



Лекція № 8

ТЕМА: Актуальність медіаосвіти для соціального підприємництва та її сутність. Інфомедійна грамотність: сучасний тренд чи вимога часу?

Викладач: к. пед. н., доцент кафедри української літератури **Бакаленко Ірина Миколаївна**

Мета: сформувати уявлення про медіаосвіту, медіаграмотність та медіакультурау; сформувати розуміння актуальності медіаграмотності, показати причини розвитку критичного мислення; сформувати практичні вміння та навички щодо виокремлення фактів та суджень у медіатексті; сформувати практичні вміння та навички щодо безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, медіаспоживання та медіагігієни

Зміст:

1. Людина у сучасному інформаційному просторі.
2. Медіаосвіта. Медіаграмотність. Медіакультура.
3. Медіаосвіта в Європі та Україні.
4. Актуальність медіаосвіти для соціального підприємництва.

Рекомендована література:

1. Абетка візуальної грамотності / Балакін І., Волошенюк О., Чорний О., Федченко О. / За редакцією Волошенюк О., Іванова В., Євтушенко Р. Київ : АУП, ЦВП, 2019. 80 с.
2. Биндас О. М. Специфіка понять «медіаграмотність», «медіакомпетентність» та «медіаосвіта» в підготовці вчителів іноземних мов. Освіта та педагогічна наука. 2020. № 3 (175). С. 20–30.
3. Війни інформаційної епохи: міждисциплінарний дискурс: монографія / за ред. В. А. Кротюка. Харків: ФОП Федорко М. Ю., 2021. 558 с.
4. Гороховський, О. М. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи : практич. посіб. / О. М. Гороховський. Дніпро : Ліра, 2017. 133 с.
5. Діпфейк та дезінформація : практич. посіб. / Агнешка М. Вальорска ; пер. з нім. В. Олійника. Київ: Академія української преси; Центр Вільної Преси, 2020. 36 с.
6. Костирко Т. М., Корольова Т. Д., Жигалкіна М. С. Основи медіаграмотності : навчальний посібник. Миколаїв : НУК, 2019. 80 с.
7. Медіаграмотність. Критичне мислення у мультимедійному світі. Київ: АУП: Центр Вільної Преси, 2017. 319 с.
8. Наумук І. М., Коноваленко Т. В., Акулова Н. Ю. Екологія інфомедійного простору : навчально-методичний посібник. Мелітополь : ММД, 2021. 84 с. URL : <https://filter.mkip.gov.ua/wp-content/uploads/2021/08/posibnyk.pdf>.
9. Посібник з верифікації. URL: https://verificationhandbook.com/book_ua/
10. Посібник із медіаграмотності. URL: <https://internews.ua/opportunity/medialiteracy-manual>
11. Посібник з медіаграмотності: 10 порад для захисту від інформаційних маніпуляцій. URL : https://drive.google.com/file/d/11obX2s3Jg31k0f_s6O0UKUeo5psw8Hx5/view
12. Практичний посібник з медіаграмотності для мультиплікаторів / За загал. ред. В. Ф. Іванова. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. 100 с.



13. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність : підручник для вчителів / пер. з англ. С. Дьома; за заг. ред.: В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2017. 319 с.

14. Як можна протидіяти «фейковим новинам»? Аналіз. Київ: Фонд Фрідріха Науманна за Свободу, Академія української преси, 2019. URL : https://www.aup.com.ua/wp-content/uploads/2019/11/YAK_protydiaty_fake_news_2019.pdf

15. Bazalgette C., Bevort E., Savino J. (Eds.) Media Education Worldwide. Paris: UNESCO, 1992. 256 p.

16. Digital Scribing: What Is It? How Does It Work? What Are The Benefits? URL: <https://www.wearecognitive.com/blog/digital-scribing-what-is-it-how-does-it-workbenefits>

17. Fitzpatrick N. Media Manipulation 2.0: The Impact of Social Media on News, Competition, and Accuracy. Athens Journal of Mass Media and Communications. 2018. Vol. 4. No. 1, P. 45-62. URL: <https://doi.org/10.30958/ajmmc.4.1.3>.

18. Masterman L. A Rational for Media Education. In Kubey, R. (Ed.), Media Literacy in the Information Age. New Brunswick and London: Transaction Publishers, 1997. P. 15–68.

19. Potter J. Media Literacy. Thousand Oaks ; London : Sage Publication, 2001. 423 p.

20. Silverblatt A. Media Literacy. Westport, Connecticut ; London : Praeger, 2001. 449 p.

Людина у сучасному інформаційному просторі

Двадцять перше століття – століття інформаційних і телекомунікаційних технологій. Сьогодні комп'ютерна грамотність є невід'ємною частиною повсякденного життя і необхідною умовою працевлаштування та успішної кар'єри.

Отримання пошти через хвилину після відправлення листа, прокладання найбільш оптимального шляху для пересування завдяки інформації з навігаційних пристроїв, віртуальні засоби інформації, соціальні мережі для спілкування, дистанційна освіта, використання ресурсів мережових бібліотек, віддалена робота в мережі Інтернет. Отримавши простий доступ до мільйонів терабайт знань нам стало простіше розвивати себе в інтелектуальному плані. Ще якихось 20-30 років назад всі ці речі здавалися фантастикою.

У минуле йдуть готівкові розрахунки. Сьогодні платежі доступні не тільки через інтернет банкінг з рахунків кредитних та розрахункових карт, а й різними видами «інтернет грошей» – мережевими валютами.

Вже існують аналітичні медичні комплекси, які здатні самостійно виконувати цілий ряд вимірювань в автоматичному режимі та інтерпретувати дані вимірювань без втручання лікаря, а також передавати інформацію в інформаційну базу лікувальної установи.

Важко, а то й неможливо уявити собі людину, яка прямо або опосередковано не використовує інформаційні технології. Комп'ютери та електронні гаджети міцно увійшли в наше життя і змінили його. Щорічно з'являються і розробляються технологічні новинки, що поліпшують якість повсякденного життя людини. З появою таких технологій наше життя стало набагато комфортнішим. Розвивається тенденція збільшення багатofункціональності речей, що оточують людину. Мобільні телефони, наприклад, перестали нести свою функцію тільки лише як засоби зв'язку – їх функціонал зріс практично до рівня персональних комп'ютерів. Розробляються гаджети, які здійснюють контроль у режимі реального часу фізіологічних показників людини; системи безпеки, які працюють з персональною інформацією за допомогою дактилоскопічного доступу, датчики, які використовують для відстежування. З'явилися технології «розумний дім» – дистанційного керування інфраструктурою житла. Все більша кількість побутової техніки має вбудований процесор і може з'єднуватися з іншими гаджетами та самостійно задавати алгоритм роботи, наприклад, як це робить робот-пилосос. Але існує й негативний фактор технологічної революції – людина все більш залежна від техніки і технологій та не може фізично і психологічно відмовитися від спокусу науково-технічного прогресу.

Очевидно, що новітні комп'ютерні та інформаційні технології, а особливо мережеві



суттєво впливають на життєдіяльність людини, але ще більшою мірою цей вплив поширюється безпосередньо на сам мозок, який звикає працювати в інтенсивному режимі багатозадачності. Вчені висувають припущення, що збільшення обсягу інформації і прискорення її обробки людиною може згубно вплинути на розвиток розумових здібностей людини. На даний момент є небезпека того, що людина поступово переходить на підтримання мозкової активності технологічними засобами прогресу опрацьовуючи інформацію, яку черпає з глобальної інформаційної бази – Інтернету. У свою чергу скорочується кількість інноваційних ідей і самостійних розумових процесів, і людство в основній масі виступає пасивним інформаційним споживачем.

Людина від величезної кількості інформації і дефіциту часу на обробку її гігантських обсягів, перевантажена і перестає логічно мислити в результаті чого настає так званий інформаційний невроз, який вже спостерігається в лікарській практиці психіатрів багатьох країн світу.

Поява соціальних мереж і сервісів обміну інформацією зробила революцію у сфері міжособистісних комунікацій, стерши просторові та часові рамки в контактах між людьми. Але з появою соціальних мереж зросла кількість людей, які зазнали віртуалізації свідомості з неможливістю адекватно оцінювати навколишній світ і себе як біологічну і соціальну істоту, і це є негативним аспектом розвитку інформаційних технологій.

Соціальні мережі сприяли тому, що людина перестає відчувати бажання спілкуватися в реальному світі з реальними людьми, звикаючи жити у власному мікросвіті з присутністю тільки віртуальних співрозмовників. Гаджети одночасно підтримують і порушують духовний і емоційний зв'язок між людьми.

Але все ж ера інформаційних технологій наступила, і людство не зможе відмовитися від її благ в силу динамічного росту і прагнення до тривалого, комфортного і безпечного життя. Тому необхідно усвідомити, що розвиток або регрес людської цивілізації за допомогою інформаційних технологій залежить від кількості позитивних чи негативних форм впливу цих технологій на життєдіяльність суспільства.

Крім природного середовища проживання людини об'єктивно існує інформаційне середовище її проживання, роль і значення якого весь час зростає в міру подальшого розвитку засобів масової інформації та масових комунікацій. Це середовище здійснює на людину активний вплив. Гармонійний розвиток особистості і високий рівень психічного здоров'я будуть забезпечені тоді, коли людина з дитинства житиме і розвиватиметься в умовах сприятливого, психогігієнічного інформаційного середовища.

Сьогодні вченими та фахівцями ставиться питання про необхідність розвитку інформаційної екології – науки, що вивчає закономірності впливу інформації на формування і функціонування людини, і людства в цілому, на здоров'я, як стан психічного, фізичного і соціального благополуччя, розробляються заходи щодо оздоровлення навколишнього інформаційного середовища. У завдання інформаційної екології може входити розробка основ еколого-гігієнічної інформаційної поведінки, наукове обґрунтування санітарних заходів щодо організації інформаційних мереж і процесів, гігієнічно обґрунтованого виробництва, розповсюдження, споживання, зберігання й відтворення інформації. Необхідно створити наукове обґрунтування гігієнічних нормативів інформації, інформаційного середовища, інформаційних мереж і процесів, щоб сучасні технології приносили благо споживачам і мінімізували негативний вплив.

Медіаосвіта. Медіаграмотність

Важливу роль у становленні та розвитку медіаосвіти відіграло ЮНЕСКО. Вважається, що вперше термін «медіаосвіта» був вжитий у 1973 р. на спільному засіданні сектору інформації ЮНЕСКО та Міжнародної ради з кіно та телебачення.

Хоча деякі вчені вважають, що першу навчальну програму з медіаосвіти розробив канадський учений М. Мак Люен у 1959 р., а активне застосування медіаосвіти в навчально-



виховному процесі розпочалося в 1960-х роках у Великій Британії, Канаді, Німеччині, США, Франції. При цьому завдання медіаосвіти було сформувати інформаційну культуру та підготувати до життя в інформаційному суспільстві.

У документах ЮНЕСКО вказується, що медіаосвіта – це навчання теорії та практичним умінням для опанування сучасними мас-медіа, які розглядаються як частина специфічної, автономної галузі знань у педагогічній теорії та практиці; її слід відрізнити від використання медіа як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань.

Медіаосвіта пов'язана з усіма видами медіа (друкованими, графічними, звуковими, візуальними, тощо) і різними технологіями. Вона має дати людям можливість зрозуміти, як масова комунікація використовується в їхніх соціумах, навчитися використовувати медіа в комунікації з іншими людьми; забезпечує знання того, як: 1) аналізувати, критично осмислювати і створювати медіатексти; 2) визначити джерела медіатекстів, їх політичні, соціальні, комерційні, культурні інтереси, їх контекст; 3) інтерпретувати медіатексти і цінності, що розповсюджують медіа; 4) добирати відповідні медіа для створення та розповсюдження власних медіатекстів та набуття зацікавленості в них аудиторії; 5) отримання можливості вільного доступу до медіа як для сприйняття, так і для продукції. На думку фахівців ЮНЕСКО, медіаосвіта є частиною основних прав кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження і права на інформацію та є інструментом підтримки демократії.

Отже, звернімо увагу на дефініції:

Медіаграмотність – полягає в сукупності мотивів, знань, умінь і можливостей, що сприяють добиранню, використанню, критичному аналізу, оцінюванню, створенню та передаванню медіатекстів різних форм, жанрів, а також аналізу складних процесів функціонування медіа в суспільстві.

Медіакультура – сукупність духовних цінностей, створених інформаційно-комунікаційними засобами, що функціонують у суспільстві, щодо елементів культури комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передачі інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом у цілому.

Медіакультура особи – здатність особи ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі.

Медіаосвіта – навчання теорії та практичних умінь для опанування сучасних мас-медіа; специфічна, автономна галузь знань у педагогічній теорії та практиці.

Медіакультура. Медіаосвіта в Європі та Україні

Аналіз теорії і практики медіаосвіти в різних європейських країнах свідчить, що в світі немає єдиної теоретичної концепції медіаосвіти.

Розроблені за кордоном моделі медіаосвіти можна, узагальнити в наступному вигляді: **освітньо-інформаційні моделі** (вивчення теорії та історії, мови медіакультури тощо), що спираються в основному на культурологічну, естетичну, семиотичну, соціокультурну теорії медіаосвіти; **виховно-етичні моделі** (розгляд моральних, релігійних, філософських проблем на матеріалі медіа), які спираються в основному на етичну, релігійну, ідеологічну, екологічну, протекціоністську та ін. теорії медіаосвіти; **практико-утилітарні моделі** (практичне вивчення і застосування медіатехніки), що спираються в основному на теорію «споживання і задоволення» та практичну теорію медіаосвіти; **естетичні моделі** (орієнтовані насамперед на розвиток художнього смаку й аналізу кращих творів медіакультури), що спираються в основному на естетичну/художню і культурологічну теорії медіаосвіти; **соціокультурні моделі** (соціокультурний розвиток творчої особистості в плані сприйняття, уяви, зорової пам'яті, інтерпретації, аналізу, самостійного, критичного мислення по відношенню до медіатекстів будь-яких видів і жанрів), які спираються в основному на соціокультурну, культурологічну, семиотичну, етичну теорії медіаосвіти та теорію розвитку критичного мислення [13].



Неперервне зростання медіаспоживання, поява нових інформаційних технологій дозволяє в сучасних умовах успішно застосовувати і розвивати практично багато існуючих моделей медіаосвіти, інтегрувати й синтезувати їх, зокрема базові медіаосвітні моделі провідних країн Європи: Німеччини, Великобританії, Нідерландів і Франції.

Медіаосвітня модель Л. Мастермана (L. Masterman). Визначення поняття «медіаосвіта». Центральна і універсальна концепція медіаосвіти – переосмислення/репрезентація. Медіаосвіта насамперед – дослідний процес, який не нав'язує будь-які культурні/естетичні цінності. Медіаосвіта базується на вивченні ключових понять, які в більшій мірі є аналітичними інструментами. Ефективність медіаосвіти може бути оцінена двома принциповими критеріями: здатністю учнів застосовувати отримані знання в нових ситуаціях і спектром зобов'язань, інтересів, мотивацій, придбаних аудиторією [18, с. 40–43].

Концептуальна основа: теорія розвитку «критичного мислення», ідеологічна та семіотична теорії медіаосвіти. Цілі: навчити аудиторію розумінню того, як медіа переосмислює/представляє реальність, «декодувати», критично аналізувати медіатексти, орієнтуватися в інформаційному/ідеологічному потоці сучасного суспільства. Завдання: 1) навчання аудиторії розуміння того: на кому лежить відповідальність за створення медіатекстів, хто володіє засобами масової інформації та контролює їх; як досягається необхідний ефект; які ціннісні орієнтації створюваного таким чином світу; як його сприймає аудиторія; 2) розвиток в аудиторії критичного, демократичного мислення, «критичної автономії», вмінь розуміти прихований сенс того чи іншого повідомлення, протистояти маніпулюванню свідомістю індивіда з боку медіа [18].

Основні розділи змісту медіаосвітньої програми (що стосуються вивчення таких ключових понять медіаосвіти як «ідеологія медіа», «агентства медіа», «категорії медіа», «технології медіа», «мова медіа», «репрезентації медіа», «аудиторія медіа» тощо); медіаосвітні завдання, інтегровані в базові курси школи/ЗВО; медіаосвітні завдання автономного характеру для шкіл/ЗВО. Наприклад, порівняння декількох типів медійних репрезентацій, дискусія на теми «медіа і пропаганда», «медіа і ідеологія», виявлення подібності та відмінності в аналізі літературних та аудіовізуальних текстів, аналіз медіастереотипів тощо [18, с. 51–54].

Медіаосвітня модель А. Сілверблета (A. Silverblatt). Визначення поняття «медіаосвіта». Медіаосвіта спрямована на розвиток здібностей людини сприймати, обговорювати, аналізувати та створювати медійну інформацію та отримувати задоволення від цього, розвиток критичного незалежного мислення, розуміння процесу масової комунікації, медійних впливів на аудиторію [20, с. 25].

Концептуальна основа: елементи теорії розвитку критичного мислення та культурологічної, семіотичної, практичної теорії медіаосвіти. Цілі: розвиток критичної автономії особистості – вміння, які дають можливість школярам/здобувачам освіти бути усвідомлено незалежними від одноманітних переваг медіатекстів. Педагоги заохочують учнів ставити питання про медіа, застосовуючи підходи, що допомагають систематично ідентифікувати повідомлення та їхні цілі.

Завдання: розвиток в аудиторії наступних умінь: розрізнення фактів, які піддаються перевірці і ціннісним твердженнями; визначення надійності повідомлення або джерела медіатексту; визначення точності повідомлення в медіатексті; диференціація гарантованих і негарантованих тверджень у медіатекстах; виявлення упередженості в медіатекстах; ідентифікація явних і неявних припущень в медіатекстах; розпізнавання логічних невідповідностей у медіатекстах; визначення сили аргументу автора медіатексту.

Основні розділи змісту медіаосвітньої програми (що стосуються вивчення таких ключових понять медіаосвіти як «агентства медіа», «категорії медіа», «технології медіа», «мова медіа», «репрезентації медіа» і «аудиторія медіа»); медіаосвітні завдання, інтегровані в базові курси школи/ЗВО; медіаосвітні завдання автономного характеру для шкіл/ЗВО. До низки таких завдань входять: контент-аналіз, нарративний аналіз, історичний, структурний,



жанровий аналіз медіатекстів, аналіз характерів персонажів медіатекстів тощо [20, с. 48].

Медіаосвітня модель К. Безелгет (K. Bazalgette), Д. Букінгема (D. Buckingham) і Е. Харта (E. Hart). Визначення поняття «медіаосвіта». У цілому збігається з визначенням, схваленим ЮНЕСКО: «Медіаосвіта (media education) пов'язана з усіма видами медіа (друкованими та графічними, звуковими, екранними і т. д.) і різними технологіями; вона дає можливість людям зрозуміти, як масова комунікація використовується в їхніх соціумах, оволодіти здібностями використання медіа в комунікації з іншими людьми; забезпечує людині знаннями того, як: аналізувати, критично осмислювати і створювати медіатексти; визначати джерела медіатекстів, їхні політичні, соціальні, комерційні або культурні інтереси, їхній контекст; інтерпретувати медіатексти цінності, поширювані медіа; відбирати відповідні медіа для створення і поширення своїх власних медіатекстів і набуття зацікавленої в них аудиторії; отримати можливість вільного доступу до медіа як для сприйняття, так і для продукції.

Медіаосвіта є частиною основних прав кожного громадянина будь-якої країни світу на свободу самовираження і права на інформацію і є інструментом підтримки демократії. Медіаосвіта рекомендується до впровадження в національні навчальні плани всіх держав, у систему додаткової, неформальної та «вічної» освіти» [15, с. 131].

Концептуальна основа: культурологічна, семіотична і практична теорії медіаосвіти. Цілі: спираючись на шість ключових понять медіаосвіти: «агентство медіа» (agency), «категорія медіа» (category), «мова медіа» (language), «технологія медіа» (technology), «репрезентація медіа» (representation), «аудиторія медіа» (audience) – готувати людей до життя в демократичному медійному суспільстві.

Завдання: розвивати здатності до сприйняття, «декодування», оцінки, розуміння, аналізу медіатекстів; розвивати знання соціальних, культурних, політичних і економічних значень і підтекстів медіатекстів; розвивати в аудиторії здатність до критичного мислення; розвивати комунікативні здібності особистості; навчання людини самовиражатися за допомогою медіа; навчання людини ідентифікувати, інтерпретувати медіатексти, експериментувати з різними способами технічного використання медіа, створювати медіапродукти/ тексти; давати знання з теорії медіа та медіакультури [15, с. 134].

Цієї медіаосвітньої моделі притримуються багато сучасних медіапедагогів різних країн. Вони вважають, що синтез соціокультурної, освітньо-інформаційної й практико-утилітарної концепцій відповідає потребам сьогодення. Сучасні медіаосвітні моделі орієнтуються на максимальне використання потенційних можливостей медіаосвіти залежно від цілей і задач, що стоять перед нею; вони характеризуються варіативністю, можливістю цілісного або фрагментарного впровадження в освітній процес.

Медіаосвітня модель Дж. Поттера (J. Potter). Визначення поняття «медіаосвіта». Медіаосвіта – шлях до досягнення медіаграмотності, що потребує широкої перспективи, не обмеженої читанням або іншим єдиним навиком. Широка перспектива заснована на розвиненій структурі знання. Ми будуємо цю структуру знання, використовуючи наше вміння вибирати інформацію і синтезувати її. Ми можемо весь час збільшувати нашу ступінь грамотності. Медіаграмотність багатовимірна. Ми повинні набувати пізнавальної, емоційної, естетичної та моральної інформації. Медіаграмотні люди здатні бачити набагато більше в конкретному повідомленні. Вони краще розбираються в процесах створення і вибору медіатекстів та в їхньому значенні. Медіаграмотні люди з більшою ймовірністю можуть отримати від медіатекстів те, що вони хочуть. Отже, аудиторія, яка перебуває на вищому рівні медіаграмотності, володіє вищим рівнем розуміння, управління й оцінки медійного світу [19, с. 71].

Концептуальна основа: синтез культурологічної, естетичної, етичної, семіотичної та практичної теорій медіаосвіти. Цілі: розвинути наше розуміння медіа та їхніх повідомлень; посилювати наш контроль над процесом інтерпретації, отже, підвищувати нашу здатність до оцінки медіа/ медіатекстів.

Завдання: розвивати здатності до сприйняття, «декодування», оцінки, розуміння,



аналізу медіатекстів; розвивати знання соціальних, культурних, політичних, етичних, емоційних й економічних значень і підтекстів медіатекстів; розвивати в аудиторії здатності до критичного мислення; розвивати комунікативні здібності особистості; навчити людей самовиражатися за допомогою медіа; навчити людей ідентифікувати, інтерпретувати медіатексти, експериментувати з різними способами технічного використання медіа, створювати медіапродукти/ тексти; давати знання з теорії медіа (наприклад, типологію медійних впливів на аудиторію) і медіакультури.

Основні розділи змісту медіаосвітньої програми (що стосуються вивчення таких ключових понять медіаосвіти як «агентства медіа», «категорії медіа», «технології медіа», «мова медіа», «репрезентації медіа» і «аудиторія медіа» тощо); медіаосвітні завдання, інтегровані в базові курси шко- ли/ЗВО; медіаосвітні завдання для автономних курсів в школах/ ЗВО.

Моделі медіаосвіти можуть включати такі основні етапи, як: констатація рівнів розвитку і сприйняття творів медіакультури в даній аудиторії; оволодіння школярами креативними вміннями на матеріалі медіа і формування повноцінного сприйняття медіатекстів (з урахуванням їхніх видів і жанрів, зв'язків із різними мистецтвами тощо); розвиток умінь аналізу медіатекстів; знайомство з основними віхами історії медіакультури, із сучасною соціокультурною ситуацією [2, с. 23].

Зазначені етапи є важливими у формуванні медіаграмотності й медіакомпетентності учнів і здобувачів вищої освіти. Сучасні медіаосвітні моделі орієнтуються на максимальне використання потенційних можливостей медіаосвіти в залежності від поставлених цілей і завдань; їм притаманні варіативність, можливість цілісного або фрагментарного впровадження в освітній процес.


Отже, аналіз та систематизація наукових джерел підтвердили, що в провідних країнах Європи існує ціла низка перспективних медіаосвітніх моделей, які використовуються в процесі освіти і виховання. При цьому аналіз основних європейських моделей показав, що найтипівішими є медіаосвітні моделі, що являють собою синтез соціокультурної, освітньо-інформаційної та практико-утилітарної моделей. При цьому медіаосвітні моделі, на кшталт британських, на даний час мають найбільше поширення і підтримку в більшості країн світу, зокрема в Україні.

Дефініції та проблемам медіаосвіти приділяли увагу й українські вчені. Треба відзначити, що 20 травня 2010 року постановою Президії Національної академії педагогічних наук України була схвалена Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. Згідно з цією Концепцією медіаосвітою вважається частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, Інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. А медіаграмотність – це 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.


Важливість медіаосвіти в сучасному світі обумовлена тим, що мас-медіа в умовах глобалізації та інформаційного суспільства часто вирішально впливають на те, яким ми сприймаємо навколишній світ. Але часто медіа безвідповідально ставляться до своєї функції чесно та правдиво інформувати про події та факти дійсності. Тобто віртуальна картинка світу часто сильно відрізняється від картинки реальної. Медіаосвіта дає людині можливість самозахисту, вчить критично сприймати медійні повідомлення.



Актуальність медіаосвіти для соціального підприємництва

Час	Тема / зміст	Методи	Медіа / матеріал
5'	Привітання і вступ Мета й основні питання	Презентація	<u>Презентація</u>
5'	Чек-ін	Визначимо настрої та очікування	<u>Mentimeter</u>
5'	Мотиваційна вправа про важливість критичного сприйняття інформації	Мотиваційна вправа «Сніжинка»	
10'	Знайомство учасників	Завдання: Напишіть, будь ласка, на онлайн-дошці інформацію про себе: # ім'я та прізвище, посаду та місце роботи # ТРИ факти, які характеризують вашу унікальність	<u>Онлайн-дошка Padlet</u>
15'	Факти vs. Судження	Обговорення (10'): Факт – це істина, він фіксує подію; існує незалежно від нашого бажання. Судження – це інтерпретація події; судження спираються на факти; судження треба довести. Факти – об'єктивні і незмінні, факти можна перевірити. Судження – суб'єктивні, вони мають авторство. ТЕСТ (5'): Факти vs. Судження	<u>Презентація</u> <u>Інфографіка</u>  <u>Практичний кейс</u>
10'	Людина в світі інформації	Групова робота. Тематична вправа «Інформаційний простір». Визначити етапи розвитку інформаційного простору	<u>Презентація</u> <u>Інфографіка</u>
5'	Знайомство із досвідом групи	Завдання: Медіаграмотність: ваші асоціації?	<u>Mentimeter</u>



20'	Медіаосвіта. Медіаграмотність. Медіакультура. Медіаосвіта в Європі та Україні	Обговорення: МЕДІАГРАМОТНІСТЬ – це знання, вміння і можливості людини, які сприяють вибору, використанню, критичному аналізу, створенню та передаванню медіатекстів; аналіз процесів функціонування медіа в суспільстві. МЕДІАОСВІТА – навчання теорії, формування практичних умінь для опанування мас-медіа. МЕДІАКУЛЬТУРА – здатність особи ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі.	<u>Презентація</u>
10'	Актуальність медіаграмотності для соціального підприємництва	«Мозковий штурм». Проблемне питання: «Чому медіаграмотність актуальна для мене?»	<u>Онлайн-дошка</u> https://jamboard.google.com/
10'	10 компетентностей із медіаграмотності	Обговорення: компетентності із медіаграмотності	<u>Презентація</u> <u>Інфографіка</u> 
20'	Вправа «Хто така медіаграмотна людина?»	Групова робота. Проблемне питання: – Що робить людину медіаграмотною? Візуалізація групової роботи на онлайн-дошці Презентація напрацювань команди в загальній залі	<u>Сесійні зали в Zoom</u> <u>Онлайн-дошка</u> https://jamboard.google.com/ <u>Групова робота («Мозковий штурм»)</u>
5'	6 кроків до медіаграмотності	Обговорення: Кроки до медіаграмотності	<u>Презентація</u> <u>Інфографіка</u>
5'	Рефлексія	Рефлексія Питання: – Що нового було для мене? – Що я беру із собою? – Найбільш цінна/цікава річ, яку я отримала/в....	<u>Рефлексія</u> <u>Онлайн-дошка Padlet</u>



		– Який крок до медіаграмотності я зроблю першим?	
	Завдання для самостійної роботи:		
		Практичне завдання: Есе «Медіаграмотність для соціального підприємництва: тренд чи вимога часу». Наведіть приклади.	
	Тестові завдання до теми:		
	<p>1. Медіаграмотність – це</p> <ul style="list-style-type: none"> a) сукупність знань, навичок та умінь, які дозволяють людям аналізувати, критично оцінювати і створювати повідомлення різних жанрів і форм для різних типів медіа. b) частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа. c) вміння читати й писати або вміння використовувати мову, щоб читати, писати чи розмовляти. d) стан захищеності кожного індивіда від недостовірної або небезпечної інформації, що завдає шкоди здоров'ю людини, її моральності й особистістному розвитку. <p>2. Як захистити себе від негативного впливу неякісної інформації?</p> <ul style="list-style-type: none"> a) викинути всі гаджети; b) поставити собі чіткі обмеження на користування соцмережами, месенджерами та визначити, скільки часу в день ти виділяєш на прочитання новин; c) влаштувати собі так званий «інформаційний детокс» 1 раз на місяць; d) поставити фільтр новин. <p>3. За яких умов інтернет медіа звільняються від відповідальності за поширення недостовірної інформації?</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Згідно із Законом України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», ЗМІ мають нести відповідальність за поширення недостовірної інформації, фейків, пропаганди тощо. b) Редакція, журналіст звільняються від відповідальності за публікацію відомостей, які не відповідають дійсності, у разі, якщо ці відомості одержано від інформаційних агентств або від засновника (співзасновників). c) У разі, якщо інформація була взята із особистих сторінок політиків та посадовців у соціальних мережах. d) якщо інформація отримано від третіх осіб. <p>4. Важливу роль у становленні та розвитку медіаосвіти зіграло ...</p> <ul style="list-style-type: none"> a) МАГАТЕ; b) ЮНЕСКО; c) ОБСЄ; d) ООН. 		



5. Кожен громадянин України має право вільно збирати, зберігати і поширювати інформацію. Це записано...

- a) в Кодексі законів про працю;
- b) в Законі про освіту;
- c) в Цивільному кодексі України;
- d) в Конституції України.