчити людину розуміти її, усвідомлювати наслідки її впливу на психіку, опановувати способи спілкування на основі невербальних форм комунікації за допомогою технічних засобів, але головне – критично мислити, розвивати особистісне, оціночне ставлення до продукції мас-медіа в цілому та спиратися на етично-естетичні орієнтири в процесі сприймання візуальної компоненти медіапродукції.

Актуальність програми. «Медіакультура» зумовлена тим, що проблема підготовки підростаючого покоління до життя в епоху інформаційного "вибуху", інформаційних технологій, зростання ролі інформації як економічної категорії не актуалізується в контексті шкільної освіти. Випускник школи виявляється не готовим аналізувати і виявляти маніпуляційні впливи медіа, орієнтуватися в інформаційному потоці сучасного суспільства, інтегруватися і творчо самореалізуватися у світовому інформаційному просторі.

Введення програми є дуже важливим із кількох причин, а саме:

1. Експериментальна програма навчить знаходити для себе корисне і захищатися від марного (в частині інформації).

2. Інформаційна безпека дитини – це завдання як сімейного, так і шкільного виховання.

3. Сприяє формуванню у молоді критичного ставлення до медіа, перетворенню його в креативного користувача ЗМІ, що включає:

- уміння включати позашкільну інформацію в систему сформованих у школі знань;
- використання цих знань під час сприйняття і критичного осмислення інформації ЗМІ;
- уміння інтерпретувати інформацію, розуміти її суть, адресну спрямованість, мету інформування;
- здатність займати особистісну позицію відносно прихованого змісту;
- уміння знаходити необхідну інформацію в різних джерелах;
- систематизація за заданими ознаками;
- здатність переводити візуальну інформацію у вербальну знакову систему і назад;
- уміння трансформувати інформацію, видозмінювати її обсяг, форму, знакову систему, носії та інше;
- аргументація власних висловлювань, пошук помилок в одержуваній інформації та внесення пропозицій щодо їх виправлення;
- сприймання альтернативних точок зору і висловлення обґрунтованих аргументів «за» і «проти» кожної з них;

- встановлення асоціативних і практично доцільних зв'язків між інформаційними повідомленнями.

Очевидно, в цих умовах учити школяра критичному встановленню до одержуваної інформації найефективніше «у комплексі», на матеріалі навчальної інформації та матеріалах ЗМІ, якщо ті присвячені одній і тій ж проблемі. Іншими словами, слід знаходити якомога більше точок дотику навчального предмета і зовнішніх інформаційних потоків, забезпечувати їх перетин, а потім ставити і вирішувати ті медіаосвітні завдання, які відповідають саме цьому навчальному матеріалу.

Важливою ланкою цієї роботи є навчання вчителів, які повинні стати основними провідниками медіаосвіти.

Об'єктом програми є вивчення процесу історичного розвитку медіакультури, її теорії, концепцій та методик використання.

Предметом програми є особистісна медіакультура, яка передбачає надбання знань, умінь, досвіду у сфері медіареальності.

Метою експериментальної програми є:

- 1) формування теоретичної бази знань учнів з основ медіаграмотності;
- 2) формування практичних навичок ефективної і безпечної взаємодії з інформацією, отриманою з медіаджерел, у тому числі з урахуванням використання засобів сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у повсякденній практичній, зокрема навчально-пізнавальній діяльності учнів, та їх міжособовому спілкуванні;
- 3) розвиток мотивації щодо формування індивідуальної медіакультури;
- 4) формування критичного мислення, розвиток особистісного, оціночного ставлення до продукції мас-медіа в цілому;
- 5) включення позашкільної інформації в контексті загальної базової освіти в систему формування в предметних галузях знань і умінь.

У реалізації даного експерименту беруть участь:

1. Діти у віці 13–17 років (експериментальні класи: 8-Б, 8-В).
2. Творча група вчителів, яка працює з даною категорією учнів.

Експериментальна програма «Медіакультура» має термін реалізації – 3 навчальні роки (2011–2014 роки), загальний обсяг – 36 годин/рік (108 годин), режим занять – 1 раз на тиждень, тривалість заняття – 40–45 хвилин. Курс є варіативної частиною навчання.

Форма занять – групова (10–15 осіб в групі).

У процесі першого (2011–2012 навч. рік) і другого року (2012–2013 навч. рік) теоретичного навчання учні знайомляться з особливостями традиційних і нових медіа, ключовими поняттями медіаосвіти, історією розвитку засобів масової інформації. Об'єм та зміст теоретичного матеріалу відповідає віковим особливостям учнів. Паралельно вони набувають практичних навичок, вивчаючи спецкурси:

1. Програма курсу за вибором: «Основи Інтернету» (Ю. О. Дорошенко, І. О. Завадський, Н. С. Прокопенко) (Додаток № 1) – перший рік навчання (I семестр -17 годин).

2. Програма курсу за вибором: «Основи комп'ютерної безпеки» (В. П. Пасько, Н. С. Прокопенко) (Додаток № 2) – перший рік навчання (II семестр – 17 годин).

3. Навчальна програма спецкурсу: «Основи обробки мультимедійних даних» (Крутієнко О. М.) (Додаток № 3) – другий рік навчання (36 годин).

Велике значення в першій і другий рік навчання надається профорієнтації: учні знайомляться з основними професіями у сфері, яка найбільш динамічно розвивається – у сфері медіа.

Провідними розділами теоретичного навчання є «Кіно і телебачення», «Інтернет» і «Мобільний зв'язок».

Вивчення запропонованих у програмі тем має велике виховне значення, тому що сприяє розвитку критичного мислення та критичної автономії особистості в умовах переходу від «інформаційного суспільства» до «суспільства знань», надлишку неякісної інформації; готує нове покоління до життя в сучасних інформаційних умовах, до сприйняття різної інформації, розуміння і усвідомлення наслідків її впливу на психіку.

Навчання за програмою сприяє формуванню комунікативної компетентності і вміння співпрацювати, працювати в групі. У процесі навчання створюються умови для формування навичок самопрезентації та роботи над груповими та індивідуальними проектами.

Із метою підвищення ефективності занять, виховання в учнів інтересу до професійної діяльності у сфері медіа учні залучаються до творчих розробок та проектної діяльності. Ключовим розділом, що забезпечує підтримку творчих розробок, є розділ «Анімація».

Очікувані навчальні результати в першій і другий рік навчання:

знання

- традиційні і нові види медіа, переваги та недоліки;
- ключові поняття і жанри медіа;
- способи та наслідки впливу медіа на особистість та суспільство;
- формати, у яких здійснюється створення, зберігання, передача і уявлення даних, інформації і знань;
- **поняття мультимедійних даних;**
- **принципи відтворення аудіо- та відеоінформації;**
- **структура та формати мультимедійного файлу;**
- **поняття та призначення кодека, звуку;**
- **основні характеристики звуку;**
- **методи і способи запису та відтворення звуку;**
- **програмні і технічні засоби призначені для створення і показу відео;**
- **принципи запису з екрана монітора, оптичних дисків.**

уміння

- відбирати і використовувати медіатексти;
- критично аналізувати та обговорювати медіатексти;
- вибирати формат створення медіатексту, що відповідає поставленим цілям і завданням;
- створювати, зберігати і представляти медіатексти в різних форматах;
- **конвертувати мультимедійні файли;**
- **записувати та обробляти звук;**
- **монтажу відео;**
- **створювати фільм;**
- **створювати знімки з екрану монітора;**
- **записувати відео з екрану монітора;**
- **створювати диски DVD;**
- **створювати обкладинки для дисків.**

Зміст програми (2011–2012, 2012–2013 рр.)

| № з/п | Зміст | Кількість годин |
|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|
| 2012–2013 навчальний рік | | |
| Введення | | 8 |
| 1 | Вступне заняття. Ознайомлення з програмою. Організація освоєння програми. Стандарт медіаосвіти | 1 |
| 2 | Діагностика рівня медіаграмотності | 1 |
| 3 | Початкові відомості про інформаційний простір в суспільстві, медіа та медіатексті | 2 |
| 4 | Види медіа. Особливості, переваги і недоліки видів медіа | 2 |
| 5 | Ключові поняття медіаосвіти: «агентства медіа», «категорії медіа», «технології медіа», «мова медіа», «репрезентації медіа», «аудиторія медіа» та інше | 2 |
| Тема 1. Початкові відомості про історію медіа | | 8 |
| 1 | Про історію кіно | 2 |
| 2 | Про історію анімації | 1 |
| 3 | Про історію друкованих ЗМІ (газета) | 2 |
| 4 | Про історію Інтернету | 1 |
| 5 | Безпека та етика поведінки в інформаційному просторі та суспільстві | 2 |
| Тема 2. Основні професії у сфері медіа | | 8 |
| 1 | Хто працює в медіа: професії друкованих медіа | 2 |
| 2 | Хто працює в медіа: професії кіно та телебачення | 2 |
| 3 | Хто працює в медіа: професії Інтернету та мобільному зв'язку | 2 |
| 4 | Презентація професій (захист індивідуальних і групових проектів) | 2 |
| Тема 3. Мобільний зв'язок | | 4 |
| 1 | Загальні відомості: мобільний зв'язок та мобільні пристрої (медіаплеєр, iPod, ноутбук, комунікатор, мобільний телефон, кишеньковий перекладач тощо) | 2 |
| 2 | Основні споживчі характеристики мобільних пристроїв, послуги операторів і т.п. | 2 |
| Тема 4. Друковані медіа | | 6 |
| 1 | Основні інформаційні, аналітичні та художні жанри в пресі | 2 |
| 2 | Як писати нотатки: лід і т.д. | 1 |
| 3 | Творчі роботи: стаття в газету | 2 |
| 4 | Підсумкове заняття: діагностика рівня медіаграмотності | 1 |
| Резерв | | 2 |
| 2012–2013 навчальний рік | | |
| | Вступне заняття. Ознайомлення з програмою. Діагностика рівня медіаграмотності | 1 |

| | | |
|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Тема 5. Кіно і телебачення | | 10 |
| 1 | Основні жанри кіно і телефільмів | 2 |
| 2 | Назва, псевдонім і тема | 1 |
| 3 | Сюжет і сценарій: загальні відомості, особливості | 3 |
| 4 | Сюжетні компоненти | 2 |
| 5 | Режисерський сценарій. Поняття «сцена» і «кадр». Види кадрів | 2 |
| Тема 6. Анімація | | 15 |
| 1 | Розробка сюжету | 2 |
| 2 | Розробка режисерського сценарію анімаційного фільму: пролог, зав'язка, фабула | 5 |
| 3 | Розробка режисерського сценарію анімаційного фільму: фабула, розв'язка, епілог, рекламний постер | 5 |
| 4 | Презентація сценарію (захист індивідуальних і групових проєктів) | 3 |
| Тема 7. Критичний аналіз медіатекстів | | 5 |
| 1 | Кінематографічний медіатекст | 2 |
| 2 | Друкований медіатекст | 2 |
| 3 | Підсумкове заняття: діагностика медіаграмотності | 1 |
| Резерв | | 4 |

У третій рік навчання (2013–2014 рр.) вивчається програма спеціального медіаосвітнього курсу для старшокласників ЗОШ «МЕДІАКУЛЬТУРА» (Автори: Барішполець О. Т., Голубєва О. Є., Мироненко Г. В., Найдьонова Л. А., Череповська Н. І.) (Додаток №4).

До **теоретичної** бази знань відносяться: знання з соціальної психології щодо ефективної комунікації, опосередкованої екранними медіатекстами, основи медіапсихології інформаційного впливу, елементи кіберпсихології та медіагігієни.

До **практичних** навичок відносяться: критичне мислення і медіакомунікативна компетентність.

Мета курсу досягається через практичне оволодіння навичками аналізу типів комунікації, засобів комунікації; навичками критичного мислення та рефлексивного сприйняття медіатекстів; методами аналізу медіатекстів, прийомами психологічного захисту проти непотрібної інформації та навичками безпечної поведінки в медійному просторі; навичками організації особистісного медійного простору (в тому числі, й творчими), розвитком мотивації щодо формування індивідуальної медіакультури.

Очікувані навчальні результати:

У результаті вивчення курсу «Медіакультура» в учнів повинен бути сформований необхідний мінімум знань, умінь і навичок, перш за все користувачів, для подальшої ефективної взаємодії із медіапростором.

Учні повинні:

знати:

- об'єм матеріалу за курсом «Медіакультура»;
- як використовувати набуті знання у нестандартних ситуаціях;

уміти:

- вільно використовувати нові медійні технології для поповнення власних знань та розв'язування задач;

- самостійно ставити і творчо розв'язувати завдання, які виходять за межі звичних ситуацій;
- використовувати набуті знання і вміння у нестандартних ситуаціях;
- виконувати завдання, не передбачені навчальною програмою;
- планувати особисту навчальну діяльність, оцінювати результати власної практичної роботи;
- самостійно знаходити джерела різноманітних відомостей і використовувати їх відповідно до мети і завдань власної пізнавальної діяльності.

У процесі впровадження експериментальної програми буде зроблено акцент на використанні активних методів навчання, максимально залучаючи учнів до пізнавальних і творчих процесів. Заохочується самостійний пошук інформації, групова і колективна робота, орієнтація на отримання результату. Широко використовуються різні форми роботи з текстами ЗМІ, що сприяє вихованню культури споживання масової інформації. Ефективні заняття з залученням представників різних соціальних груп і статусів в якості експертів, живих джерел інформації.

Вчителі, учасники експерименту, працюють над експериментальною програмою «Медіакультура» в 3 етапи:

I етап 2011–2012 рр. – методичний.

Створення творчої групи вчителів «Медіаосвітні технології у НВП»

Метою роботи групи є:

- 1) сформувати у вчителів уявлення про медіаосвіту як один з найефективніших засобів неперервної освіти, мету і завдання даного напрямку, основні способи вирішення медіаосвітніх проблем;
- 2) розглянути можливості медіаосвіти для формування інноваційної особистості 21 століття;
- 3) сприяти підвищенню інтелектуального, культурного, духовного, морального рівня особистості.

II етап 2012–2013 рр. – дидактичний.

Робота творчої групи над створенням дидактичних матеріалів для забезпечення медіаосвіти в школі, їх упровадження та апробація в експериментальних класах.

III етап – завершальний.

Розробка методичних рекомендацій із питань використання технологій медіаосвіти в НВП.

Очікувані результати:

учителі повинні не лише мати запаси знань із теорії медіакультури і медіаосвіти, але і вміння використовувати ці знання в системі викладання базових і профільних предметів, вирішувати медіаосвітні завдання у педагогічній практиці.

Список використаних джерел

1. **Козлова А.** Журналістська освіта за кордоном: проблеми та перспективи // Українська журналістика: умови формування та перспективи розвитку : збірник наукових праць. МОН України: Черкаський нац. ун-т ім. Б. Хмельницького / А. Козлова; за ред. С. М. Квіт, Т. Г. Бондаренко. – Черкаси, 2007. – С. 18–20.

2. **Козлова А.** Закордонний досвід підготовки журналістських кадрів /А. Козлова // Вища освіта України. – 2007. – № 2. – Додаток: тематичний випуск «Педагогіка вищої школи: методологія, теорія, технології». – Т.3. – С. 137–139.
3. **Онкович А.** Медіадидактика у навчанні російської мови як іноземної /А. Онкович // Світ російського слова и російське слово в світі. –Т. 6 (2). Методика викладання російської мови. –Софія (Болгарія) : Neron press, 2007. – С. 335–340.
4. **Онкович А., Онкович Г.** Медіапедагогіки і медіаосвіта // Українська журналістика: умови формування та перспективи розвитку: збірник наукових праць. – МОН України: Черкаський нац. ун-т ім. Б.Хмельницького /А. Онкович, Г. Онкович; за ред.: С. М. Квіт, Т. Г. Бондаренко. –Черкаси, 2007. – С. 52–57.
5. **Онкович Г. В.** Засоби масової комунікації у термінологічному просторі медіаосвіти /Г. В. Онкович // Дивослово. –2007. –№ 5. – С. 29–31.
6. **Онкович Г. В.** Медіапедагогіка / Г.В. Онкович// Вища освіта України. – 2007. – № 2. –Додаток 1. – С. 123–125.
7. **Онкович Г. В.** Медіапедагогіка і медіаосвіта: поширення у світі / Г. В. Онкович// Дивослово. –2007. –№ 6. – С. 2–4.
8. **Онкович Г. В.** Медіапедагогіка як складова медіакультури/ Г. В. Онкович //Збірник наукових праць Кременецького обласного гуманітарно-педагогічного інституту імені Тараса Шевченка. – Випуск 1. Серія: Педагогічні науки. –Кременець, 2007. –С. 100–107.
9. **Онкович Г.В.** Засоби масової комунікації у термінологічному просторі медіаосвіти/ Г. В. Онкович // Лексико-граматичні інновації в сучасних південно-слов'янських мовах: Матеріали III Міжнародної наукової конференції. Дніпропетровськ, 19–20 квітня 2007 р. / Укладач Т. С. Пристайко. –Дніпропетровськ : Пороги, 2007. – С. 380–383.
10. **Янишин О. К.** Іншомовні періодичні видання у формуванні комунікативних умінь працівників інформаційної сфери (медіадидактичний підхід) /О.К. Янишин// Вища освіта України. –2007.– № 3. – Додаток 3 (Т.5). Тематичний випуск «Вища освіта України у контексті інтеграції до європейського освітнього простору: моніторинг якості освіти». – С. 428–434.

Відомості про авторів

Бондар Олена Василівна – заступник директора з навчально-виховної роботи Доманівського районного навчально-виховного комплексу «Доманівська загальноосвітня школа І–ІІІ ступенів № 1 – Центр дитячої та юнацької творчості» Доманівської районної ради.

Бондарєва Людмила Леонтіївна – директор Миколаївської загальноосвітньої школи І–ІІІ ступенів № 42 Миколаївської міської ради Миколаївської області.

Гінкул Віктор Сергійович – учитель історії Мішково-Погорілівської загальноосвітньої санаторної школи-інтернату Миколаївської обласної ради.

Гусєва Лариса Вікторівна – учитель зарубіжної літератури Миколаївської загальноосвітньої школи І–ІІІ ступенів № 56 Миколаївської міської ради.

Денисенко Оксана Миколаївна – учитель світової художньої культури Миколаївського муніципального колегіуму імені В. Д. Чайки Миколаївської міської ради.

Ілляшенко Олександр Анатолійович – учитель інформатики Комсомольської загальноосвітньої школи І–ІІІ ступенів Миколаївської районної ради.

Кокотова Тетяна Юріївна – учитель Зеленоярської загальноосвітньої школи І–ІІІ ступенів Миколаївської районної ради.

Крутієнко Олексій Миколайович – учитель інформатики Миколаївської загальноосвітньої школи І–ІІІ ступенів № 42 Миколаївської міської ради Миколаївської області, учитель вищої категорії, старший учитель.

Крячко Тетяна Павлівна – старший викладач кафедри психології, педагогіки та менеджменту освіти Миколаївського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти.

Сапожнікова Ірина Іванівна – заступник директора з навчально-виховної роботи.

Селютіна Олена Олексіївна – психолог Єланецької гуманітарної гімназії Єланецької районної ради.

Філіпова Оксана Олександрівна – учитель зарубіжної літератури Миколаївської загальноосвітньої школи І–ІІІ ступенів № 42 Миколаївської міської ради.

Фірсіна Світлана Іванівна – учитель інформатики Ольшанської загальноосвітньої школи І–ІІІ ступенів Миколаївської районної ради.

Миколаївський обласний інститут
післядипломної педагогічної освіти

Кафедра педагогіки, психології та менеджменту освіти

«Медіакультура особистості»

Навчально-методичні моделі медіазанять (10 клас)

Навчально-методичний посібник

Текст наведено в редакції упорядника

Папір офсетний. Друк на різнографі

Формат 84x108/16

Умовно-друкованих арк. – 18

Обліково-видавничих арк. – 16,7

Гарнітура шкільна

Тираж 100

Замовлення № 11

Адреса редакції:

вул. Адміральська, 4-а,

м. Миколаїв, 54001

тел./ факс 37 85 87

<http://www.moippo.mk.ua>

e-mail: moippo@moippo.mk.ua