

Департамент освіти і науки
Луганської обласної державної адміністрації
Луганський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти

**ПРАКТИЧНА МЕДІАОСВІТА:
МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРИ**

Навчально-методичний посібник

Лисичанськ

2021

УДК 37.013
П69

*Друкується за рішенням ученої ради
Луганського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти
(протокол від 16.11.2021 р. № 5)*

*Рекомендовано Департаментом освіти і науки
Луганської обласної державної адміністрації*

Автори:

В. В. Байдик, завідувач кафедри управління освітою Луганського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти, кандидат психологічних наук;
О. В. Проніна, асистент кафедри управління освітою Луганського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти

Рецензенти:

О. О. Буряк, завідувач кафедри природничо-наукових дисциплін та методики їх викладання Луганського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти, кандидат педагогічних наук;
Т. А. Устименко, професор кафедри менеджменту освіти Полтавського обласного інституту післядипломної педагогічної освіти ім. М. В. Остроградського, кандидат психологічних наук, доцент

Практична медіаосвіта: медіаграмотність в освітньому просторі :
П69 навч.-метод. посібник / уклад. : В. В. Байдик, О. В. Проніна; за заг. ред. В. В. Байдик. Лисичанськ, 2021. 66 с.

ISBN 978-966-8695-42-1

У навчально-методичному посібнику розкриті теоретичні основи медіаінформаційної грамотності, порушені питання необхідності формування критичного мислення та вміння працювати з інформацією з різних джерел, зокрема з використанням цифрових технологій. Визначені онлайн-ризиків, з якими може зустрітися дитина в кіберпросторі.

Друга частина посібника ознайомлює з практичним досвідом упровадження медіаосвіти в освітній процес закладів – учасників Усеукраїнського експерименту «Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику».

Посібник призначений для педагогів закладів освіти, які займаються впровадженням медіаосвіти в освітній процес, а також для всіх зацікавлених осіб.

УДК 37.013

ISBN 978-966-8695-42-1

© Луганський обласний інститут
післядипломної педагогічної освіти, 2021
© ФОП Єгорова О. Є., 2021

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
РОЗДІЛ 1. МЕДІАІНФОРМАЦІЙНА ГРАМОТНІСТЬ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ	6
1.1. Осмислення понять медіаосвітнього поля.....	6
1.2. Розвиток медіа- та інформаційної грамотності учнів у процесі медіаосвіти.....	8
1.3. Онлайн-ризиками для дітей у цифровому світі.....	10
РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНИЙ ДОСВІД УПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ В ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ ЛУГАНСЬКОЇ ОБЛАСТІ	13
2.1. РОЗВИТОК МЕДІАОСВІТИ ПІД ЧАС ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ.....	13
Упровадження медіаграмотності через проєктну роботу на уроках «Я досліджую світ» у початковій школі. <i>Герасименко Г.</i>	13
Медіавиховання в початковій школі через запровадження спецкурсу «Я в медіапросторі». <i>Бондар Г.</i>	14
Розвиток медіаосвіти на уроках англійської мови. <i>Гамрецька Т.</i>	16
Курс «Медіакультура»: комплект завдань із використанням інтернет-технологій. <i>Єгоров В.</i>	19
Із досвіду викладання пропедевтичного курсу «Основи медіаграмотності» у 8 класі. <i>Літвін Ю.</i>	24
Мультимедіа як продуктивний інструмент навчання. <i>Загоруйко Л.</i>	26
Буктрейлер – медіапродукт, який сприяє підвищенню читацької активності школярів. <i>Ляховець Н.</i>	30
Використання медіавправ для розвитку критичного мислення здобувачів освіти. <i>Веретеннікова Н.</i>	35
Маніпулятивні можливості масмедіа та реклами. <i>Коваленко А.</i>	37
2.2. ІНТЕГРАЦІЯ МЕДІАОСВІТИ В ПОЗАКЛАСНУ ДІЯЛЬНІСТЬ.....	42
Інтеграція медіаосвіти в позакласну роботу з англійської мови. <i>Гамрецька Т.</i>	42
Бесіда з елементами тренінгу для учнів 10-го класу «Медіагігієна та правила пошуку інформації». <i>Галенко К.</i>	44
Батьківські збори «Ми та наші діти в інтернет-просторі». <i>Бондаренко С.</i>	48
Створення медіахабу як єдиного інформаційного простору сучасного закладу освіти. <i>Дорофєєва О.</i>	53
Майстер-клас для вчителів «Як створити повідомлення для соціальної мережі». <i>Дорофєєва О.</i>	55
Майстер-клас «Наповнення для шкільної преси». <i>Уставицька Ю.</i>	58
Тренінгове заняття «Що таке медіаграмотність?». <i>Попельницька І.</i>	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	65

ПЕРЕДМОВА

Людство знаходиться в ситуації, коли інформаційне поле набирає більшого розповсюдження і поширення. Використання засобів масової інформації має зазвичай безсистемний характер. Крім того, медіа інколи надають інформацію випадкову та поверхову, яка націлена на зацікавлення аудиторії та підвищення рейтингів медіаджерела. Проблема захисту людської свідомості від маніпулювання засобів масової комунікації постійно загострюється. У зв'язку з цим медіаосвіта покликана виконувати унікальну функцію підготовки особистості до життя в інформаційному просторі, тому однією з 10 ключових компетентностей учня, які визначаються Концепцією Нової української школи, є інформаційно-цифрова, що передбачає впевнене та безпечне використання інформаційно-комунікаційних технологій, а також інформаційну та медіаграмотність.

Актуальність питання медіаосвіти зумовлена тим, що особливо гостро стоїть проблема виховання нинішніх школярів у сучасній соціокультурній ситуації, яка характеризується провідними тенденціями розвитку суспільства, що відбивають процеси глобальної інформатизації. Сучасна освіта неможлива без використання засобів масової комунікації та інформаційних технологій.

Більш ніж 90 % населення планети є активними споживачами масової інформації. Робота 70 % населення світу, так чи інакше, пов'язана зі створенням, переробкою та передачею медіатекстів.

Відбулася незаперечна переорієнтація молодіжної аудиторії від друкованого тексту до аудіовізуального (екранного). Аудіовізуальний текст є основою віртуальної реальності, яка має великий вплив на сучасну людину. Тому одне з важливих завдань – навчити молоде покоління розрізняти віртуальну, створену на екрані, реальність від об'єктивної реальності навколишнього світу.

Час, що проводиться учнями перед екраном телевізора або монітором комп'ютера, за тривалістю вже фактично перевищує час, що відводиться на перебування в школі. Соціологи підраховали, що в середньому сучасний школяр витрачає більше шести годин на день взаємодіючи з медіа. Зважаючи на те, що медіа має значний вплив на дітей та підлітків, саме медіатексти є чудовим засобом для використання в навчальному та виховному процесах закладів освіти.

Потенційні можливості медіа в сучасному освітньому процесі визначаються їх широким спектром можливостей для розвитку людської індивідуальності: емоцій, інтелекту, самостійного творчого мислення, світогляду, активізації знань, здобутих у процесі вивчення навчальних дисциплін, естетичної свідомості (сприйняття, художнього аналізу та ін.).

У зв'язку із цим особливо важливим є включення медіаосвіти до освітнього процесу закладів освіти. Метою медіаосвіти як напрямом у сучасній педагогіці, є розвиток медіакомпетентності учнів, підготовка до життя в сучасних інформаційних умовах, розвиток здатності мислити критично та незалежно від тієї чи іншої інформації, порівнювати та оцінювати повідомлення, що передаються каналами медіа, опановувати способи сучасної комунікації.

У процесі медіаосвіти цілеспрямовано формується та розвивається інформаційна та медіаграмотність. Це передбачає вміння працювати з різною інформацією, створювати та інтерпретувати медіатекст, володіти навичками

роботи із сучасними медіакомунікаційними пристроями – гаджетами та девайсами, свідомо вибирати той чи інший медіаконтент, критично його осмислювати, інтерпретувати та використовувати для подальшого синтезу нової медіапродукції в блогах, соціальних мережах або традиційних мас-медіа.

Навчально-методичний посібник містить основні теоретичні питання з медіаосвіти та медіабезпеки, висвітлює інформацію щодо нормативно-правової бази з питань розвитку та реалізації медіаосвіти.

З метою розбудови в Україні системи медіаосвіти у 2017 році за ініціативи Інституту соціальної та політичної психології НАПН України був розпочатий Усеукраїнський експеримент з масового впровадження медіаосвіти в педагогічну практику «Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику». Експеримент став продовженням першого експериментального етапу (2011–2016 рр.). Підґрунтям для експерименту стала Концепція впровадження медіаосвіти в Україні, яка була ухвалена у 2010 році та вийшла під новою редакцією у 2016 році. Метою експерименту є перевірка результативності вітчизняної моделі наскрізної медіаосвіти та підвищення рівня медіакомпетентності суб'єктів освіти. Учасниками експерименту є приблизно 200 закладів освіти України [19].

Посібник ознайомлює з досвідом реалізації технологій медіаосвіти для вирішення освітніх завдань в урочній та позакласній діяльності закладів – учасників Усеукраїнського експерименту «Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику» Луганської області. Це Біловодський ліцей «ЛПДЕР» Біловодської селищної ради Луганської області; Лисичанський ліцей № 2 Северодонецького району Луганської області; Лисичанський ліцей № 7 Северодонецького району Луганської області; Лисичанський ліцей № 12 Северодонецького району Луганської області; Лисичанський ліцей № 28 «Гарант» Северодонецького району Луганської області; Новоайдарський ліцей Новоайдарської селищної ради; Кременський ліцей № 3 Кременської міської ради Луганської області; Старобільський ліцей № 3 Старобільської міської ради Луганської області.

Навчально-методичний посібник призначений для великого кола читачів, які цікавляться питаннями медіаосвіти.

РОЗДІЛ 1. МЕДІАІНФОРМАЦІЙНА ГРАМОТНІСТЬ В УМОВАХ РОЗВИТКУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

1.1. Осмислення понять медіаосвітнього поля

У 1982 році ЮНЕСКО організувала всесвітній форум експертів у Грюнвальді (Німеччина) для обговорення питань, пов'язаних з медіаосвітою. У Грюнвальдській декларації сформульовано заклик сприяти розвитку медіаосвіти в межах загальноосвітньої системи. На конференції ЮНЕСКО в Тулузі в 1990 році делегати із 40 країн підтвердили необхідність створення єдиних вимог до розробки навчальних програм та матеріалів для викладання та вивчення медіа. Із часом термін «медіа» зазнав значних змін, що було відзначено на конференції ЮНЕСКО, проведеній у Відні в 1999 році. Із цього моменту поняття медіа вже не обмежувалося пресою, кіно, радіо та телебаченням, його значення розширилося і стало охоплювати весь друкований світ та графіку, аудіо, фотографії та відеозображення, доставлені споживачеві за допомогою будь-яких технологій.

Грюнвальдська декларація ЮНЕСКО (1982 р.) звертає особливу увагу на те, що засоби масової інформації (далі - ЗМІ) грають значну роль у сучасному суспільстві, тому різнобічні та систематичні форми освіти у сфері ЗМІ є складником освіти сучасного громадянина. Мета медіаосвіти – формування в молоді критичного ставлення до медіа, перетворення її на креативного (творчого) користувача медіаінформації в сучасному інформаційному суспільстві. Це набуває особливої важливості ще й тому, що в сучасному суспільстві дорослі все менше можуть контролювати доступ дітей до електронних медіатекстів – теле- та радіопередач, інтернету, комп'ютерних ігор тощо.

Оксфордська енциклопедія визначає медіаосвіту як вивчення медіа, яке відрізняється від навчання за допомогою медіа. Медіаосвіта (media education) пов'язана одночасно з пізнанням того, як створюються та поширюються медіатексти, так і з розвитком аналітичних здібностей для інтерпретації та оцінки їхнього змісту. Тоді як вивчення медіа (media studies) зазвичай пов'язують із практичною роботою зі створення медіатекстів. Як медіаосвіта, так і вивчення медіа спрямовані на досягнення цілей медіаграмотності (media literacy) [8, с. 78].

На думку британського дослідника Д. Бакінгема, інформаційна доба започаткувала нову парадигму медіаосвіти, в основі якої є твердження, що людина перестала бути пасивним учасником медіапростору. Тож велике значення набуває власний досвід особистості користування медіа, створення медіапродуктів та розповсюдження медіаповідомлень [18, с. 10].

У документах Ради Європи медіаосвіта (media education) визначається як навчання, метою якого є розвиток медіакомпетентності, тобто критичне та вдумливе ставлення до медіа з метою виховання відповідальних громадян, здатних висловити власні судження щодо отриманої інформації. Це дає можливість використовувати необхідну інформацію, аналізувати її, ідентифікувати економічні, політичні, соціальні та/або культурні інтереси, які з нею пов'язані. Медіаосвіта вчить інтерпретувати та створювати повідомлення, вибирати

найбільш придатні для комунікації медіа. Дозволяє людям здійснювати їхнє право на свободу самовираження та інформацію, що не тільки сприяє особистому розвитку, але також збільшує соціальну участь та інтерактивність. Необхідно розвивати медіаосвіту як частину концепції освіти протягом усього життя людини [18, с. 6]. Результатом медіаосвіти має бути підвищення рівня медіаграмотності особистості, яка полягає в сукупності знань, умінь і можливостей, що сприяють відбору, використанню, критичному аналізу, оцінюванню, створенню та передачі медіатекстів різних форм, жанрів, а також аналізу складних процесів функціонування медіа в суспільстві.

Медійна грамотність – це готовність до використання ресурсів та можливостей глобального медіасередовища. Можна говорити про соціальні, етичні, культурні та технологічні аспекти медійної грамотності. У процесі формування медійної грамотності учні набувають навичок безпечного використання медіа, а також особистого самовираження, формування власної думки, незалежних поглядів та участі в житті громадянського суспільства, готовності до критичної інтерпретації знань. Ключовим аспектом медійної грамотності є аналітичний підхід до медіасередовища: здатність сприймати критично медіа та готовність виражати себе засобами медіа.

Медіаграмотність покликана забезпечувати процес асиміляції та використання цифрового подання сучасних медійних засобів, а також практичних навичок, необхідних для правильного використання цифрових технологій, та надавати можливості доступу, аналізу та критичної оцінки медійної інформації у вигляді зображень, звуків та повідомлень, з якими ми зустрічаємося в повсякденному житті та які відіграють важливу роль у сучасній культурі. Вона охоплює навички спілкування на основі грамотного використання ІКТ. Медійна грамотність охоплює всі медіа, зокрема телебачення, кіно, радіо та аудіозаписи, пресу, інтернет та будь-які інші цифрові засоби зв'язку.

З медіаграмотністю нерозривно пов'язане поняття «інформаційна грамотність». Найчастіше цитованим визначенням інформаційної грамотності є тлумачення, запропоноване Американською бібліотечною асоціацією (ALA) 1989 року: «Інформаційна грамотність – це здатність людини розуміти, коли їй потрібна інформація, уміти знаходити, оцінювати та ефективно використовувати цю інформацію» [6, с. 129]. Для інформаційної грамотності велике значення має використання різноманітних джерел інформації із застосуванням навичок критичного осмислення отриманої інформації для задоволення певних інформаційних потреб із застосуванням навичок критичного сприйняття отриманої інформації. Інформаційна грамотність – це набір компетенцій, необхідних для здобуття, розуміння, оцінки, адаптації, генерування, зберігання та подання інформації, що використовується для аналізу проблем та ухвалення рішення. Інформаційно грамотні люди мають такі базові навички: критичне мислення, уміння аналізувати інформацію та використовувати її для самовираження, здатність до незалежного навчання, створення інформації, готовність бути поінформованим громадянином та професіоналом, брати участь у житті суспільства.

У результаті ретельного аналізу та синтезу наявних поглядів та думок міжнародна група експертів, скликаних ЮНЕСКО, ухвалила рішення розглядати

медійну та інформаційну грамотність (далі – МІГ) як комплексне поняття, що містить такі поняття:

- медійна грамотність;
- інформаційна грамотність;
- грамотність у сфері свободи самовираження;
- бібліотечна грамотність;
- новинна грамотність;
- комп'ютерна грамотність;
- інтернет-грамотність;
- цифрова грамотність;
- кінограмотність;
- грамотність використання електронних ігор;
- телевізійна грамотність;
- грамотність у сфері реклами.

У програмі ЮНЕСКО «Медійна та інформаційна грамотність» *медійна грамотність* визначається як активне чи пасивне сприйняття та використання матеріалів медіа, включаючи їх критичне сприйняття та усвідомлену оцінку, використовуваними ними методи та їх вплив, а *інформаційна грамотність* – як здатність усвідомлювати необхідність отримання інформації, а також знаходити, оцінювати, ефективно використовувати та поширювати інформацію в різних форматах [6].

Термін «*медіаінформаційна грамотність*» «визначає основні компетенції, необхідні для ефективного використання медіа та інших постачальників інформації та розвитку навичок критичного мислення, а також навчання протягом усього життя для спілкування та реалізації активної громадянської позиції» [9]. МІГ сприяє реалізації права людини на комунікацію та самовираження, на пошук, отримання інформації та ідей, а також можливість обмінюватися ними.

1.2. Розвиток медіа- та інформаційної грамотності учнів у процесі медіаосвіти

В Україні розвиток медіаосвіти підтримується на законодавчому рівні. Базисними документами щодо діяльності мас-медіа та створення, розповсюдження, використання інформації є:

Закон України «Про інформацію», у якому регулюються відносини щодо створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорони та захисту інформації;

Закон України «Про рекламу», у якому визначені засади рекламної діяльності в Україні, регулюються відносини, що виникають у процесі виробництва, поширення і споживання реклами, а також визначено основні засади створення, функціонування і поширення соціальної реклами;

Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», у якому зазначені правові основи діяльності друкованих ЗМІ;

Закон України «Про телебачення і радіомовлення» регулює відносини, що виникають у сфері телевізійного та радіомовлення на території України,

визначає правові, економічні, соціальні, організаційні умови їх функціонування, спрямовані на реалізацію свободи слова, прав громадян на отримання повної, достовірної та оперативної інформації, на відкрите й вільне обговорення суспільних питань [16];

Закон України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» посилює систему правового регулювання в інформаційній сфері [10].

Уперше необхідність розвитку медіаосвіти на державному рівні була зафіксована у 2010 році, коли Президією Національної академії педагогічних наук України була схвалена *Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (2010–2020 рр.)*. Прийняття такого документа стало революційним кроком у сфері вітчизняної освіти. У Концепції зазначено, що головною метою медіаосвіти є формування медіакультури особистості в середовищі значущих для неї спільнот (малих груп, родин, навчальних і виробничих колективів, місцевих громад тощо). А головними завданнями визначено сприяти формуванню: медіаінформаційної грамотності; медіаімунітету особистості; рефлексії і критичного мислення як психологічних механізмів, які забезпечують свідоме споживання медіапродукції; здатності до медіатворчості для компетентного й здорового самовираження особистості та реалізації її життєвих завдань, розвитку патріотизму, української ідентичності, згуртованості, солідарності; спеціалізованих аспектів медіакультури: візуальної медіакультури (сприймання кіно, телебачення), аудіальної і музичної медіакультури, розвинених естетичних смаків щодо форм мистецтва, опосередкованих масмедіа, сучасних напрямів медіаарту тощо [5].

Про безпечну діяльність дітей у кіберпросторі (ст. 1) зазначено в Законі України «Про освіту». У Концепції Нової української школи визначено 10 ключових компетентностей, серед яких: **інформаційно-цифрова компетентність**, що передбачає впевнене й водночас критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією на роботі, у публічному просторі та приватному спілкуванні; **інформаційна й медіаграмотність**, що передбачає основи програмування, алгоритмічне мислення, роботу з базами даних, навички безпеки в інтернеті та кібербезпеки, розуміння етики роботи з інформацією (авторське право, інтелектуальна власність тощо), уміння спілкуватися державною (і рідною в разі відмінності) мовами. Це вміння усно й письмово висловлювати й тлумачити поняття, думки, почуття, факти та погляди (через слухання, говоріння, читання, письмо, застосування мультимедійних засобів). Здатність реагувати мовними засобами на повний спектр соціальних і культурних явищ – у навчанні, на роботі, удома, у вільний час. Усвідомлення ролі ефективного спілкування. Уміння вчитися впродовж життя. Здатність до пошуку та засвоєння нових знань, набуття нових умінь і навичок, організації навчального процесу (власного і колективного), зокрема через ефективне керування ресурсами та інформаційними потоками, уміння визначати навчальні цілі та способи їх досягнення, вибудовувати свою освітньо-професійну траєкторію, оцінювати власні результати навчання, навчатися впродовж життя [15].

Згідно з Державним стандартом базової середньої освіти обов'язковими результатами навчання учнів з різних галузей повинні бути такі:

– сприймає, аналізує, інтерпретує, критично оцінює інформацію в текстах різних видів, зокрема інформаційних та медіатекстів;

– здатність використовувати цифрові інструменти і технології для розв'язання проблем, розвитку, творчого самовираження, забезпечення власного й суспільного добробуту, критично мислити, безпечно та відповідально діяти в інформаційному суспільстві;

– уміння взаємодіяти з іншими особами в цифровому просторі [2].

Навички використання медіа не можуть розвиватися власними силами, без цільового навчання. Це зумовлює необхідність систематичного формування МІГ. Навчання медіаінформаційної грамотності – право, закріплене в Конвенції ООН з прав дитини.

Не можна розраховувати на те, що всім дітям будуть надані рівні можливості для освоєння медіаінформаційної грамотності поза школою. До того ж навички, набуті за межами школи, часто бувають спонтанними та односторонніми. Беззаперечно важливою є імплементація МІГ в освітній процес на систематичній основі. Головне, щоб це знаходило вираження в практичних результатах, наприклад, шкільних газетах та журналах, радіопередачах, аудіо-візуальній продукції, мультимедійних презентаціях, веб-сайтах тощо.

Є кілька способів вирішення цього завдання.

- Включати в конкретні предмети програму, пов'язану з медіаінформаційною грамотністю, відповідно визначаючи спеціальні предмети.

- Заклад освіти обирає стратегію інтеграції до всіх освітніх програм елементів МІГ. Здатність до критичного відбору інформації з медіа та формування навичок створення і обміну інформацією за допомогою ІКТ – навички, якими мають володіти як учні, так і педагоги.

- Заклад освіти ухвалює рішення про інтеграцію МІГ у позаурочну діяльність.

В основі всіх трьох моделей лежить думка про те, що медіаінформаційна грамотність є базовою навичкою, яка є основою для всіх інших.

1.3. Онлайн-ризик для дітей у цифровому світі

Різноманіття інформаційних технологій надзвичайно велике. Вони впливають на зміну діяльності людини, а також впливають на види соціальних взаємодій, соціалізацію особистості та організаційні форми. Одним з важливих джерел соціалізації є медіасфера, адже вона пропонує цілу індустрію почуттів, замінюючи повноцінні стосунки, а також надає готові шаблони думок та вчинків. Також існує негативний складник у вигляді впливу на психіку людини, що прямо пов'язано з особливостями діяльності людини в медіапросторі, зокрема в інтернеті. За даними Digital станом на жовтень 2021 року, користувачами інтернету є приблизно 62 % населення світу. А щосекунди в середньому додається 13 нових користувачів соціальних мереж. Загалом кількість користувачів соціальних мереж у світі досягла позначки 4,55 мільярди осіб.

Мобільні телефони використовують 5,22 мільярди людей у світі (66,6 % всього населення). 53 % усього інтернет-трафіку припадає на мобільні телефони [20].

Можливості масмедіа є значними, а їх використання повинно діяти на благо людям. Водночас часто відбувається усвідомлений чи неусвідомлений інформаційний вплив, який скеровано проти особистості людини. Нині існує загроза від різноманітних видів інформації, найбільше цьому негативному впливу піддаються діти. За результатами дослідження на тему «Сексуальне насильство над дітьми та сексуальна експлуатація дітей в інтернеті в Україні» більшість респондентів (84 %) повідомили, що розпочали користуватись інтернетом у віковому проміжку 5–11 років, а 92 % опитуваних відповіли, що вперше зареєструвались у соціальній мережі у віці 6–12 років [1]. Але велика кількість медіапродуктів не відповідає інформаційній безпеці особистості дитини. Сцени насилля і жорстокості небезпечні не лише для формування особистості дитини, але й для психічного та фізичного здоров'я людини.

Одним з важливих завдань для дорослих, держави та системи освіти, є забезпечення дітей та підлітків від шкідливого, деструктивного впливу інформації. І мова йде не про ізоляцію від медіапростору, а про надання можливостей для ухвалення обґрунтованих рішень стосовно їхнього інформаційного захисту. Необхідно створити такі умови, у яких абсолютно кожна людина могла би оцінити запропоновану інформацію та у випадку негативного впливу мати змогу протидіяти їй. Необхідно розвивати здібності правильного ставлення запитань, аналізу та інтерпретації отриманої інформації, а також уміти виявляти можливості маніпуляцій з боку медіа.

Сучасна освіта неможлива без використання ІКТ, проте зараз велика кількість населення не підготовлена до повноцінного життя в інформаційному суспільстві, адже не вистачає знань у сфері медіаосвіти.

Умінню працювати з інформацією треба навчати зі шкільних років. Це вміння сприяє інтелектуальному розвитку особистості: якщо дитина здатна оточити себе якісною, правдивою інформацією, то в неї формується більш повноцінне уявлення про навколишній світ.

Використовуючи ІК технології діти можуть зустрітися з різноманітними ризиками (рисунки 1).

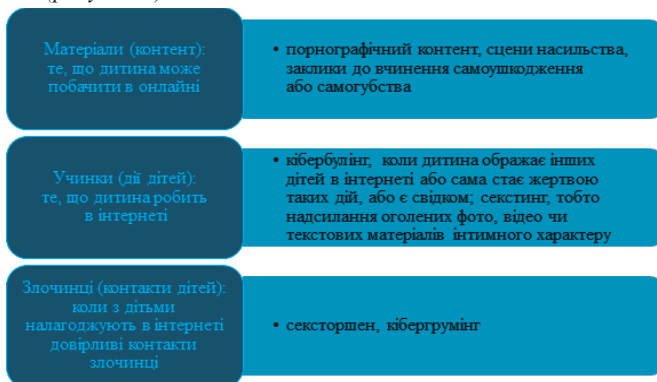


Рисунок 1. Онлайн-ризики для дітей

Матеріали (контент)

Візуалізація насильства: можна зустріти будь-де в мережі (ютуб, ігри, соцмережі тощо) над людьми, тваринами, дітьми, екстремістські угруповання, групи, що пропагують насилля, ризиковані відео, фото. Необхідно перевіряти блоги та влоги, адже діти переймають цінності, які в них пропагуються.

Порнографія: сексуальна експлуатація дітей. Світова статистика говорить про те, що 40 % з усіх матеріалів, які зображують сексуальне насилля, створені за участю дітей молодше 10 років. 1/3 із цих матеріалів – це повідомлення, що містять селфі дітей. Тобто примусово / шантажем / залякуваннями відзняті фото та відео самою дитиною [7].

Шкідливий контент: за даними діагностично-розвивального проєкту «Медіасвіта в часи пандемії» спонування до насильства – 14,38 %; підштовхування до самоушкодження – 11,61 % [7].

Учинки (дії дітей)

Кібербулінг: найпоширеніший ризик онлайн, який характеризується систематичним цькуванням та вчиненням насильства за допомогою засобів електронної комунікації. Згідно зі статистикою в Україні 29 % опитаних підлітків хоч раз ставали жертвами кібербулінгу, а 16 % були змушені пропускати через це шкільні заняття [7].

Секстинг: надсилання інтимних фото- та відеоматеріалів за допомогою сучасних засобів зв'язку. Підлітків використовують поширення інтимних фотографій як спосіб відчуття своєї сексуальності, як прояв уваги або флірту. Також причиною секстингу може бути вимагання.

Злочинці (контакти дітей)

Сексторшен: налагодження незнайомцями в інтернеті довірливих стосунків з дітьми з метою отримання приватних матеріалів, шантажування ними та вимагання грошей чи додаткових матеріалів. В Україні нині немає статистичних даних щодо сексторшену, але згідно з міжнародними джерелами [17] у мережі з'являється все більше зображень оголених дітей, і вік поступово знижується. Міжнародна статистика стверджує, що приблизно 50 % підлітків отримували або надсилали зображення інтимного характеру в мережі та стикались із пов'язаним із ними шантажем.

Кібергрумінг: побудова дорослим / групою дорослих осіб довірливих стосунків з дітьми з метою сексуального насильства онлайн чи в реальному житті. Зазвичай злочинці (або злочинні угруповання) реєструються в соціальних мережах під виглядом підлітків чи налагоджують контакт зі школярами в онлайн-іграх, через електронну пошту та ін.

Це найбільш актуальні ризики, з якими діти зустрічаються в мережі. На жаль, про небезпечні ситуації, у які потрапляють діти в кіберпросторі (зокрема щодо контактів дітей), дорослі дізнаються занадто пізно. Згідно з результатами дослідження на тему «Сексуальне насильство над дітьми та сексуальна експлуатація дітей в інтернеті в Україні» 44,8 % респондентів повідомили, що не поділились ситуацією, що з ними трапилась, а 77,6 % – відповіли, що поділились ситуацією з другом або подругою. І менше 10 % розповіли певним дорослим, з якими є довірливі стосунки [1].

Подолати невтішну статистику можливо, підвищуючи рівень МІ грамотності дітей, пояснюючи їм правила інтернет-спілкування та формуючи довірливі стосунки між педагогами та учнями, між батьками та дітьми.

**РОЗДІЛ 2. ПРАКТИЧНИЙ ДОСВІД УПРОВАДЖЕННЯ
МЕДІАОСВІТИ В ЗАКЛАДАХ ОСВІТИ ЛУГАНСЬКОЇ ОБЛАСТІ**
(з досвіду закладів – учасників Усеукраїнського експерименту
«Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового
впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику»)

2.1. РОЗВИТОК МЕДІАОСВІТИ ПІД ЧАС ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ
Упровадження медіаграмотності
через проєктну роботу на уроках «Я досліджую світ»
у початковій школі
(матеріали до уроку)

*Герасименко Ганна, учитель початкових класів Лисичанського ліцею № 12
Севєродонецького району Луганської області*

Сучасний світ змінюється щохвилини, учорашні відкриття сьогодні стають повсякденною справою. Наші діти мають справу з інформаційним простором з найменшого віку через гаджети, телебачення, зовнішню рекламу тощо. Тому вони повинні знати, що таке медіаграмотність уже в початковій школі.

На уроках «Я досліджую світ» разом з дітьми досліджуємо та працюємо над різними змістовими лініями курсу. Особливу увагу приділяємо такій змістовій лінії, як «Досліджую медіа», адже у світі, яким керує інформація, дитина мусить уміти її критично оцінювати, знати, яким джерелам можна довіряти, що таке фейкові новини та як захиститися від маніпуляцій. Працювати натхненно та цікаво нам допомагає робота над різними проєктами. Один з проєктів пропонуємо до уваги читачів.

Вивчаючи тему «Здоровий спосіб життя», діти вчилися аналізувати продукти, які потрапляють їм у їжу. Для цього вони працювали з медіаджерелами, а саме спостерігали за рекламою. Відомо, що реклама – це форма масового вмовляння.

На *I етапі* проєкту дітям потрібно самостійно проаналізувати рекламні ролики та зробити дописи в анкеті.

Завдання анкети:

Проаналізуй, скільки рекламних роликів ти побачив за 10 хвилин перегляду улюбленого мультфільму, телепередачі тощо.

Порахуй, скільки рекламних роликів були про дитячі товари, послуги, продукти харчування тощо.

Запиши назву 5 рекламних роликів, які тобі сподобалися найбільше. Чому вони тобі запам'яталися?

Після цього в класі відбувається обговорення проблеми «викривлення» правдивої інформації в рекламі.

II етап проєкту складався з розпізнавання фейків у рекламі. На прикладах з реклами дитячих товарів і продуктів діти вчать розрізняти «факти» й «судження». Важливо наголошувати на критичному сприйнятті будь-якої інформації.

Останнім, *III етапом*, є створення власного медіапродукту – «чесної реклами» для споживачів. Працюючи невеличкими групами, діти самостійно

обирають продукти харчування, шукають в інтернет-джерелах інформацію про їхню користь для людини, а також наводять вагомі, на їхню думку, аргументи для придбання цього продукту. Звичайно, не варто забувати про емоційне забарвлення, адже саме воно часто впливає на наш вибір. Найкраща реклама обирається чесним голосуванням.

Наостанок дається творча робота зі створення збалансованого меню в кафе. Меню створюємо космічне, але корисне. Під час проведення цього проекту діти проявили неабияку фантазію і креатив, але не забули перевірити деякі факти, що пов'язані з розвитком космічної галузі. Цікаво, креативно, наочно! Це і є знання в дії!

**Медіавиховання в початковій школі
через запровадження спецкурсу «Я в медіапросторі»
(конспект уроку)**

*Бондар Ганна, учитель початкових класів Лисичанського ліцею № 28
«Гарант» Сєверодонецького району Луганської області*

Суспільство постійно змінюється, розвиваються всі галузі життя. Освітня галузь не є виключенням, саме тому Лисичанський ліцей № 28 «Гарант» Сєверодонецького району Луганської області став учасником Усеукраїнського експерименту «Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику» (2017–2022 рр.).

Я не залишилася осторонь та завдяки адміністрації закладу освіти влітку 2017 року стала учасницею 10-тої Літньої школи з медіаосвіти та медіаграмотності для викладачів початкової школи (27–30 червня 2017 р.).

Тоді все й почалося. На своїх уроках я розповідала дітям про медіа, учила критично мислити та ставити під сумнів будь-яку інформацію, розрізняти фейкову та справжню інформацію, поважати права свої та інших людей, не порушувати авторське право та дотримуватися академічної доброчесності тощо.

У 2020–2021 н. р в нашому закладі в 4-А класі було введено спецкурс «Я в медіапросторі».

Разом з учнями ми почали впроваджувати в освітній процес уроки медіаосвіти за програмою «Медіаграмотність у початковій школі від Академії української преси. Київ: Центр Вільної Преси, 2018 р., що була надана через проєкт USAID «У-Медіа» і виконується міжнародною організацією Internews.

За календарним планом опрацювали кілька модулів: фотографії, телебачення, кінематограф, анімація, реклама, інтернет та права людини в сучасному медіапросторі.

Мета курсу: ознайомити дітей з медіа, зі створенням медіапродуктів, навчити критично мислити та дати роз'яснення на практичних вправах про вплив медіа на людину, «керування» людством через медіа.

Цей курс дуже потрібен для молодого покоління, він цікавий та актуальний.

Розглянемо приклад розробки уроку «Я в медіапросторі» в 4-А класі за темою «Реклама – потужний сучасний двигун».

Урок: «Я в медіапросторі».

Тема: «Реклама – потужний сучасний двигун».

Мета: дати роз'яснення, що таке реклама та навіщо вона потрібна; як реклама впливає на людей, як працює реклама на телебаченні, у газетах, на бордах, в інтернеті тощо. Дослідити, як реклама впливає на наш вибір та життя. Збагатити словниковий запас, розвивати критичне мислення та виховувати естетичний смак.

Обладнання: класна дошка, маркери, проектор, презентація, відео з YouTube, листи А3, маркери кольорові, яблуко, напій «Кока-Кола», пакет непрозорий.

Хід заняття

1. Емоційне налаштування

Вправа «Дискусія».

Чим мені подобається / не подобається урок «Я в медіа»?

Для цієї вправи на екрані з'являється проблемне питання. Діти починають давати відповіді (ранжуємо їх) і за ними дітей об'єднуємо у дві команди. Перша команда доводить усі «ЗА» (чому урок «Я в медіа» подобається), друга – усі «ПРОТИ» (чому не подобається).

Відповіді дітей фіксуємо на дошці, попередньо розділивши її навпіл, де перша колонка «ЗА», а друга «ПРОТИ».

Тепер спираючись на дані (відповіді дітей), повідомляємо, що перелічення кращих властивостей того чи іншого предмета, об'єкта, уроку – це і є реклама.

2. **Проблемне питання** «Що таке реклама?». Слухаємо відповіді дітей і пам'ятаємо, що всі відповіді правильні. *(Так учимо дітей критично мислити та висловлювати власні думки, чути думку опонентів.)*

3. **Перегляд відео з YouTube** «Що таке реклама? Діти відповідають на різні питання» (з 3,24 хв до 4,30 хв) (<https://cutt.ly/9PiokoX>).

4. Перед переглядом ставимо **запитання:** «Навіщо нам потрібна реклама?».

5. **Відповіді дітей на питання.** Діти самі доходять висновку, що реклама – двигун продажів.

Ставимо питання: – А де в житті ми можемо побачити рекламу?

(Газети, телевізор, борди, інтернет тощо.) Обговорення.

А хотіли б ви дізнатися, звідки взялася реклама, яку історію вона має?

6. **Перегляд відео з YouTube** «Історія реклами»: <https://cutt.ly/ORipAJL>.

7. **Практичне завдання.** (Якщо є потреба, можна провести рухливу хвилинку чи кінезіологічні вправи перед практичною частиною.)

Учитель. (Показує дітям пакет із таємничкою). Діти, спробуйте вгадати, що саме я принесла сьогодні на урок? (Діти пропонують варіанти; учитель звужує коло варіантів відповіді й надає підказку, що це їстівне, потім пропонує одному учневі допомогти й на дотик угадати предмети; у пакеті – яблуко та пляшка «Кока-Коли».)

Що вам зараз хочеться скуштувати? (Зазвичай діти відповідають, що хочуть випити «Кока-Колу».)

А чому не обрали яблуко? (Відповіді дітей.)

Пропоную вам зараз стати рекламними агентами. Уявіть, що я ваш клієнт і вам потрібно мені продати саме яблуко, спробуйте прорекламувати цей продукт, а щоб вам було легше це зробити, пропоную переглянути ще одне відео з YouTube «Одна історія про рекламу» (<https://cutt.ly/vPisXdy>).

Увага! Важливо! Не давайте чітких настанов, що і як треба робити, так діти проявлять власну творчість та підкріплять її життєвим досвідом! Об'єднуємо дітей у групи (рекламні агенції) та проводимо гру «Фруктовий салат». Даємо дітям листи А3 та маркери для створення реклами яблука та просимо розпочати з назви агенції.

Скажіть, будь ласка, на яку рекламу ми звертаємо увагу?

(Яскраву, цікаву, естетично оформлену, з картинками тощо.)

Тоді до роботи.

(Час обираємо відповідно від можливостей дітей класу.)

1) Репрезентація реклами агенціями.

2) Зворотний зв'язок від дітей.

Рефлексія

– Що дізналися нового?

– Що зацікавило?

– Що здалося складним?

– Чи сподобалось вам створювати рекламу?

Учитель. Пропоную вам самостійно створити рекламу. Підготуйте вдома рекламу своєї улюбленої іграшки, щоб нам закортіло теж придбати таку саму, і не забудьте застосувати найкращі (влучні) аргументи. Зніміть відео або створіть плакат.

Що ж, ми довели, що за допомогою реклами можна вплинути на вибір людей, бо після представлення реклами про яблуко ви сказали, що вам самим уже хочеться це яблуко купити. Отже, реклама – потужний сучасний двигун!

Ви чудово мені це довели, а отже, заняття пройшло успішно! Можливо, що хтось із присутніх у дорослому віці стане відомим рекламодавцем і ми побачимо ваші реклами на екранах моніторів.

Розвиток медіаосвіти на уроках англійської мови (матеріали до уроку)

*Гамрецька Тетяна, учитель англійської мови Старобільського ліцею № 3
Старобільської міської ради Луганської області*

Учні перенасичені інформацією з різних джерел і не завжди можуть споживати її правильно. Ось тому в уроки англійської мови доречно інтегрувати медіаосвіту, що передбачає медіаобізнаність, уміння обирати потрібну інформацію, критичне мислення як психологічний механізм медіаграмотності, розвиток якого забезпечує свідоме споживання медіапродукції на основі ефективного орієнтування в іншомовному та українському медіапросторі та осмислення власних медіапотреб, здатності до медіаторчості для компетентного й здорового самовираження особистості та реалізації її життєвих завдань.

Сінді Шейбе та Фейз Рогоу зазначали: «Освіта з медіаграмотності не найкращий засіб для навчання будь-чого й ми не рекомендуватимемо замінити нею

те, що вже добре працює. Але освіта з медіаграмотності може стати в пригоді досвідченим учителям, щоб вдихати нове життя в застарілі заняття. Це також може бути ефективним способом залучення учнів з різноманітними потребами в навчанні (диференційоване викладання) та таких учнів, які не виявляють цікавості в навчальному процесі. Й жодна інша річ так не розпалює пристрасть у вчителів, як учні, що залучаються до того, що вони вчать» [2, с. 113].

Використовуючи принципи компетентнісно орієнтованого підходу до навчання в поєднанні з інтерактивними технологіями та вправами, спрямованими на формування медіаграмотності учнів, викладач досягне високих результатів у своїй педагогічній майстерності. Інтеграція медіаосвіти дозволяє досягти високого рівня знань учнів з іноземної мови, розвинути критичне мислення, набито мовних та життєвих компетенцій.

Сінді Шейбе та Фейз Рогоу зазначали: «Вправи з медіаграмотності можуть бути особливо ефективні для учнів з обмеженими знаннями англійської мови, бо вони надають можливість для інтеграції зображення в навчання» [2, с. 202].

Інтернет дає широкі можливості для пошуку та підбору готових планів уроків з медіаграмотності, відео- та аудіотекстів, сайтів новин, блогів та влогів. Так, австралійський сайт «Медіаосвіта» (MediaEducation) [3] надає безкоштовні підбірки новин та матеріалів на глобальні теми та вправи, але необхідна реєстрація. Медіаосвіта вивчається в США як окремий предмет та інтегрується в інші навчальні предмети. Так, університет Роуд Айленда має школу зв'язку та засобів масової інформації, а також сайт «Лабораторія медіаосвіти» (MediaEducationLab), на якому у відкритому доступі є багато цікавої інформації та ідей для використання з історії та правил функціонування таких сучасних форм, як-от влог та блог, розробка додатка для мобільних телефонів, серія відео про пропаганду у світі [4]. Національна освітня асоціація Вашингтону, округ Колумбія, пропонує корисні матеріали з країнознавства, охорони здоров'я та самої медіаграмотності [5]. Сайт «Діяльність щодо медіаосвіти» (Action 4 MediaEducation) подає корисні поради впровадження медіаосвіти та посилання на сторонні ресурси високої якості, різної якості та різноманітного спрямування [6]. Канадський сайт Mediasmarts дає змогу вчителям підібрати вправи для урізноманітнення та доповнення видів діяльності учнів на уроках; сайт містить велику кількість вправ на розпізнавання фейкової інформації [7].

У Старобільському ліцеї № 3 проходять уроки англійської на тему інтернет-безпеки, інформаційної грамотності, до Дня гідності та свободи, де обговорюються питання кібербулінгу, мобінгу тощо.

Засобами англійської мови ми навчаємо учнів відрізнити фейкові новини, працювати з медіатекстами, аналізувати фото, малюнки для розвитку медіаграмотної комунікативно спроможної особистості. Діти навчаються створювати власні тексти на основі Сторіборд, складають профайли, рецензії на книги, фільми, учаться робити висновки з почутого, розуміти значення медіамеседжив.

Інтеграція медіаосвіти в уроки англійської мови має бути систематичною та поступовою. Спочатку треба запропонувати учням пасивне сприймання медіатекстів та формувати навички застосування технічних засобів створення та відтворення медіаконтенту.

На другому етапі впровадження медіаосвіти може охоплювати різні форми аналізу медіатекстів, рецензування, обговорення, класифікування медіаматеріалу за темами, соціальною значущістю, створення афіш, анонсів, відео-, аудіо- чи текстового супроводу до наявних творів, визначення джерела медіатекстів, їхніх політичних, соціальних, комерційних, культурних інтересів та контекстів. На цьому етапі доречно навчати учнів відокремленню фактів від судження, перевірки правдивості / неправдивості інформації в медіатексті.

Рольові ігри «Теленовини», «Репортаж», проблемні обговорення та рецензування медіатекстів, творчі завдання на відновлення всіх етапів розвитку сюжету, складання прогнозу успіху медіатекстів за рекламними анотаціями (рекламні видання, телереклама), письмове рецензування медіа текстів, ведення медіащоденника також сприятимуть розвитку медіаосвіченої особистості засобами англійської мови.

Останнім етапом, який охоплює весь творчий потенціал учнів, є створення власного авторського медійного продукту за заданою темою. Цей рівень є найскладнішим, оскільки вимагає від учнів не тільки досконалого володіння технічними засобами, а й відмінного знання мови. Учні мають можливість створити різні види новин, фільмів, реклами, написати сценарії, підготувати радіо- та телепередачі.

Такі види вправ дозволяють розвивати різні види діяльності учнів – говоріння, читання, аудіювання, письмо, дають можливість зробити уроки цікавішими, заохотити дітей до навчання, розвивати критичне мислення, формувати важливі життєві та мовні компетенції та компетентності, а також проводити різні форми уроків – від вступних до підсумкових та проводити різні форми контролю. Подані вправи можуть застосовуватися на уроках іноземної мови, літератури та в позаурочній діяльності й виховній роботі.

Список використаних джерел

1. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. URL: <https://cutt.ly/WPijYXX> (дата звернення: 13.10.2021).
2. Медіаграмотність : підручник для вчителів / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу / Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. Київ : Центр Вільної Преси, Академія Української Преси, 2017. 319 с.
3. Освітній портал Media Education. URL: <https://mediaeducation.com.au/> (дата звернення: 13.10.2021).
4. Media Education Lab. URL: <https://cutt.ly/RPij7gV> (дата звернення: 13.10.2021).
5. National Educational Association. URL: <https://www.nea.org/> (дата звернення: 13.10.2021).
6. Action 4 Media Education. URL: <https://cutt.ly/0PiklZX> (дата звернення: 13.10.2021).
7. MEDIASMARTS. URL: <https://mediasmarts.ca/> (дата звернення: 13.10.2021).

**Курс «Медіакультура»:
комплект завдань із використанням
інтернет-технологій
(конспект уроку)**

*Єгорова Вікторія, учитель медіакультури Лисичанського ліцею № 7
Северодонецького району Луганської області*

Цілі: 1. Упроваджувати інфомедійну грамотність в освітній процес.
2. Через інтернет-технології розвивати медіакультуру.
3. Формувати інформаційно-комунікаційну компетентність здобувачів освіти.

Завдання: узагальнити власний неформальний досвід взаємодії із сучасними медіа, переосмислити знання, отримані в інших медіаосвітніх курсах, позашкільній роботі та під час реалізації різноманітних власних проєктів створення медіапродукції.

Цільова аудиторія: учні 9–11 класів.

Короткий зміст. Сучасні учні практично не уявляють життя без смартфона. Адже з його використанням сучасними підлітками здійснюється більшість повсякденних дій: спілкування в соціальних мережах, перегляд фільмів, розваги, пошук потрібної інформації, прослуховування музики тощо. Тому залучення технологій з використанням мобільного телефону на уроках додатково захопить школярів до вивчення медіакультури.

Запропоновані матеріали використовуються на уроках медіакультури в 9 класі, водночас за умови попередньої підготовки можна застосовувати їх в 5–11 класах на уроках інформатики, медіаграмотності тощо. Макет посібника допоможе урізноманітнити роботу учнів на таких уроках. При створенні книги використано платформу Ourboox; це найпростіша у світі безкоштовна платформа для створення та обміну фліпбуками будь-якого жанру будь-якою мовою.

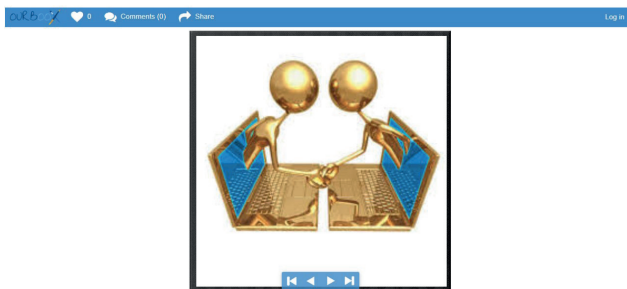
Для того щоб скористатися посібником, потрібно перейти за посиланням <https://cutt.ly/rPic1bz> або відсканувати QR-код.

Для створення власного QR-коду знадобиться інтернет й інформація, яку потрібно закодувати. Зробити це можна за посиланням <http://qrcodes.com.ua> або ввести в рядку адреси вашого вебпереглядача таку умову пошуку: «створити QR-код».



Рекомендуємо використовувати посібник за допомогою ноутбука чи стаціонарного комп'ютера. Зі смартфона книга може відкриватися некоректно (неправильний переклад тощо). А для того, щоб зі смартфона відображення посібника було правильним, треба в налаштуваннях браузера клацнути «Версія для ПК».

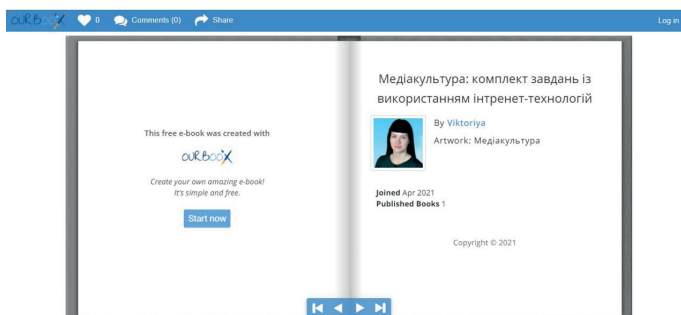
Отже, ви перейшли за посиланням. Титульна сторінка має ось такий вигляд:



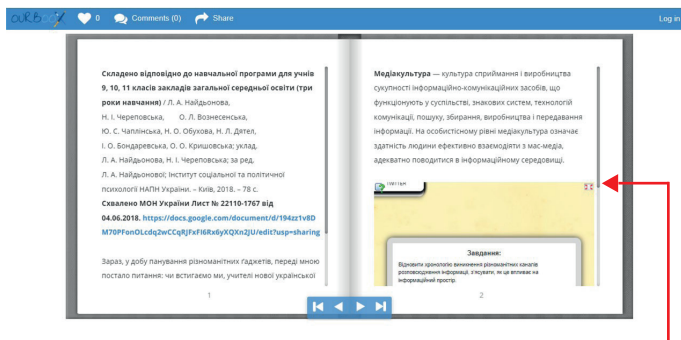
Потім за допомогою стрілок-трикутників гортаємо сторінки книги вперед / назад.



Тут знаходимо загальну інформацію: назва посібника, автор тощо.



Перегортаємо сторінку і опиняємося ось тут:



На сторінці зліва зазначено інформацію про програму, на основі якої складено посібник. За допомогою бігунка (сірої вертикальної лінії справа) можемо прогорнути сторінку вниз.

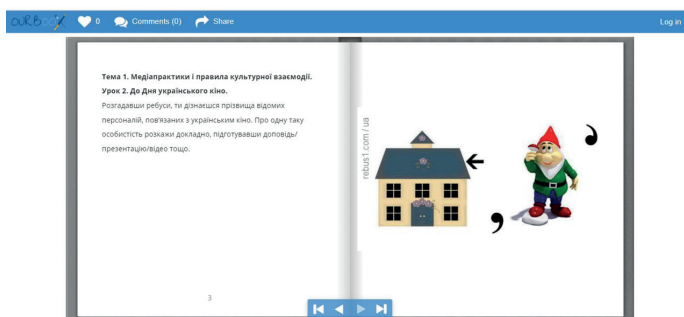
Завдання зі сторінки справа можна використати на 1 уроці.

Така робота дозволяє використати на уроці нові інформаційні технології, заохочувати учнів до вивчення медіакультури.

Участь у завданні як індивідуальна, так і групова.

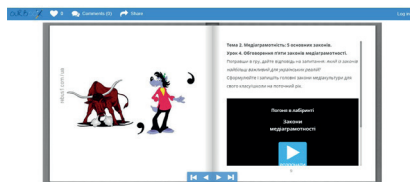
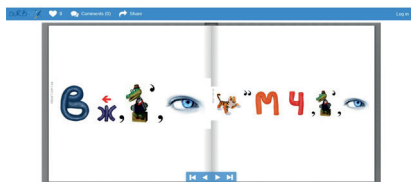
Зворотний зв'язок з учителем постійно підтримується, бо завдання залучає до обговорення всіх учасників освітнього процесу.

Перегортаємо сторінку й знаходимо завдання до уроку № 2, присвяченого Дню українського кіно.

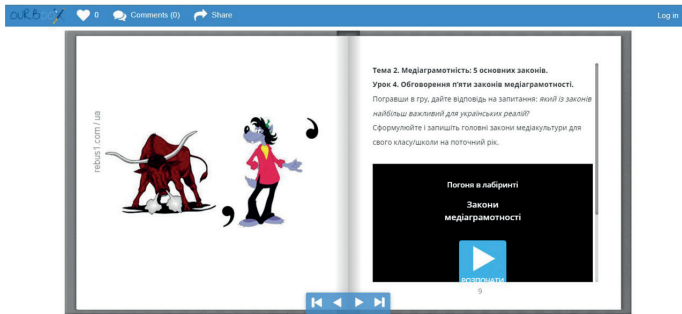


Поняття «гейміфікація» вже поширене в бізнес-середовищі. Та використання ігрових принципів актуальне й для шкільної освіти, адже всі діти із задоволенням граються. Таке навчання зацікавлює, мотивує та занурює в процес. «Ребуси № 1» – українськомовна онлайн-платформа, за допомогою якої можна створювати власні ребуси чи розгадувати наявні на сайті. Ребуси, використані в посібнику, створені його автором.

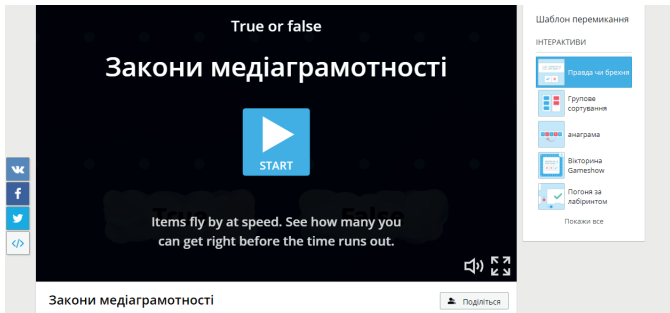
Перегортаємо сторінку далі: усього 4 ребуси.



На сторінці справа розміщено завдання до уроку № 4, присвяченого законам медіаграмотності. Учням пропонується гра, створена на платформі <https://wordwall.net/>.

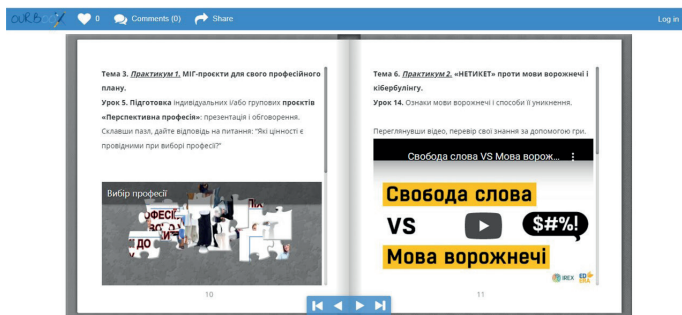


Умови завдання «Погоня в лабіринті» можна прочитати перед початком гри. Платформа дозволяє обрати 5 варіантів ігор на задану тему.

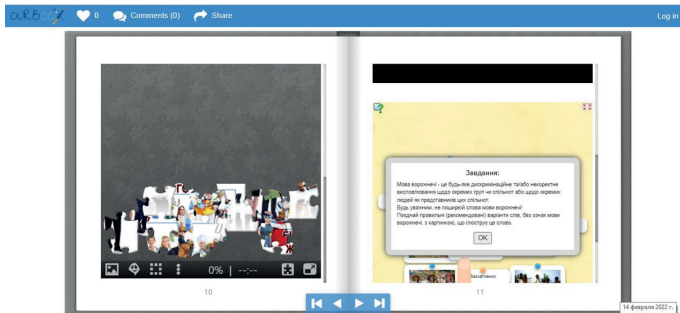


Перегортаємо сторінку.

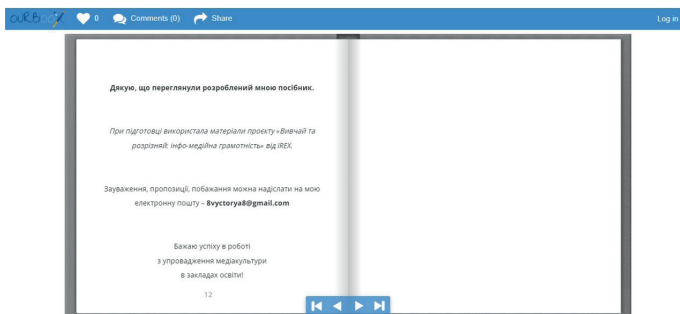
Ліворуч знаходиться завдання до теми, присвячений вибору професії. Учням пропонується скласти пазл з використанням застосунку Jigsawplanet – безкоштовного онлайн-сервісу, за допомогою якого можна створювати власні пазли або збирати пазли-головоломки, уже створені кимось із користувачів, та ділитися ними в соціальних мережах чи вбудувати у власний сайт. На сторінці справа учням пропонується переглянути відео з YouTube, присвячене темі «Мова ворожнечі».



Після перегляду учні виконують завдання LearningApps.org, розроблене автором посібника. Для цього треба прогорнути сторінку вниз.



Перегортаємо сторінку й опиняємося на останній сторінці книги, де зазначена інформація про використані матеріали, а також адреса електронної пошти, куди можна надіслати свої пропозиції щодо посібника.



Усі завдання, використані в книзі, розроблені автором.

Використання інформаційно-комунікаційних та інтернет-технологій для спілкування та співробітництва в навчанні медіакультури сприяє урізноманітненню освітнього процесу, мотивації учнів до самоосвіти, підвищенню рівня саморефлексії, розвитку вмінь налагоджувати стосунки й співпрацювати задля єдиної мети. Практика доводить, що при активному використанні таких технологій досягаються загальні цілі освіти, легше формуються ключові компетенції.



**Із досвіду викладання пропедевтичного курсу
«Основи медіаграмотності» у 8 класі
(конспект уроку)**

*Літвін Юлія, учитель основ медіаграмотності Лисичанського ліцею № 7
Севєродонецького району Луганської області*

Практична робота «Аналіз статті»

Очікувані результати. Після цього уроку учень має вміти застосовувати набуті знання в практичній діяльності під час аналізу газети, газетного матеріалу, розуміти, що таке прихована реклама.

Тип уроку: узагальнення набутих компетентностей.

Обладнання: роздавальний матеріал (вирізки статей із видань різних видів, шаблони для аналізу).

Хід уроку

I. Організаційний момент: повідомлення теми та мети уроку.

Учитель. Сьогодні на занятті ми підбиваємо підсумок вивчення теми «Друковані масмедіа». На попередніх заняттях ви дізналися багато нової інформації, пов'язаної з пресою. Цю інформацію ви пригадаєте й використаете в практичній роботі.

II. Актуалізація знань

Фронтальне опитування

- Які види друкованої продукції ми називаємо пресою?
- Що таке газета?
- За якими ознаками характеризуються газети?
- Хто відповідає за своєчасний випуск газети?
- Яку структуру має газета?
- На які три види поділяються газетні жанри?
- Як називається головний жанр аналітичної журналістики?

Учитель. Уміння отримувати та використовувати інформацію, розуміти переваги та недоліки різних джерел, оцінювати достовірність і якість інформації, відрізнити факти від суджень, визначити необ'єктивність інформації стає головною умовою сьогодення, бо ми існуємо в інформаційному суспільстві та становимо його частину. Навички, набуті під час занять, корисні, бо ви навчаєтесь аналізувати те, що бачите та читаєте, і зменшуєте свої ризики бути ошуканими в той чи інший спосіб. Одна з небезпек, які нас чекають на сторінках преси, – це прихована реклама, яку ще називають сленговим словом «джинса». Це означає, що реклама або антиреклама маскується під журналістський матеріал і подається під виглядом новин чи авторських матеріалів. «Джинсу» готують самі журналісти й розміщують з відома редакції за додаткові кошти. Так читач вводиться в оману, адже він не знає, що під виглядом журналістського матеріалу споживає рекламу. Одна з прикмет журналістського матеріалу – це баланс думок, тобто мають бути представлені не менше двох поглядів на подію, щоб читач отримав достовірну картину дійсності.

III. Виконання практичної роботи «Аналіз статті»

Учні можуть працювати в парах або в малих групах. Кожна група отримусь

матеріал з газети або журналу та отримує шаблон для написання аналізу статті. Шаблони необхідно заповнити під час роботи, на яку відводиться конкретний час (до 15 хвилин). Після закінчення роботи учні репрезентують свої результати.

Шаблон для аналізу статті

Питання	Відповідь учнів
Про що ця стаття?	
Хто автор статті?	
Де стаття опублікована (у якому виданні)?	
Яке це має значення?	
Для кого написана ця стаття? (Цільова аудиторія)	
Чи посилається автор на джерела інформації?	
Чи подають ці джерела інформації різні позиції? (Можна висловити свою позицію щодо матеріалу)	
Вам сподобалась стаття? (Указати, чим саме)	
Чи корисна вона для аудиторії?	
Чи вважаєте ви, що автор мав написати це по-іншому?	
Що б ви змінили в статті?	

Критерії оцінювання практичної роботи

Учень пояснює тему статті. Уміло володіє державною мовою	1 бал
Називає автора, назву періодичного видання. Уміє за «шапкою» газети чи журналу знаходити цю інформацію	1 бал
Після ознайомлення з матеріалом уміє оцінити цільову аудиторію, якій адресована інформація зі статті	1 бал
Чітко визначає джерело інформації	1 бал
Висловлює власну позицію щодо цієї статті. Аналізує матеріал	2 бали
Висловлює власну думку щодо корисності інформації, актуальності, потреби для читача	2 бали
Має власну позицію або погоджується з автором	2 бали
Приводить власні приклади до змін у матеріалі. Розповідає, чи змінив би щось у цій статті	2 бали

IV. Домашнє завдання

Провести опитування серед членів своєї сім'ї і родичів «Якому різновиду преси (газеті, аналітичному тижневому журналові, рекламно-інформаційному виданню, телегідові, глянцевою виданню тощо) ви віддасте перевагу і чому?».

Список використаних джерел

1. Князев А. А. Основы тележурналистики и телерепортажа : учебное пособие / Кыргызско-Российский славянский университет. Бишкек : Изд-во КРСУ, 2001. 160 с.
2. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ : Центр Вільної Преси, 2013. 352 с.
3. Основні жанри кіно. URL: <https://www.filmsite.org/genres.html> (дата звернення: 10.10.2021).
4. Основы медіаграмотності : навчально-методичний посібник для вчителя 8 (9) клас. Плани-конспекти уроків / за ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенко, О. П. Мокрогуза. Київ : Академія української преси, Центр вільної преси, 2014. 190 с.

Мультимедіа як продуктивний інструмент навчання (матеріали до уроку)

*Загоруйко Любов, заступник директора з навчально-виховної роботи
Лисичанського ліцею № 7 Сєвєродонецького району Луганської області*

Світ поступово набуває ознак інформаційного, що призводить до змін умов навчання, технологій та навіть свідомості учнів. Учителі як одна з рушійних сил формування особистості школяра повинні конструювати урок так, щоб задовольнити вимоги сучасного суспільства.

Базовими передумовами, які характеризують рівень і тенденції розвитку мультимедіа, є якість, доступність та охоплення інтернетом.

Медіаосвіта – сучасна галузь досліджень, для якої є характерним упровадження в навчання та виховання інформаційної продукції та медіатехнологій. Головні завдання: підготувати нове покоління до життя в сучасному інформаційному суспільстві, до сприйняття різноманітної інформації з повним її розумінням.

Нині мультимедіа-технології – один із перспективних напрямів в інформатизації освітнього процесу та розвитку медіаграмотності.

Мультимедіа – це система комплексної взаємодії візуальних й аудіоефектів під управлінням інтерактивного програмного забезпечення з використанням сучасних технічних і програмних засобів, які об'єднують текст, звук, графіку, фото, відео тощо в одному цифровому відтворенні.

Головна функція вчителя – навчити вчитися, створити умови для кращого засвоєння матеріалу, тому медіаурок є продуктивною формою навчання, що потребує спеціальних умінь та навичок орієнтування в інформаційному просторі як від учителя, так і від учня. Переваги медіауроку очевидні.

Варто наголосити на психологічному аспекті медіауроку. Загальновідомий факт, що більшість людей запам'ятовує 5 % почутого й 20 % побаченого під час

першого сприйняття. Тому на медіауроках запам'ятовуваність підвищується до 40–50 %. Також доведено, що на медіауроці підвищується мотивація навчання та активізується самостійна діяльність учнів.

Участь у Всеукраїнському експерименті «Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику» нашим освітнім закладом здійснювалося через:

- викладання пропедевтичного курсу «Основи медіаграмотності» у 8 класі;
- викладання курсу «Медіакультура» (трирічного, 9–11 класи) за рахунок варіативної складової навчального плану;
- інтеграцію медіаосвітніх навичок у предмети інваріативної складової навчального плану;
- проведення тестування «Цифрограм для вчителів»;
- тематичні уроки «Безпечний інтернет»;
- використання диджитал-технологій під час дистанційного навчання;
- підвищення кваліфікації педагогічних працівників, участі в Всеукраїнському моніторингу «Медіаосвітні практики» від Інституту модернізації змісту освіти Міністерства освіти і науки України (Амбражевич А. І., Мовчан М. В., Літвін Ю. М.), проєкті «Інфомедійна грамотність: вивчай та розрізняй» (Сгорова В. В.), обласній конференції щодо результатів участі школи в медіаосвітньому експерименті (Загоруйко Л. М.) тощо.

За рахунок варіативної складової навчального плану у 8 класі вже другий рік поспіль викладається пропедевтичний курс «Основи медіаграмотності». Учні ознайомлюються з основними поняттями медіаосвіти, проводять практичні заняття, створюють власні медіапродукти.

Діяльнісний підхід у викладанні предмета, який застосовувала вчитель Літвін Ю. М., у поєднанні з новими знаннями сприяв розвитку інформативної компетентності учнів, інтегруванню предметних компетентностей. Для учнів відкрились можливості показати свої творчі й організаторські здібності, утілити креативні задуми.

Учитель української мови і літератури та зарубіжної літератури Шелехова Ірина Сергіївна у 8 класі під час вивчення теми «Односкладні речення» використовує Google Форми для перевірки домашнього завдання, закріплення знань, для контрольної перевірки з теми. Форми розміщуються на уроці в групах Viber, Telegram, WhatsApp, надсилаються на електронну пошту учнів. За допомогою Google Форми можна легко створювати опитувальники, вікторини, анкети. Вони підходять для організації засобів діагностики й моніторингу виконання самостійної роботи на уроці. Приклад форми: <https://cutt.ly/LPiTCdm>.

Також на уроках мови вчитель використовує таку форму роботи як SMS-повідомлення (учням пропонується в кінці уроку (рефлексія) написати SMS-повідомлення, використовуючи односкладні речення (5 речень)).

Застосування інноваційних медіатехнологій сприяє формуванню в учнів медіаграмотності, а також компетентностей та навичок комп'ютерної грамотності, відбувається розвиток критичного мислення, уміння ефективно комунікувати в сучасному світі. Тест-форми (створення тестових завдань) можна використовувати для перевірки домашнього завдання, закріплення

знань, контрольної перевірки з теми. Тести розміщуються на власному сайті або на платформах Google, Quizizz, Plickers і після проходження учнями / ученицями відразу виставляється оцінка, що допомагає вчителю зекономити час на перевірці. Учитель зарубіжної літератури Єгорова В. В. використовує мультимедіа в роботі з текстами.

Інфографіка – це спосіб подання ключової інформації за допомогою яскравих та змістовних схематичних зображень. Використання такого інструменту дозволяє перетворити складний текст чи купу цифр на яскраву графіку з акцентами на ключовому змісті, що допомагає зробити будь-яку інформацію більш доступною. Це дозволяє легше її запам'ятати. Використання інфографіки доречно на будь-якому уроці – яскрава графіка завжди подобається школярам і сприймається легше, аніж звичайний текст чи формули.

Уроки інформатики мають медіаосвітній компонент, спрямований на навчання учнів безпечної роботи в інтернеті. Учитель Амбражевич А. І. користується методикою створення ментальних карт. Ментальна карта – це техніка візуалізації мислення, яка дещо нагадує «мозковий штурм». Способи застосування ментальних карт дуже різноманітні, наприклад, їх можна використовувати для того, щоб зафіксувати, зрозуміти й запам'ятати зміст книги або тексту, згенерувати й записати ідеї, розібратися в новій для себе темі, підготуватися до ухвалення рішення. Це ефективна техніка альтернативного запису й візуалізації. Отже, ментальна карта є тим самим продуктом, який сприяє розвитку уяви, навичок класифікації об'єктів, явищ, процесів, установленні причинно-наслідкових, ієрархічних, логічних зв'язків під час ознайомлення з інформацією, файлами.

Зараз, у добу панування всіляких гаджетів, постало питання: чи встигаємо ми, учителі Нової української школи, відповідати змінам, що відбулися в психології та поведінці дітей «технологічного» покоління? Які технології та методи можуть допомогти нам, педагогам, навчати їх? Насамперед додавання в освітній процес більше практики та прикладів. Як показує досвід, нове покоління учнів краще запам'ятовує інформацію, якщо «переживає» її на практиці.

Саме так медіаосвітню компетентність на уроках математики розвиває вчитель Струпок Вікторія Леонідівна. Вона добирає «гарячі математичні новини» й працює з учнями з метою їх компетентнісного медіааналізу. Завжди вона починає пошук в інтернеті з інструктивної міні-наради про 5 правил для учнів.

5 правил, які полегшать пошук інформації в інтернеті

Правило № 1: користуйтеся різними пошуковими системами.

Попри те, що «мастодонти пошуку» (такі як Google, Yahoo! тощо) найчастіше пропонують аналогічні результати, усе ж варто робити пошуковий запит не тільки за допомогою одного вебпереглядача. Відмінність у кілька посилань може бути критичною, якщо це буде саме те, що ви шукаєте.

Якщо ж ви палкий прихильник однієї з таких систем, то дізнайтесь, чи не має вона вузько спеціальних пошукових інструментів (наприклад, у Google є GoogleScholar, який дозволяє шукати лише за онлайн-репозиторіями університетів, академічних видань).

Правило № 2: копайте глибше.

Хто з вас закривав пошукач, побіжно переглянувши першу сторінку результатів? Так робити неправильно! Ми стереотипно думаємо, що найкращі й найточніші результати містяться на першій або другій сторінці. Саме тому корпорації платять великі гроші, щоб потрапити на перші сторінки пошуку. Не дайте себе обдурити: перегляньте більшу кількість сторінок. Далі ви зможете натрапити на менш проплачені, зате більш цікаві й потрібні сайти.

Правило № 3: правильно формулюйте ключові слова.

Ви повинні добре розуміти, що саме ви шукаєте, перед тим, як почати пошук. Це дуже важливо, адже часто користувачі сподіваються, що інтернет прочитає їхні думки і видасть потрібний матеріал з першого ж слова. Насправді ж потрібно правильно підібрати ключові слова.

Пошукові системи мають доступ до величезної кількості інформації і якщо точно ввести ключові слова, то потрібну інформацію можна отримати значно швидше.

Правило № 4: використовуйте модифікатори.

Не всі знають, але звичайні розділові знаки (лапки, три крапки, тире, дефіс та інші) і кодування країн добре допомагають у тому, щоб звузити результати пошуку і зробити їх настільки релевантними, наскільки це можливо.

Використовуйте лапки, якщо вам потрібна конкретна фраза або словосполучення, тоді пошукова система зрозуміє, що слова обов'язково мають бути поруч.

Якщо вам потрібно знайти матеріал, що містить одні слова, але виключає інші, то використовуйте тире (або мінус). Це має ось такий вигляд: *«Ньютон –яблуко»*.

Впишіть у пошуковому рядку назву сайту, на якому ви хочете шукати. Щоб пошук здійснювався лише на конкретному сайті, використовуйте слово site (сайт). Зробити це можна так: якщо вишукаєте новини про Академію Хана на сайті newtonew.com, то введіть у рядку: *Академія Хана site : newtonew.com*.

Якщо вам потрібно знайти інформацію, що міститься в певному чисельному проміжку, то можна використовувати крапки, щоб вказати, який саме інтервал потрібен: на запит *«Рішення 7ААС 2018 . 2019»* пошукова система покаже статті зі згадуванням *«Рішення 7ААС»* між 2018 і 2019 роками.

Використовуйте пошукову систему з кодуванням країни, щоб отримати результати пошуку на національних сайтах. Наприклад, Google Кореї має такий вигляд: www.google.co.kr.

Правило Номер 5: будьте пильні й критичні.

Не всьому, що є в інтернеті, варто вірити. Тому коли ви читаете статтю або завантажуєте матеріал з раніше невідведаних сторінок, подумайте: цей сайт з первинними даними? Інформація свіжа, релевантна, достовірна? Стаття, яку ви читаете, містить факти, але не посилається на джерела, з яких їх узято? Хто написав статтю? Чи не намагаються вам щось продати?

Отже, з цими простими правилами та порадами пошук будь-якої інформації не буде для вас проблемою. Водночас не забувайте перевіряти знайдені матеріали на правдивість та актуальність.

Приклад опрацювання новини

Новина: українка Марина В'язовська розв'язала задачу, над якою математики всього світу билися кілька століть.

Учні в пошукових системах віднайшли:

1. Фотографію Марини В'язовської.
2. Відомості про саму премію: Премія Салема заснована Адріаною Салем, удовою французького математика грецького походження Рафаеля Салема (1898–1963).



3. Перевірили інформацію у Вікіпедії.

Марина Сергіївна В'язовська (нар. 2 листопада 1984 року, Київ, Україна) – український математик. Доктор природничих наук (2013 рік).

Зростала в Києві, навчалась у Київському природничо-науковому ліцеї № 145, брала участь у математичних олімпіадах. Навчалась на механіко-математичному факультеті Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Щороку посідала призові місця на Міжнародній студентській олімпіаді з математики[en] у 2002–2005 роках, здобувши перший приз у 2002 та 2005 роках [3]. Потім продовжила навчання в Німеччині, здобувши 2007 року ступінь магістра в Кайзерслаутерні.

У травні 2010 року захистила кандидатську дисертацію в Інституті математики НАН України за темою «Нерівності для поліномів і раціональних функцій та квадратурні формули на сфері». 2013 року здобула ступінь доктора природничих наук (Dr. rer. nat. [en]) у Боннському університеті. Її докторська дисертація «Модулярні функції та особливі цикли» («Modular Functions and Special Cycles») написана під керівництвом Дона Цагіра та пов'язана з аналітичною теорією чисел. На початок 2016 року — постдокторський дослідник у Берлінській математичній школі та Гумбольдтському університеті Берліна.

4. Дослідили джерела публікацій про вчену й визначили типи інформаційного контенту про неї.

Освітній контент є всюди, не тільки в книжках. Новітні розробки вже допомагають дітям учитися. Запровадження дистанційного навчання стимулювало педагогів нашого ліцею до використання соціальних мереж не тільки для спілкування, а й для роботи. По-перше, це обмін інформацією. По-друге, створення групи, у якій розміщується весь матеріал, що потрібно учням опанувати. Це можуть бути правила в ілюстраціях, презентаціях; аудіозаписи; відеозаписи; файли, що містять додаткові вправи; фотографії з проведених уроків. Використовуються нові диджитал-формати.

Буктрейлер – медіапродукт, який сприяє підвищенню читачької активності школярів (матеріали до уроку)

Ляховець Наталія, учитель української мови та літератури Лисичанського ліцею № 28 «Гарант» Северодонецького району Луганської області

Одним з найважливіших складників модернізації освітнього процесу в Україні є впровадження медіаосвіти. Саме медіаосвіта сприяє підготовці молодого покоління до життєдіяльності в інформаційному суспільстві.

Прикладом завдання з медіаграмотності на уроках української та зарубіжної літератури може стати створення буктрейлера. Буктрейлер – це короткий відеоролик за мотивами книги. Основне його завдання – розповісти про книгу, зацікавити, заінтригувати читача.

Ми з учнями спробували реалізувати творчий проєкт зі створення буктрейлера як випереджувальне завдання до уроку вивчення пригодницької повісті Зірки Мензатюк «Таємниця козацької шаблі».

Метою представленого проєкту є привернення уваги школярів до читання.

Завдання:

1. Упровадження сучасних інформаційних технологій в освітній процес та взаємодія зі шкільною бібліотекою.

2. Розвиток у школярів здатності до осмисленого читання та аналізу літературних творів.

3. Розкриття творчих можливостей підлітків як читачів.

4. Сприяння спільній творчості дітей та педагогів.

Наступним кроком є створення творчої групи учнів, окреслення кола роботи та розподіл обов'язків. Неодмінний складник – дотримання всіх етапів роботи, прописаних у пам'ятці зі створення буктрейлера (*додаток 1*). Для того щоб створити цей медіапродукт, необхідно дібрати ілюстративний матеріал з мережі або відсканувати ілюстрації з книги, попрацювати з текстом, написавши сюжет, який стане основою відеоролика. Важливо не забувати, що потрібно внести інтригу й вибудувати розповідь у такий спосіб, щоб глядач неодмінно захотів дізнатися, що ж буде далі. А дізнатися можна, лише прочитавши книгу. Далі – записати озвучений текст. Для цього можна користуватися програмою Sound Forg.

Заключний етап – відеомонтаж. Потрібно створити з підготовлених зображень слайд-шоу, «склеїти» кілька фрагментів, додати звукову доріжку, накласти ефекти, переходи, додати титри. Найпростіші програми, де можна зробити коротке відео – PowerPoint та Windows Movie Maker.

Ми користувалися програмою Pinnacle Studio – однією з популярних програм для відеомонтажу. На сучасному етапі існує безліч програм для створення відеороликів, зокрема з використанням телефону. Одним з таких зручних і легких у користуванні додатків для Android є YouCut.

Треба зазначити, що для розкриття творчого потенціалу потрібно враховувати всі побажання учнів. Тому охочі учні працювали як і у складі творчої групи, так і індивідуально.

Останній етап – репрезентація готових медіапродуктів на уроці вивчення повісті. Фрагмент уроку представлено (*додаток 2*).

Отже, буктрейлер як медіапродукт, сприяє розкриттю творчого потенціалу учня, осмисленню викладеного матеріалу, навичок рецензування, порівняння, стислості розповіді, володінню інформаційними технологіями; він допоможе учням глибше зрозуміти матеріал, а нерідко й відкрити нові аспекти вже відомого та вивченого. Буктрейлери можна використовувати не лише на уроках української та зарубіжної літератури, а й у позакласному читанні книжок з історії або іншого предмета, на бібліотечних уроках.

Пам'ятка

«Як створити буктрейлер»

Буктрейлер – це короткий відеоролик, що візуально репрезентує книгу.

1. Зазначте назву, жанр та автора книги.
2. Пропишіть сценарій, продумайте сюжет, напишіть текст-анотацію. Не забувайте про інтригу, щоб зацікавити читача до прочитання всієї книги.
3. Ролик повинен тривати до 3-х хвилин.
4. Доберіть ілюстративний матеріал, за потреби зніміть своє відео або знайдіть відео відповідної тематики в мережі.
5. Запишіть звуковий супровід (програма Sound Forg).
6. Змонтуйте своє відео, накладіть ефекти, переходи, додайте титри, звук. Користуйтеся програмами Pinnacle Studio, PowerPoint, Windows Movie Maker, YouCut тощо.
7. Не забувайте про авторське право. В описі до буктрейлера вкажіть використані джерела.
8. Позначте прізвища, імена, клас авторів буктрейлера, а також назву освітнього закладу.

Конспект уроку до вивчення повісті Зірки Мензатюк

«Таємниця козацької шаблі» з реалізацією творчого проєкту – репрезентації буктрейлера до твору

Тема: «Таємниця козацької шаблі» (Зірка Мензатюк). Пригодницька повість сучасної української письменниці.

Мета: подати учням відомості про життя і творчість сучасної української письменниці Зірки Мензатюк, зацікавити їх повістю «Таємниця козацької шаблі»; ознайомити з поняттями: епічний твір, пригодницька повість; розвивати навички виразного читання, аналізу тексту, репрезентації медійного продукту; виховувати інтерес та шанобливе ставлення до минулого України.

Очікувані результати:

- учні знають про життєвий і творчий шлях Зірки Мензатюк;
- учні розуміють особливості епічного твору;
- учні вміють репрезентувати створений медіапродукт, вибирати головне, аналізувати прочитане й побачене.

Тип уроку: урок вивчення нового матеріалу.

Обладнання: дидактичні мультимедійні матеріали.

Випереджувальне завдання (для окремої творчої групи учнів): створення буктрейлера до повісті.

Хід уроку

I. Організаційний момент. Привітання

Бесіда:

- Якою, на вашу думку, має бути дитяча книга, щоб сподобатися юним читачам?
- Які теми мають висвітлювати у своїх творах сучасні дитячі письменники, про яких героїв розповідати?

II. Повідомлення теми та мети уроку

III. Сприйняття і засвоєння учнями навчального матеріалу

1. Рубрика «Живі письменники». Робота в групах

Завдання: ознайомившись із матеріалами поданих джерел, заповнити таблицю-анкету письменниці.

Перегляд відеоінтерв'ю сучасної письменниці Зірки Мензатюк:



Ознайомлення зі статтею у Вікіпедії:



<i>Місце й дата народження</i>	
<i>Освіта</i>	
<i>Сфера діяльності</i>	
<i>Нагороди</i>	
<i>Найкращий твір</i>	

2. Репрезентація виконаної роботи

3. Вивчення відомостей з теорії літератури, робота в зошиті

Епічний твір (від грец. «розповідь, слово») – художній твір, у якому життя змальовується у формі авторської розповіді про людей та їхні вчинки. Епічні жанри: казка, новела, оповідання, повість.

Повість – епічний жанр літератури, розповідний художній твір, у якому змальовано життя одного чи кількох персонажів протягом тривалого або насиченого подіями часу.

Повість відрізняється від оповідання розгорнутим сюжетом, більшим охопленням подій із життя головних героїв, більшою кількістю другорядних персонажів

і повнішою характеристикою їх, наявністю розлогих описів.

Найчастіше розповідь про життя героя в повісті ведеться або від особи автора, або від особи самого героя.

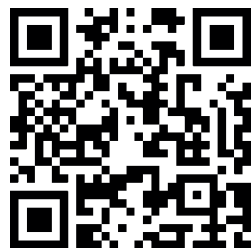
Повісті, як і оповідання, завжди прозові.

Повість може бути соціально-побутовою, історичною, науково-фантастичною, пригодницькою.

Пригодницька повість – епічний жанр літератури, розповідний художній твір із захопливим сюжетом про складні випробування, через які проходять герої.

IV. Актуалізація мотиваційних резервів учнів

1. Репрезентація творчою групою учнів створених буктрейлерів до повісті Зірки Мензатюк «Таємниця козацької шаблі».



2. Обговорення переглянутих буктрейлерів.

- Що зацікавило вас у переглянутих відеороликах?
- Чи спонукали вони вас до прочитання повісті й чим саме?

3. Завдання для вмотивованого читання:

Після прочитання твору подумайте, кому з авторів буктрейлерів найкраще вдалося передати зміст повісті та заінтригувати читача.

V. Рефлексія

- На сьогоднішньому уроці я дізнався(-лась)...
- Мене зацікавило...

VI. Домашнє завдання: вивчити відомості з теорії літератури; прочитати 1–5 розділи повісті.

Список використаних джерел

1. Авраменко О. Українська література, 5 кл. : підруч. для закл. загальн. середн. освіти. Київ : Грамота, 2018. 256 с.
2. Гребенчук О. С. Впровадження медіаосвіти в навчально–виховний процес. URL: <https://medialiteracy.org.ua/zbirnyk-vprovadzhennya-mediaosvity-v-navchalno-vyuhovnyj-protses/> (дата звернення: 30.09.2021).
3. Словник літературознавчих термінів онлайн. URL: <https://onlyart.org.ua/dictionary-literary-terms/> (дата звернення: 30.09.2021).
4. Український інститут книги. #Живі письменники. Зірка Мензатюк. URL: https://www.youtube.com/watch?v=RCL_VhW_S4k (дата звернення: 30.09.2021).

**Використання медіавправ
для розвитку критичного мислення здобувачів освіти
(конспект уроку)**

Веретснiкова Наталiя, учитель зарубiжної лiтератури Новоайдарського лiцею Новоайдарської селищної ради

На уроках медіакультури дуже важливо розвивати критичне мислення. Для цього доречно застосовувати вправи, які навчають дітей раціонально мислити. Улюбленою вправою здобувачів освіти, яку я застосовую на уроці, є вправа «Правда чи фейк» (на прикладі повідомлень щодо актуальних тем).

Мета:

- навчити учнів розпізнавати фейкову інформацію та усвідомлювати її негативні наслідки на прикладі повідомлень про COVID-19;
- формувати в здобувачів освіти стійкість до можливих негативних впливів інтернет-медіа та соціальних мереж.

Розвивальні завдання:

- розвивати в учнів навички роботи в групі / парі;
- розвивати критичне мислення щодо інформації, навички для її ефективного пошуку та аналізу, інформаційну та візуальну грамотність;
- розвивати вміння ідентифікувати фейки.

Обладнання:

- телевізор / проєктор і екран для перегляду відео;
- смартфони / планшети з доступом до інтернету в дітей;
- роздавальні матеріали.

Про конспірологію, фейки та емоційний вплив

Випереджувальне завдання

За тиждень до уроку потрібно запропонувати учням виконати завдання

1. Переглянути три відео про фейки, конспірологію та емоційний вплив фейків
 - <https://youtu.be/wlkSXiuA7D8> («Фейки»);
 - <https://youtu.be/dGk0abYibAY> («Конспірологія»);
 - https://youtu.be/v8py-e_mZU8 («Про емоційний вплив фейків»).
2. Визначити, якою може бути небезпека через поширення фейків, що були запропоновані для аналізу гостям Нікіти Добриніна.
3. Звернути увагу на лайфхаки, які допоможуть відрізнити правду від неправдивої інформації.
4. Учніям скласти пам'ятку «Як розпізнати фейк?».

Структура пам'ятки «Як розпізнати фейк»

Ознаки фейку
Джерела інформації
Експерти
Факти
Емоції

5. Репрезентувати свою роботу однокласникам.

Перебіг заняття

Бесіда

Запитання до учнів

З яких джерел ви та ваші батьки отримуєте інформацію про COVID-19? Очікувано, що діти згадають соціальні мережі, медіа та інші інтернет-ресурси.

Чи впевнені ви, що інформація, яку ви отримуєте, - правдива?

Відповіді учнів...

Учитель

Інтернет, зокрема соціальні мережі, – найбільш сприятливе місце для поширення фейків та дезінформації, а особливо – у період криз.

Як ви вважаєте, чи є пандемія COVID-19 кризою?

Відповіді учнів...

Пандемія коронавірусу – криза в галузі охорони здоров'я. У зв'язку із цим маніпуляцій і брехні стало більше.

Чи впевнені ви, що легко можете відрізнити фейк від правдивої інформації? Чому так / ні.

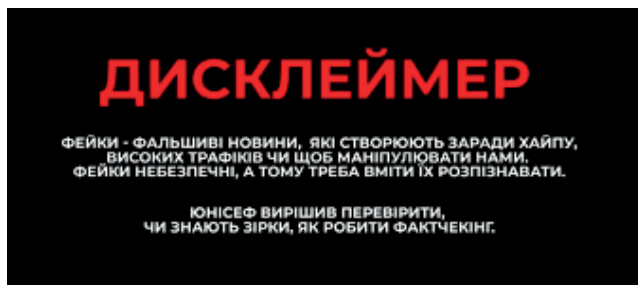
Відповіді учнів...

Узагальнення відповідей учнів

Фейки можуть поширювати з метою реклами когось або чогось, маніпулювання свідомістю, дезінформації, залякування людей і сіяння паніки, дестабілізації ситуації в країні, розпалювання міжнаціональної / расової / релігійної ворожнечі. Є фейки, які плямують чийсь репутацію (найчастіше – це фото). Фейки можуть приносити прибуток медіа, що його поширює (жовта преса). До того ж деякі фейки мають розважальний характер (наприклад, сайт жартівливих новин <https://uareview.com/>).

Перевірка термінів

Потрібно запропонувати дітям перевірити свої знання медійних термінів.
Демонстрація екрана



За допомогою гаджетів дітям потрібно запропонувати перейти за посиланням на платформу Learning Apps і виконати завдання (співвіднести терміни й пояснення до них) <https://learningapps.org/watch?v=pb9xmrcsa321>.

Вправа

сприятиме розвитку критичного мислення;

діти повторюють / ознайомлюються з визначеннями медійних термінів, які прописані на початку відео та використовуються в діалогах.

Примітка

Доцільно звернути увагу дітей на термін «дисклеймер». Можна навести приклади дисклеймера

«Видавництво не несе відповідальності й не надає гарантій у зв'язку з публікацією фактів, даних, результатів та іншої інформації».

«Редакція не несе відповідальності за зміст авторських матеріалів».

«Усі персонажі – вигадані, будь-який збіг із реально живими або померлими людьми – випадковий».

(Якщо в дітей немає смартфонів, доступу до інтернету, учитель може вивести цю вправу на екран і разом із дітьми її виконати або просто обговорити ці терміни.)

Учні старшої школи із задоволенням інформують учнів молодшої школи про набуті знання з медіаграмотності. Наприклад, створюють цікаві інформаційні буклети та дарують малюкам.



Маніпулятивні можливості масмедіа та реклами (конспект уроку)

Коваленко Альона, заступник директора з навчально-виховної роботи Біловодського ліцею «ЛІДЕР» Біловодської селищної ради Луганської області

Предмет: медіаграмотність.

Клас: 8.

Тип уроку: комбінований.

Мета:

– *знання і розуміння:* учні знають і розуміють зміст понять: масмедіа (медіа), медіатекст, пропаганда, фейк, маніпуляція, мова ворожнечі; пояснюють, як медіа впливають на формування громадської думки;

– *уміння і навички:* володіють базовими технологіями запобігання впливу маніпулятивних та пропагандистських медіаповідомлень; описують ознаки «мови ворожнечі» та здатні її розпізнати;

– *установки й цінності*: усвідомлюють критичний підхід до медіатекстів, не вживають мову ворожнечі.

Очікувані результати: після цього уроку учень має знати зміст понять і термінів теми уроку; уміти наводити приклади маніпуляцій медіа та реклами, аналізувати їхні маніпулятивні можливості.

Обладнання: роздавальний матеріал (сучасні газетні видання різних видів), мультимедійне обладнання, медіапроектор, колонки, електронна презентація, фотоматеріали, аудіоматеріали, відео соціальної реклами.

Випереджувальні завдання: підготувати репортаж у формі презентації «Історія формування сучасного інформаційного суспільства» (учень).

Хід уроку

I. Організаційний момент

*Йди до людей з добром, то й від людей добро буде.
Мужньо борони правду, бо лише правдою сильний народ.
Народна мудрість*

II. Повідомлення теми та завдань уроку

Сьогодні на уроці ви:

- закріпите зміст понять: масмедіа (медіа), медіатекст, пропаганда, фейк, маніпуляція, мова ворожнечі;
- навчитесь пояснювати, як медіа впливають на формування громадської думки.;
- оволодієте базовими технологіями запобігання впливу маніпулятивних та пропагандистських медіаповідомлень;
- оволодієте вмінням описувати ознаки «мови ворожнечі» та здатністю розпізнавати її;
- навчитесь застосовувати критичний підхід до медіатекстів, не вживати мову ворожнечі.

III. Мотивація навчальної діяльності

Інтерактивна гра «Так – ні». На відповідь «так» учень підводиться, на відповідь «ні» - сидить.

- Чи знаєш ти, що таке маніпуляція?
- Ти часто купуєш щось, подивившись рекламу?
- Ти віриш, що новий телефон змінить твоє життя?
- Чи довіряєш ти всій інформації, яку повідомляють медіа?
- Чи подобається тобі, коли хтось ухвалює рішення за тебе?

На уроці ми спробуємо проаналізувати маніпулятивні можливості преси та реклами на сторінках друкованих видань.

IV. Актуалізація знань учнів

Репрезентація репортажу у формі мультимедійної презентації «Історія формування сучасного інформаційного суспільства» (учні).

V. Вивчення нового матеріалу

План

1. Прийоми маніпулятивних технологій.
2. Пропаганда і як її уникнути.
3. Протидія маніпуляції мас-медіа.

1. Прийоми маніпулятивних технологій

Учитель. Щоб наочно пояснити, що таке маніпуляція, я наведу дуже відомий приклад. Хтось запитує в нас дорогу до Києва, а ми його, обманюючи, спрямовуємо на Полтаву; це тільки обман. Маніпуляція буде тоді, коли той, інший, збирався йти до Києва, а ми зробили так, щоб він захотів йти до Полтави. *Маніпуляція* – це психологічний вплив, який не лише спонукає людину чинити те, чого хочуть інші, він змушує її прагнути це зробити. Тоді стає зрозумілою доволі неприємна суть справи. Будь-яка маніпуляція свідомістю – взаємодія. Жертвою маніпуляції людина може стати тільки в тому разі, коли вона її співавтор, співучасник. Лише коли людина під впливом одержаних сигналів перебудовує свій світогляд, думку, настрої, мету і починає діяти за новою програмою, тоді можна сказати, що маніпуляція відбулась.

Словникова робота. «Медіаманіпуляція» – вид психологічного впливу, що здійснюється через пресу (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, інтернет, соціальні мережі, що призводить до пробудження в об'єкта впливу намірів, які змінюють його бажання, настрої, поведінку, погляди тощо.

Учитель. Пропоную розглянути декілька основних прийомів медіаманіпуляції. На екрані вчитель коментує прийоми маніпуляції: дезінформація, техніка «сандвіча», використання стереотипів, емоційний резонанс, замовчування небажаних фактів, підміна понять, маніпуляція цифрами. В учнів на партах знаходяться таблиці з поясненнями тих же прийомів.

Учитель. Давайте переглянемо невеликі відеофрагменти й визначимо, який маніпулятивний прийом у них застосовується.

Після коментаря вчителя учні переглядають візуальні джерела (відеоролики або анімації) та визначають, у якому відео застосовується той чи інший прийом. Дезінформація – ролик «Журналісти»; техніка «сандвіча» – пророцтва; використання стереотипів – стереотипи; маніпуляція цифрами – фальсифікація даних; замовчування небажаних фактів – геймер.

Бесіда за запитаннями

- Хто, на вашу думку, найчастіше використовує прийоми маніпуляції?
- З якою метою вони це роблять?

Учитель. На жаль, окреслені прийоми маніпулювання в масмедіа не вичерпують усього їх розмаїття. Водночас знання навіть цих прийомів сприятиме зменшенню впливу маніпуляції ЗМІ, особливо тих, які пов'язані з пропагандою.

2. Пропаганда та як її уникнути

Одним із найпоширеніших прийомів маніпуляції є пропаганда. Найчастіше її використовують у власних цілях керівники держав, політики для власного збагачення і утримання влади.

Словникова робота. Пропаганда – цілеспрямоване поширення ідей та моделей поведінки серед широких мас населення. Слово походить від латини й у перекладі означає «те, що має бути поширене».

Учитель. Це слово не містить у собі жодного негативного забарвлення. Що поганого, наприклад, у пропаганді здорового способу життя, у поширенні через пропаганду корисних знань чи комерційній пропаганді. Усе це приклади «безпечної» пропаганди. Зовсім іншу роль відіграє політична й ідеологічна

пропаганда. Її наслідки для людства продемонструвала нацистська пропаганда Третього рейху в роки Другої світової війни, пропаганда в період «холодної війни».

Пропоную взяти участь у діловій грі «Пропаганда».

Ділова гра «Пропаганда»

Учитель на екрані демонструє ілюстрації, учням їх необхідно розмістити за категоріями, відповідаючи на запитання.

Категорії: пропаганда, реклама, «безпечна» агітація.

Дати відповіді на запитання.

- Хто чи що зображено на ілюстрації?
- Чим привабливе представлена ілюстрація?
- Чи бажали б ви бути на місці героя або мати ту річ, яка зображена?
- Хто, на вашу думку, підготував цей матеріал?
- На кого він розрахований?
- Кому вигідна ця інформація? (Яке призначення цієї інформації?)
- У якій категорії ілюстрацію можна розмістити?

Учитель. Отже, найбільш небезпечною є політична й ідеологічна пропаганда. Подолати її можна тільки за допомогою системи заходів, таких як-от: законодавчо засуджувати й не допускати небезпечної пропаганди, сприяти діяльності суспільного мовлення, дотримуватись міжнародного законодавства, розвивати медіаосвіту.

Отже, ми переходимо до наступного питання нашої теми: як захиститись від маніпуляції масмедіа.

3. Протидія маніпуляції масмедіа

Учитель. Для того щоб навчитися протидіяти маніпуляції, необхідно будь-яку медіаінформацію аналізувати. Щоб навчитися аналізу, я пропоную вам практичну роботу. Ви отримали медіатексти по групах. Ваше завдання: протягом 5 хвилин проаналізувати надану інформацію і відповідати на запропоновані запитання. (Учні заздалегідь об'єднані в 3 групи, кожна група отримала уривок медіатексту, який необхідно проаналізувати за запитаннями.)

Практична робота «Аналіз медіатексту»

Проаналізувати рекламний відеоролик, уривок телепрограми «Заробітчані», уривок «Надзвичайних новин».

- 1) До якого жанру належить цей медіатекст?
- 2) Чи використані в уривку стереотипи? Якщо так, то які?
- 3) На яку аудиторію розрахований цей медіатекст?
- 4) Чи містить він маніпуляцію аудиторією або пропаганду, рекламу або безпечну агітацію?
- 5) Які відчуття він у вас викликав?
- 7) Чи містить уривок приховані підтексти, неправдиву інформацію?
- 8) Які епізоди цього медіатексту вам найбільше запам'ятались?

Виступи представників від груп.

VI. Закріплення вивченого матеріалу

Учитель. Сьогодні ви отримали багато корисної інформації. На основі вивченого матеріалу давайте разом з вами створимо пам'ятку «Як захистити себе від маніпуляції». Слухаю ваші пропозиції.

Скласти пам'ятку «Як захистити себе від маніпуляції?».

1. *Медіаграмотність* (освіченій людині простіше й легше розрізняти, орієнтуватися, аналізувати, не піддаватись маніпулятивному впливу).

2. *Не піддаватися емоціям*. (Не дозволяйте своїм емоціям керувати вами, намагайтеся підтримувати внутрішній баланс і почувати себе спокійно.)

3. *Пам'ятайте про власні переконання, бажання та цілі, до яких ви прагнете*. (Дуже легко маніпулювати людиною, яка не знає, чого хоче і як ставиться до того чи іншого явища.)

4. *Перевіряй першоджерело інформації*. Дізнайся, хто поширив новину й від кого журналісти отримали інформацію. Наприклад, джерелом повідомлення про підвищення стипендій може бути Кабінет Міністрів чи Міністерство освіти і науки. Варто засумніватися, якщо видання стверджує: «Це стало відомо нашому кореспондентові з власних джерел», «Про це повідомили джерела, які вирішили себе не називати».

5. *Звертай увагу на час публікації*. Ми вже звикли читати новини зі стрічки у соціальній мережі «Фейсбук», а ось перевіряти час розміщення самої статті на сайті – ще ні. Зверни увагу, коли саме опублікували повідомлення: сьогодні, учора або ж у цей самий день, але рік тому.

6. *Читай не лише заголовок*. Заголовок має коротко переповідати суть новини, але медійники часто використовують назви, які не дуже відповідають змісту.

7. *Звертай увагу на мову*. Особливо на різні оцінні судження. Задумайся, якщо бачиш у тексті вислови на кшталт «нахабно заявив», «щиро запевнив», «підозрілий вигляд», «добросовісний чоловік». Найімовірніше, твоєю думкою намагаються маніпулювати, щоб змусити думати, хто в певній ситуації має рацію, а хто ні. Намагайся зрозуміти позицію обох сторін, в ідеалі стаття має дотримуватися балансу думок і поглядів.

8. *Відрізняй коментар від новини*. Ще одна поширена практика в засобах масової інформації – написання новини на основі допису зі сторінки якогось політика чи громадського діяча у соціальній мережі «Фейсбук» або «Твіттер». Власне, у цьому немає нічого поганого, але часто в заголовках не вказують автора висловлювання. У такий спосіб думка певної людини, чиєсь припущення, здогад або сподівання подають як dokonаний факт.

9. *Будь обережним(-ою) в соціальних мережах*. Не варто поширювати інформацію, якщо ви не впевнені в її достовірності.

VII. Рефлексія

Нагадати учням епіграф і запропонувати висловити свою думку стосовно вислову.

Учитель. Підходить до завершення наш урок. Я хочу нагадати вам початок уроку, коли ми звертались до епіграфа. Отже, давайте з'ясуємо вашу думку після здобутих знань.

Учитель демонструє екран зі словами Ліни Костенко.

Колись інформація була нашою здобиччю.

Тепер ми – здобич інформації.

Ліна Костенко

Проаналізувати думку учнів після уроку.

Учитель. Ми думали, що ХХ століття страшне. ХХІ буде набагато страшніше. Уже навіть не війни, не міжнародні конфлікти, не гарячі точки, а глобальне протистояння непримирених світів, де невидимі диригенти можуть здиригувати війну цивілізацій. Усе людство буде втягнуто у цей вир. Отож-бо, це – інформаційні війни, потопи, цунамі та урагани! І наші невидимі диригенти вже давно ллють нам у вуха свою зомбуючу мелодію. Інформація – це страшна сила. За її допомогою справді можна спровокувати що завгодно, маніпулювати так, як зручно. Зброя нашого часу вже давно не атомні бомби, а інформація...

Підсумки уроку

Учитель. Інформацію в ЗМІ підбирають, обробляють і виставляють на везагальний показ звичайні люди. І невідомо, наскільки ця інформація є достовірною і чи можна їй довіряти, ризикуючи своїм здоров'ям, витрачаючи даремно час і забуваючи про всі можливі радощі життя. Кожна людина може стати на місце того ж журналіста чи оператора. Цікаво, наскільки чесною є їхня робота й чи вони самі в неї вірять? На мою думку, єдиним виходом є критичне ставлення до інформації, що до нас надходить, та вміле її використання. І тоді сміливо можна крокувати у дійсно «інформаційне суспільство».

ІХ. Домашнє завдання

1. Знайти приклади пропаганди, маніпуляцій, фейків у засобах медіа.
2. Розробити власний план дії «Як не піддатися маніпуляціям».

2.2. ІНТЕГРАЦІЯ МЕДІАОСВІТИ В ПОЗАКЛАСНУ ДІЯЛЬНІСТЬ

Інтеграція медіаосвіти в позакласну роботу з англійської мови (матеріали до виховного заходу)

*Гамрецька Тетяна, учитель англійської мови Старобільського ліцею № 3
Старобільської міської ради Луганської області*

Позакласна робота з англійської мови розвиває критично-аналітичне мислення, що допомагає орієнтуватися в інформаційному просторі, аналізувати явища та події в час прискороеного науково-технічного прогресу та глобалізації суспільства. Така робота сприяє вихованню особистості учня, надає можливість більш ефективно формувати мовну, комунікативну та соціокультурну компетенцію в різних сферах і жанрах мовлення, повноцінно застосовувати особистісно орієнтований підхід, урахуваючи психологічні особливості кожного учня. Кожного року в ліцеї проводиться FilmFest, де учні репрезентують свої відеоролики на різноманітну тематику англійською мовою. Традиційними стали засідання Дискусійного клубу, де діти вчать вести дебати, доводити власні думки, обговорювати та аналізувати події англійською мовою.

Також у школі функціонує Шкільне наукове товариство «Лінгва+», де учні репрезентують свої роботи з різних тем, наприклад «Значення смайлів», «Телеканали та їхній вплив на людину», «Комп'ютерні ігри: за та проти».

У 2021 році до Дня безпечного інтернету були проведені дебати серед учнів 8-х класів на тему «The Internet: a friend or foe?». Минулого року за підтримки Британської Ради був створений Movie Lab, де діти з учителем збираються

в неформальній обстановці, переглядають фільми, а потім їх обговорюють. У нашому містечку у 2020 році відкрився кінотеатр і вчителі з дітьми напередодні Нового року ходили в цей кінотеатр, де переглядали фільми англійською мовою. Під час щорічного Фонетичного конкурсу учні пробують свої сили як ведучі теленовин та прогнозу погоди. У клубі для наймолодших учнів Wonderland діти читають та обговорюють книжки, інсценують уривки. Під час одного із занять ми запропонували учням гру «Медіайжа». Спочатку ми поговорили про їжу, яка їм подобається, та корисну їжу, а потім порівняли всю інформацію, яку діти отримують з їжею. Діти дійшли висновку, що не вся інформація, якою б вона яскравою не була, є корисною, та спробували відрізнити та обрати правдиву інформацію.

Отже, позакласна робота дає можливість зробити навчання цікавішим, захопити дітей до здобуття нових знань, умінь та навичок, розвивати критичне мислення, формувати важливі життєві та мовні компетенції та компетентності.

Учителі школи охоче діляться досвідом впровадження медіаосвіти в шкільний процес. Питання медіаосвіти систематично розглядається на педагогічних радах. У 2019 році педрада «Нові прогресивні технології – шлях до формування творчої особистості» проходила у формі квесту; на заході розглядалися питання інформаційної грамотності вчителів, інтеграції медіаосвіти в навчальні дисципліни. У лютому 2020 року для вчителів англійської мови Бабичевою Г. В. та Гамрецькою Т. І. був проведений воркшоп «Ефективні шляхи викладання медіаосвіти на уроках англійської мови», де більш ніж 20 учителів району розглянули питання важливості медіаосвіти, а також навчилися визначати фейкові новини й працювати з мобільними додатками. Під час тренінгу дійшли висновку, що медіа можна представити у вигляді пирога, де кожен шматок виконує певну функцію: переконує, інформує, розважає. Наприкінці учасники ознайомились із поняттям «інформаційна бульбашка» та спробували вибратись із неї. Також отримали практичні поради щодо впровадження медіаосвіти в уроки англійської мови. Проведення районного семінару було висвітлено в місцевій газеті.

У травні 2020 року роботу школи було представлено на обласному науково-практичному семінарі «Ефективні форми реалізації програм з основ медіаграмотності в освітньому процесі ЗЗСО», де вчитель англійської мови Гамрецька Т. І. поділилась досвідом упровадження медіаосвіти в роботу ліцею. У лютому 2021 року Гамрецька Т. І. репрезентувала свою роботу на обласному науково-практичному семінарі «Безпечна поведінка дітей у віртуальному просторі». Школа співпрацює з Британською Радою та на базі школи створений Ресурсний центр. Поєднавши ідеї Ресурсного центру та завдань експерименту з медіаосвіти, було створено декілька потужних шкільних клубів та творчу групу вчителів англійської мови, так звану TAG (учитель англійської мови – Гамрецька Т. І.). Під час проведення TAGs учителі отримують практичні навички аналізу медіатекстів, навички роботи з аудіовізуальними засобами, пробують інтерпретувати отриману інформацію тощо.

Медіаосвіта та медіаграмотність стали невіддільною частиною нашого життя, тому що від якості отримуваної інформації залежить наше майбутнє,

зокрема й майбутнє нашої держави. Процес отримання інформації є невіддільним складником нашого життя. Тому важливо виробляти навички правильного аналізу інформації, її сприйняття та вміння створювати власний медійний продукт високої якості. У зв'язку з ухваленням Концепції впровадження медіаосвіти та медіаграмотності в Україні та проведенням експериментальної роботи в закладах освіти виконана робота є актуальною і перспективною. Включення в освітній процес вправ з медіаграмотності дає змогу вчителю урізноманітнити види завдань на уроці англійської, зробити урок життєвим та комунікативно спрямованим. Використовуючи принципи компетентісно орієнтованого підходу до навчання в поєднанні з інтерактивними технологіями та вправами, спрямованими на формування медіаграмотності учнів, викладач досягне високих результатів у своїй педагогічній майстерності. Застосування запропонованого комплексу вправ дозволяє досягти високого рівня знань учнів з іноземної мови, розвинути критичне мислення, набутти мовних та життєвих компетенцій.

**Бесіда з елементами тренінгу для учнів 10-го класу
«Медіагігієна та правила пошуку інформації»
(конспект виховного заходу)**

*Галенко Катерина, учитель української мови, української літератури
і зарубіжної літератури Лисичанського ліцею № 12 Сєвєродонецького району
Луганської області*

Інтерактивна бесіда

- Хто з людей може опублікувати свій медіапродукт в інтернет-мережі?
- Чи обов'язково це буде якісний медіапродукт?
- Як з'являються в інтернеті твори, статті, фотографії, малюнки людей, яких уже немає в живих?

Учитель підводить учнів до висновку, що будь-яка людина може розмістити в інтернет-мережі будь-яку інформацію (власну або чинюсь). Враховуючи те, що в людей різні вподобання, мережа наповнюється різноплановою інформацією.

Учитель. Ми миємо руки перед їжею, щоб не заразитися, та їмо здорову їжу в розумній кількості, щоб добре почуватися. Так само ми маємо фільтрувати інформацію – щоб не загрузнути в інформаційному смітті. Так само, як ми дбаємо про фізичне здоров'я – ми маємо захищати свій мозок від надлишку інформації, особливо неякісної та непотрібної нам.

96 % людей оцінюють новини лише по заголовках. А фейкові новини поширюються в 6 разів швидше за справжні. Як же досягти гармонії в споживанні інформації?

Розглянемо 5 основних правил інформаційної гігієни.

1. Уникайте повторюваної інформації.

Це один з найстаріших механізмів маніпулювання думкою суспільства. Часте повторення інформації записує її в нашу підсвідомість та змушує повірити в неї. Якщо в публікації одна й та сама думка повторюється багато разів

різними словами – варто насторожитись!

2. Знижуйте інформаційне навантаження.

• Контролюйте кількість та якість інформації, яку ви споживаєте. Старайтеся дізнаватись лише необхідне та корисне для вас, але повноцінно.

• Не читайте все, що репостять у соцмережах ваші друзі.

• Читайте не лише заголовки. Заголовки мають коротко переповідати суть новини, але насправді часто не відповідають змісту публікації.

• Влаштуйте собі інтернет-детокс. Спробуйте проводити годину на день або день на тиждень без соцмереж та новин. Результати можуть вас вразити!

3. Вивчайте різні погляди на одну проблему.

Не довіряйте першій новині та першій думці. Краще – знайдіть не менше ніж 3 (бажано авторитетних) джерела інформації, написані різними людьми.

4. Насторожуйтесь, коли починаються емоції.

Звертайте особливу увагу, коли починається заострення уваги на поодиноких випадках замість масового огляду явища. Особливо, коли воно шокує. Насторожуйтесь, коли бачите емоційні висновки та особисті думки авторів новин.

5. Шукайте, кому вигідно, щоб ви дізнались новину та повірили в неї.

Чого хочуть домогтися певними повідомленнями та закличками? Хто виграє, якщо ви будете робити так, як пропонують або натякають?

Дуже багато інформації в інтернеті та ЗМІ є фейковою, спеціально розміщеною, щоб ввести нас в оману та маніпулювати нашою думкою.

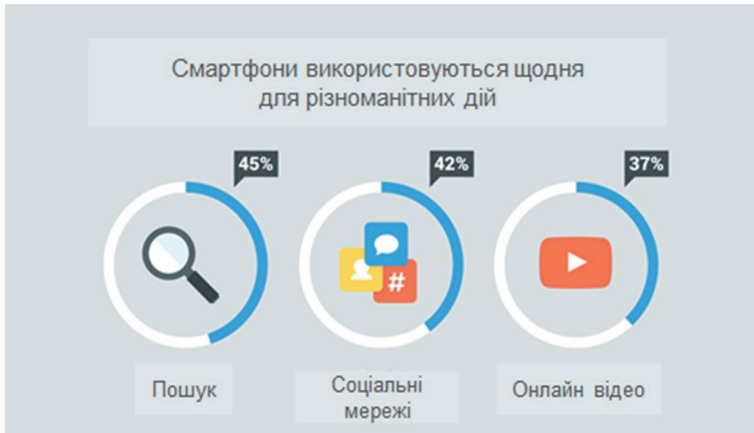
Запитання до учнів:

- Як ви розумієте слово «фейк»?
- Чи вмієте відрізнити правдиву інформацію від фейкової?



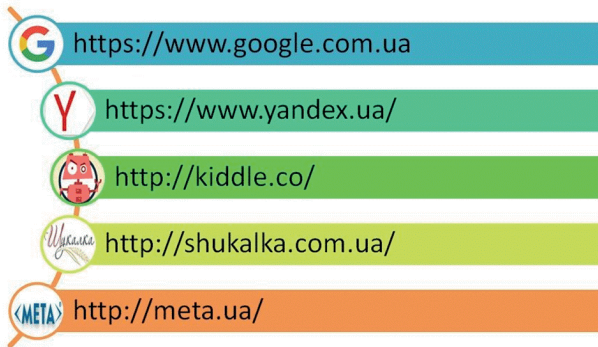
Запитання до учнів: Як ви гадаєте, для чого використовують інтернет найчастіше?

Учитель. Ось, наприклад, результати досліджень компанії Google щодо використання українцями мобільних телефонів. Як бачимо, найчастіше інтернет use ж таки використовують для пошуку певних відомостей.



Для пошуку даних в інтернеті використовують пошукові системи. Кожна пошукова система має свій сайт.

Для пошуку даних в інтернеті використовують пошукові системи:



Зазвичай пошукова система дозволяє шукати за ключовими словами не тільки текст, але і зображення, відео, карти, новини й навіть книги. Для цього потрібно обрати потрібний об'єкт пошуку.

Запитання до учнів. Які поради щодо користування пошуковими системами ви знаєте?

Учитель. Звертайте увагу на особливості домену сайту.

Домен (Domain name) – унікальний буквено-цифровий набір символів, що визначає сайт у пошукових системах і для відвідувачів. Іншими словами, доменне ім'я – ім'я сайту в інтернеті.

Доменна зона першого або верхнього рівня визначає приналежність до організації або країни.

Національні доменні зони першого рівня:

- .UA – Україна;
- .US – США;
- .UK – Великобританія;
- .EU – Євросоюз

Корисним при пошуку інформації буде вміння розпізнавати домени та організації. Тобто на сайті з доменом урядової організації буде офіційна та перевірена інформація, а на сайтах із доменом COM або BIZ найчастіше комерційна та проплачена інформація.

Найголовніше: при використанні знайденої вами інформації треба пам'ятати про авторське право та принципи академічної доброчесності.

Учитель. Спробуємо застосувати набуті знання на практиці.

Рольова гра з інтерактивним обговоренням

Учитель пропонує учням усно скласти речення про будь-яку подію зі свого життя (*наприклад: учора я отримав «12» з української мови. Або: ми з подругою в неділю ходили до кінотеатру*).

Протягом 2 хвилин учні ходять по класу і спілкуються одне з одним, передаючи інформацію про свою подію. Через 2 хвилини займають свої місця і на аркуші паперу записують одне речення, яке почули від однокласників (будь-яке).

Але є певна умова:

- учні з першого ряду передають інформацію достовірно;
- учні з другого ряду змінюють автора інформації;
- учні з третього ряду змінюють якусь частинку інформації (час, подію, учасника, місце тощо).

Далі вчитель пропонує скласти листочки з інформацією в кошик, який буде символізувати інтернет-мережу. Учні «розміщують інформацію в інтернет-мережі».

Наступний етап – учасники гри перетворюються на інтернет-користувачів. Вони «завантажують інформацію» – дістають будь-який листочок з коробки.

По черзі зачитують запис з листочка і відповідають на *запитання*:

- Віриш чи не віриш цій інформації?
- Які почуття викликає ця інформація (позитивні чи негативні)?
- Які дії хочеться вчинити після отримання цієї інформації (посваритися, помиритися, посперечатися, посміятися, розпитати тощо)?
- Як дізнатися, правдива інформація у вас чи спотворена?
- До яких наслідків можуть привести ваші дії?

Дістаючи листочки з «інтернету» (кошика), учні розуміють, що інформація може бути правдивою або спотвореною. І вже при ознайомленні з текстом намагаються це зрозуміти.

Якщо вони сумніваються, то мають право перепитати в «автора», чи це дійсно так. Це важливе вміння (сумніватися, перевіряти, перепитувати, шукати істину) необхідно сформулювати в дітей так, щоб вони користувалися ним не тільки під час гри, а й у різних життєвих ситуаціях.

Список використаних джерел

1. Медіаграмотність у початковій школі : посібник для вчителя / за редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. Київ : ЦБП, АУП, 2018. 234 с.
2. 5 правил, які полегшать пошук інформації в інтернеті URL: <https://jur-gazeta.com/golovna/5-pravil-yaki-polegshat-poshuk-informaciyi-v-interneti.html> (дата звернення 12.10.2021).
3. Інформаційна гігієна. URL: <http://surl.li/bbgrt> (дата звернення 12.10.2021).

Батьківські збори «Ми та наші діти в інтернет-просторі» (конспект виховного заходу)

*Бондаренко Світлана, класний керівник 7 класу Лисичанського ліцею № 12
Севєродонецького району Луганської області*

Мета: надати рекомендації батькам учнів щодо безпечного використання ресурсів інтернету, показати важливість і значущість проблеми формування в дітей мережевого етикету, розповісти про правила спілкування в інтернеті, ознайомити батьків з інформацією щодо проблеми безпеки дитини в інтернеті, сприяти формуванню розуміння батьками небезпеки інтернет-залежності; ознайомити із загрозами інтернету, небезпекою онлайн-ігор; проінформувати про можливість отримання різноманітних видів професійної допомоги; запропонувати батькам методи боротьби з комп'ютерною залежністю здобувачів освіти.

Обладнання: комп'ютер, мультимедійна презентація, відеоролик.

План зборів

1. Оголошення теми й мети зборів.
2. Виступ класного керівника з опорою на мультимедійну презентацію.
3. Імітаційна гра «Обговорення проблемних ситуацій».
4. Поради батькам.
5. Рефлексія «Мені хотілося б ще поговорити про...».

Хід заходу

Класний керівник. Двадцять перше століття – вік комп'ютерних технологій. Комп'ютери, телефони, планшети ввійшли в наше життя. Сьогоднішні діти з ранніх років виявляють цікавість догаджетів.

З одного боку, це добре: інтернет сьогодні виявився головним джерелом інформації, досить клацнути мишкою і все, що ви бажаєте, буде доставлено. Крім того, з уведенням нових освітніх стандартів, школа відходить від звичних моделей навчання, дитина тепер сама повинна навчитися добувати інформацію. І в цьому випадку інтернет стає просто незамінним знаряддям для освіти. Також завдяки сучасним соціальним мережам є можливість спілкуватись, незважаючи на відстань. Це новий світ навчальних можливостей. Існує безліч цікавих, корисних сайтів для розвитку дітей та батьків, адже обізнаний дорослий – обізнана дитина.

Ідеться про різноманітні ютуб-канали, де можна дізнатись багато цікавого, закріпити шкільні матеріали, вивчити щось нове, різні інтерактивні школи.

Prometheus – це українська освітня платформа, яка одна з перших почала впроваджувати тренди альтернативного навчання: тобто позауніверситетську

освіту університетського рівня. Але підліткам тут теж не буде нудно. Тут можна вивчити англійську, підготуватись до ЗНО, заглянути в глибини світової історії, дізнатись більше про підприємницьку діяльність та навчитись аналізувати дані.

EdEra – студія онлайн-освіти, де є чимало корисної інформації як для дітей, так і для дорослих. Тут є онлайн-курси, спецпроекти, інтерактивні підручники та освітні блоги.

Проект «Автентична Україна». Завдяки цьому проекту можна зробити віртуальний тур музеями України просто неба. Це сім автентичних музеїв у різних містах України: народної архітектури та побуту «Шевченківський гай», Національний музей народної архітектури та побуту, Мамаєва Слобода, Резиденція Богдана Хмельницького, Запорізька Січ та інші. Крім цього, тут можна прогулятись українськими операми та церквами.

Проте з іншого боку, інтернет-ресурси мають і негативну сторону.

- Можливість для образ, розміщення різноманітної неправдивої інформації (кібербулінг).

- Сайти з небезпечним змістом для дітей.
- Відверті блоги.
- Сумнівні соціальні мережі.
- Шахраї.

Психологи та лікарі говорять про появу нової хвороби – комп'ютерної залежності.

Інтернет – це така ж реалія нашого життя, як телефон або телевізор. Далеко не всі українські батьки усвідомлюють, наскільки важливу роль відіграє інтернет у житті їхніх дітей. Їм варто прийти до розуміння, що вони несуть таку ж відповідальність за поведінку своїх дітей в інтернеті, як і на вулиці або в метро. Інакше вони можуть зіткнутися із цілком реальними результатами віртуального спілкування.

Цікаві цифри (за матеріалами досліджень компанії «Київстар»)

- 78 % українських дітей старше 6 років користуються інтернетом;
- 24 % батьків не знають про те, що їхні діти виходять в інтернет через мобільні телефони;
- 9 % батьків не підозрюють, що їхні діти виходять в інтернет через мобільні телефони батьків;
- 8 % батьків не знають, що їхні діти відвідують інтернет-клуби;
- 27 % дітей зізналися, що в інтернеті з ними контактували незнайомці, 30 % з них пішли на контакт;
- 28 % висилали фото віртуальним знайомим;
- 7 % ділилися в інтернеті інформацією про сім'ю.

Також на екрані ви можете переглянути, що саме діти найчастіше шукають за допомогою інтернет-ресурсів.

У 2008 році була створена Коаліція за безпеку дітей в інтернеті. Був створений сайт Onlandia, на якому можна знайти ретельно розроблені інструктажі з техніки безпеки знаходження в інтернеті для всіх категорій населення, завантажити спеціальну дитячу версію електронної пошти, вільну від вірусів і спаму. Цього року коаліція в якості свого пріоритету висуває роботу з батьками.

Фішинг – вид шахрайства, метою якого є виманювання в довірливих або неуважних користувачів мережі персональних даних клієнтів.

Грумінг – входження в довіру до дитини з метою її схилення до якого-небудь брутального поводження, зокрема і в сексуальному плані.

Кардинг – вид шахрайства, при якому проводиться операція з використанням банківської картки або її реквізитів, не ініційована або не підтверджена її власником.

Я хотіла б звернути увагу на *булінг* – залякування, переслідування, знущання, глузування та інші дії, які здатні налякати, принизити й в інший спосіб негативно впливати на дитину.

Кібербулінг – вид насильства, що набув широкого поширення в середовищі підлітків. Вони створюють сайти, присвячені одноліткам, які з тих чи інших причин стають вигнанцями, розміщують компрометуючі їхні фотографії, надсилають анонімні образливі та загрозові повідомлення, розпускають непристойні чутки. Іноді сцени знущання знімаються на фотоапарат або відеокамеру й потім поширюються через інтернет.

На жаль, булінг – явище глобальне й масове, тому батькам потрібно мати довірливі стосунки з дітьми: щодня розмовляти в сімейному колі, цікавитися шкільними новинами та стосунками з друзями.

Водночас свобода в інтернеті – це не причина обмеження доступу до нього.

Так само як батьки не дозволяють дітям гуляти одним у незнайомих місцях, так само вони не повинні дозволяти їм працювати в інтернеті без догляду. Адже на онлайн-просторах ризик зустріти неприємну особистість не менший: чати й форуми, у яких зустрічаються педофіли, радикальні політичні групи, сатанинські культури, фейкові особи – усе це є небезпечним для дитини. Не менш небезпечне й залучення до азартних ігор. Навіть прості онлайн-іграшки в неконтрольованій кількості можуть завдати дитині шкоди, щонайменше відволікаючи її від занять і спокійного відпочинку, шкодячи психічному та фізичному здоров'ю.

Також в інтернет-просторі дуже багато фейкової інформації, ботів, зламаних сторінок.

Водночас їх легко визначити: вони допускають багато помилок, провокують на конфлікти.

Щоб запобігти цьому варто уникати такого спілкування і блокувати.

Можуть бути створені і фейкові сайти, де розміщується неправдива інформація.

Дуже часто дітям можуть і писати із рейкових сторінок, аби дізнатись необхідну їм інформацію.

Як захистити себе від фейкових сторінок?

Шукаючи різну інформацію на сайтах, перевіряйте її правдивість, щоб не потрапити в недоречну ситуацію. Користуйтеся лише перевіреними пошуковими системами, аналізуйте знайдену інформацію.

До інтернет-ресурсів дуже швидко можна звикнути, але варто контролювати час, який дитина проводить у соціальних мережах, адже може виникнути інтернет-залежність.

Аналіз опитування 75 школярів, який ви бачите на екрані, показав, що більшість дітей дотримується гранично допустимого часу користування інтернетом, водночас частина дітей перевищує цей час.

Необхідно не прогавити цей момент, аби дитина не звикла тривалий час грати в ігри, переписуватись із друзями, адже потім буде важко надолужити пропущене. Більше часу проводьте з дитиною разом, розмовляйте, гуляйте, читайте тощо. І пояснюйте, чому не можна тривалий час знаходитись за телефоном чи монітором ноутбука.

Сучасні діти можуть краще ніж дорослі розбиратися в комп'ютерних іграх та соцмережах, водночас їм бракує життєвого досвіду.

Шановні батьки! Пропоную вам попрактикуватись і розв'язати такі ситуації.

Імітаційна гра

Ситуація № 1. Дитина, на погляд батьків, нерационально використовує ПК. Проявляються перші ознаки комп'ютерної залежності. Ваші пропозиції щодо розв'язання проблеми.

Батьки обговорюють і розігрують діалог.

Віднайти цікаву альтернативу для дитини (знайти нове хобі). Пояснити дитині шкоду від довготривалого перебування за ПК, створити власні правила, які б задовольняли вас і дитину (можете в письмовому форматі і з вашими підписами).

Ситуація № 2. Ви помітили ознаки комп'ютерної залежності своєї дитини та заборонили користуватися комп'ютером. Виник конфлікт.

Як ви буде спілкуватися з дитиною в цій ситуації?

Не можна ні в якому разі підвищувати голос, аби конфлікт не загострювався. Постарайтесь спокійно розмовляти з дитиною, якщо це не допомагає, залишіть дитину на певний час саму й розпочніть розмову знову. Віднайдіть відеоматеріали наглядного прикладу наслідків комп'ютерної залежності. Якщо ситуацію не можете вирішити самостійно, зверніться до спеціаліста.

Ситуація № 3. Дитина багато часу проводить в онлайні. Як думаєте, чи треба серйозно замислитись про її безпеку?

Відтворіть діалог із дитиною.

Якщо ви спостерігаєте за тим, що ваша дитина постійно перебуває в онлайн-режимі, то звісно, про це потрібно задуматись. Зараз неможливо уявити життя без сучасних гаджетів і соціальних мереж, але довготривале користування може негативно впливати на здоров'я дитини. Насамперед страждають очі та нервова система.

Дитина повинна бути приблизно не більше 2 годин в онлайн-режимі.

Ситуація № 4. Якщо ви боїтеся загрози всесвітньої мережі, чи варто повністю відмовитися від комп'ютера?

Ваше розв'язання проблеми.

Якими аргументами ви скористаетесь під час бесіди з дитиною.

В інтернет-просторі є безліч корисної інформації, яку можна використати для власного розвитку й навчання. У майбутньому це може допомогти в успішному працевлаштуванні, адже зараз сучасне життя потребує сучасного підходу

в усьому. Проте є багато підступних моментів, тому варто завжди розмовляти з дитиною і пояснювати, показувати наочно, як розрізнити справжню і фейкову інформацію, сторінку тощо.

Перегляд та обговорення відео. Правила безпечного користування інтернетом <https://www.youtube.com/watch?v=Uccr4FBI9nc>.

Обговорення почутого.

– Ви розповідаєте дітям ці правила?

– Які небезпеки підстерігають ваших дітей при безконтрольному виході в інтернет?

Рефлексія

Наша зустріч добігає кінця. Сподіваюсь, ви отримали інформацію, яка допоможе вам і вашим дітям не стати інтернет-залежними. Прошу вас продовжити фрази:

Я зрозумів(-ла), що необхідно завжди...

Я отримав(-ла) для себе...

Для мене здоров'я моєї дитини...

Мені б хотілося ще поговорити про...

Підсумок «Поради батькам»

Будьте другом своїй дитині. Проявляйте зацікавленість її захопленнями й обговорюйте проблеми, що виникають. Якщо ви зможете стати тією людиною, якій ваша дитина довіряє, їй не доведеться шукати підтримки у віртуальних друзів.

1. Попередьте про небезпеку зустрічей із друзями з інтернету. Поясніть, що ці люди можуть виявитися зовсім не тими, за кого себе видають.

2. Скажіть дітям, що не все, що вони читають або бачать в інтернеті, правда. Привчіть їх запитувати у вас, якщо вони не впевнені.

3. Контролюйте діяльність дітей в інтернеті за допомогою відповідних програм. Вони допоможуть відфільтрувати шкідливий вміст, з'ясувати, які сайти відвідує дитина та що вона робить на них.

4. Інтернет може бути прекрасним місцем як для навчання, так і для відпочинку та спілкування з друзями. Але як і весь реальний світ, мережа теж може бути небезпечна. Перш ніж дозволити дітям виходити в інтернет самостійно, треба встановити низку правил, з якими повинна погодитися й ваша дитина.

5. Треба нагадувати дітям, щоб вони не спілкувалися в інтернеті з незнайомцями. Анонімність інтернету може становити серйозну небезпеку, ваша дитина ризикує стати жертвою злочинців.

Крім цього, навчіть дітей уживати таких заходів безпеки:

- представляючись, треба використовувати тільки ім'я або псевдонім;
- ніколи не можна повідомляти свій номер телефону або адресу;
- ніколи не надсилати своїх фотографій;
- ніколи не зустрічатися зі знайомими по інтернету без контролю з боку дорослих.

**Створення медіахабу
як єдиного інформаційного простору сучасного закладу освіти
(матеріали до виховного заходу)**

*Дорофєєва Олесь, педагог-організатор Лисичанського ліцею № 28 «Гарант»
Сєвєродонецького району Луганської області*

З вересня 2013 року, коли розпочав свою роботу портал «Медіаосвіта і медіаграмотність», розпочалась тісна співпраця Лисичанського ліцею № 28 «Гарант» Сєвєродонецького району Луганської області з Академією української преси – неприбутковою, неурядовою та незалежною організацією, яка спрямувала свою діяльність на впровадження та підтримку рівня медіаграмотності серед населення за підтримки Програми У-Медіа Інтерньюз, IREX, Міжнародного фонду «Відродження».

До освітньої програми закладу освіти були включені такі спецкурси, як-от «Сходинки до медіаграмотності» для 2–4 класів, «Основи медіаграмотності» для учнів 8 (9) класів, «Медіакультура» для учнів 10 класів. У закладі були створені шкільні медіа (радіо, газета й телебачення), відкрито канал на популярному відеохостингу YouTube (<https://cutt.ly/OPsUasb>).

Поступово ініціативна творча група медіапедагогів розпочала активну роботу, щоб залучити учнів до участі в роботі медіагуртків з метою розвитку навичок радіоведучих і телеведучих, написання креативних медіатекстів.

Так, майже десять років шкільна газета «Гарант TIMES» виходить раз на місяць, редакція створює спеціальні тематичні випуски, присвячені визначній даті чи події. Шкільне телебачення «Галактика'28» випускає новини, готує спеціальні репортажі, тематичні відеосюжети, відеоролики для участі в конкурсах та фестивалях. Загальношкільне радіо «Медіа Пульс» виходить в ефір для оголошень, привітань, готує тематичні випуски, транслює музику до святкових днів, створює гарний настрій.

Учителі та учні регулярно набували досвіду з медіаграмотності на тренінгах літніх та зимових Шкіл АУП і завдяки участі в міжнародних науково-методичних конференціях. З 2017 по 2022 навчальні роки ліцей «Гарант» став учасником Усеукраїнського експерименту «Стандартизація наскрізної соціально-психологічної моделі масового впровадження медіаосвіти у вітчизняну педагогічну практику». Отже, медіаосвіта увійшла й до кожного навчального предмета, її головною метою став розвиток критичного мислення, уміння розрізняти фейкову інформацію, факти та судження, створювати унікальний контент як для шкільних медіа, так і для особистих сторінок, насамперед у мережах Instagram і Tik-Tok, адже важко заперечити дані досліджень професорів бізнес-школи в Берліні Андреаса Каплана та Майкла Гейнляйна, які свідчать, що мережеве спілкування і самопрезентація на сьогоднішній день є одними з провідних потреб юнацтва і молоді: 96 % юнацтва й молоді «живуть» в інтернеті, насамперед у соціальних мережах.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій та сервісів інтернету довів, що нині найбільш ефективними сучасними каналами інформаційного впливу та комунікації стали соціальні медіа. Саме тому виникла ідея об'єднати всі ак-

тивні сторінки, акаунти й групи соціальних мереж у єдиний Гарант Медіа_HUB. Цьому сприяли тривале дистанційне навчання і онлайн-спілкування під час карантину 2020 року.

Тепер над створенням медіаконтенту працює потужна команда, яка щодня буде соціальну комунікацію, відстежує реакції на різні повідомлення, аналізує статистику, буде подальшу медійну стратегію закладу.

Разом з офіційним вебсайтом <https://sites.google.com/view/lyceumgarant> для батьків, партнерів діє головна сторінка ліцею «Гарант» у соціальній мережі «Фейсбук» за посиланням <https://www.facebook.com/nvk.garant>.

З нею пов'язані сторінки групи юних медійників шкільного гуртка «Школа журналіста» (переважно учнів 7–11 класів) «Гарант і Компанія» <https://www.facebook.com/groups/916391389229219/>, сторінка закритої групи педагогів «Учительська Гарант», група батьківської громади ГО «Гарант ПАРТНЕРСТВО» <https://www.facebook.com/groups/439449106608280>, група вчителів фізичної культури та секції футболу «Гарант SPORT» <https://www.facebook.com/groups/122804968292825/>, група простору спілкування, творчості та розвитку учнівського самоврядування GARANT_HUB <https://www.facebook.com/groups/165660529097623>, тематичні групи класних колективів, наприклад, 5-А класу <https://www.facebook.com/groups/123118435042153/> або 6-А класу <https://www.facebook.com/groups/807406786731415/>.

Мережа Instagram користується популярністю і серед учнів, і серед батьків. Основний акаунт ліцею «Гарант» <https://www.instagram.com/nvkgarant/> публікує актуальні новини, повідомлення.

Акаунт простору учнівського самоврядування GARANT_HUB https://www.instagram.com/garant_hub інформує про події та заходи, що відбуваються на даній території чи організовані учнівським активом.

У чому особливість функціонування подібного медійного центру?

По-перше, кожен з інформаційних каналів має свій контент, створений за законами певної соціальної мережі.

По-друге, модератором сторінки / акаунту / групи є вчитель або декілька вчителів, а дописувачами – певні учні та групи учнів, що надає простір для вдосконалення навичок створення медіатекстів, сприяє комунікації між педагогами та вихованцями гуртків, спонукає всіх дописувачів підвищувати свій рівень знань, слідкуючи за змінами у функціоналі соціальних мереж.

По-третє, соціальні медіа надають можливість швидкого обміну інформацією, думками через коментарі, повідомлення, відео- та фотоконтенту, створюють умови, події, активності для самовираження та самореалізації вчителів, батьків, дітей, підлітків, підтримки привабливого іміджу, злагодженої комунікації, відкритості й прозорості діяльності закладу освіти.

Отже, в епоху медійності педагогам украй актуально бути обізнаними в можливостях соціально-психологічних впливів соціальних медіа, щоб транслювати свої ідеї та впроваджувати важливі цінності.

Майстер-клас для вчителів
«Як створити повідомлення для соціальної мережі»
(конспект виховного заходу)

Дорофєєва Олесья, педагог-організатор Лисичанського ліцею № 28 «Гарант» Сєвєродонецького району Луганської області

Мета: визначення особливостей створення повідомлень у популярних соцмережах Facebook та Instagram, формування базових журналістських навичок, розвиток креативності.

Обладнання: фліпчарт, маркери, набір стікерів, доступ до інтернету, смартфони або ноутбуки учасників; роздруковані QR-коди (або електронні для демонстрації на екрані).

План заходу

Організаційний момент, обґрунтування актуальності теми.

Майстер-клас.

Практична робота.

Хід майстер-класу

1. Вправа «асоціативний куш» (аркуш фліпчарту умовно поділений на 2 частини).

Кожен з присутніх учасників записує на стікері дві асоціації зі словами «Соціальні мережі»: позитивну та негативну, на думку учасника. Розташовуємо стікери на фліпчарті відповідно у дві частини. Учасники коротко коментують, чому та чи інша асоціація, на їхню думку, є або позитивною, або негативною.

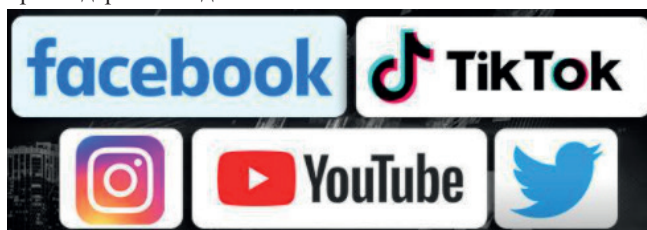
Спільний висновок:

біль і проблема, забирають багато часу	сучасний спосіб тримати контакт із друзями й партнерами
джерело негативу, хейту	зручний інструмент залучення аудиторії до свого бізнес-продукта
...	...

Обговорювати переваги та недоліки соціальних мереж можна довго, проте один факт залишається незаперечним: учителям украї потрібно й важливо ознайомитися з функціонуванням соціальних мереж, краще зрозуміти їхні функції та вплив на наше життя і роботу, на життя і навчання наших учнів та їхніх батьків.

2. Статистика: які соціальні мережі обрати?

П'ятерка лідерів виглядає так.



Вправа «Передбачення»

Для кого цікава кожна соціальна мережа?

Учасникам пропонується визначити вік аудиторії відвідувачів, підписників, користувачів кожної із соціальних мереж.

Приблизний діапазон виглядає так:

- соціальна мережа «Фейсбук» – 25–65+ (може бути молодша аудиторія, якщо вчителі їх залучили до певного контенту – наприклад, сторінки закладу);
- соціальна мережа «Інстаграм» – 11–49;
- соціальна мережа «Тік-Ток» – значно «молодший»;
- відеохостинг «Ютуб» – популярний серед різних вікових груп залежно від контенту, який обирає користувач.

Отже, на основі прогнозу визначаємо, де «живуть» потенційні цільові групи – учні, батьки, колеги, партнери, спонсори, представники управління освіти, медіа, суспільної думки тощо.

Що найкраще працює в мережах «Фейсбук» та «Інстаграм»?

Аналізуємо сторінки за QR-кодами (додаток 1).

Пропозиція об'єднатися в групі за порами року.

Фейсбук	Інстаграм
<ul style="list-style-type: none">– найпопулярніша соцмережа;– старша аудиторія;– можна додавати посилання;– довші тексти з фото чи без них;– профіль, сторінка, група, подія мають різні функції та можливості й цілі	<ul style="list-style-type: none">– друга за популярністю;– молодша аудиторія;– без прямих посилань;– головне – фото й оформлення;– стандартні сторіз тривалістю 15 секунд, прямі ефіри

Фейсбук

Функціонал створення та налаштування публічних сторінок, груп та подій можна знайти в меню в лівій колонці головної сторінки Facebook – стрічки новин.

Публічна сторінка – це сторінка для висвітлення діяльності компанії, організації, установи, громади чи особи (кнопка «створити сторінку»). Основна вимога – офіційно-діловий стиль мовлення та нейтральна політична чи релігійна позиція.

Персональна сторінка (профіль) – це приватна сторінка (кнопка «зарєєструватися / створити профіль»). Тут можна публікувати «фото в купальнику», описувати свої політичні та релігійні погляди, можна за бажанням і неграмотно писати.

Групи у Facebook відрізняються від сторінок; це невеликі форуми, де кожен учасник групи може робити допис, не лише власник. На відміну від публічної сторінки, це простір, де рівна комунікація відбувається за всіма напрямками: користувачів з користувачами, засновників групи й користувачів тощо. Можна створити групу або приєднатися до групи.

Подія (захід) – це сторінка, яка створюється конкретно під певну подію із зазначенням дати, часу, місця проведення. Це спосіб організаторів події спіл-

куватись із майбутніми відвідувачами, відповідати на їхні запитання у форумі, який бачать усі.

Свіже оновлення: маючи особистий акаунт, користувач має можливість «прив'язати» акаунт закладу / організації чи бізнес акаунт і переключатися з одного на інший, не виходячи із мережі.

Технічні рідзинки оформлення (записуються на фліпчарті)

- Для успішних публікацій варто «позначити» або «тегнути» людей чи організації, про яких іде мова. Ставте в тексті публікації @ й починайте вводити ім'я людини чи назву організації в тому вигляді, як воно зазначене в соціальній мережі «Фейсбук» чи «Інстаграм». Мережа запропонує продовження імені, на нього можна клацнути. Опублікований текст стане видимим не лише для підписників сторінки, а й для друзів людини / організації, яку позначено, та поширить аудиторію, яка побачить ваш допис.

- Створіть тематичні хештеги #майстер_клас #медіаграмотність. Вони полегшують пошук публікацій за певними темами.

- Уникайте:

- вставних слів;
- складних речень;
- складних понять;
- офіційності;
- додуманих тверджень.

- Корисно прочитати книгу «Пиши, скорочуй. Як створити дієвий текст» (автори – Людмила Саричева, Максим Ільяхов).

- Спілкуйтеся зі своїми підписниками та діліться емоціями. Відкрите й щире висвітлення життя або події створює відчуття довіри й залученості, саме тому соціальні мережі виступають незамінними помічниками в побудові ефективного віртуального спілкування.

- Фото для публікації в соціальній мережі «Фейсбук» має бути шириною 500 пікселів (висота тоді залежить від пропорції). Обкладинка (горизонтальне зображення зверху публічної сторінки) – розміром 1640 на 720 пікселів. Відео – до 4 гігабайтів, розмір кадру 1280 на 720 пікселів.

- Фото для Instagram – квадрат 1:1 (сучасні смартфони дозволяють обрізати фото такого формату).

- Поважайте авторські права на зображення, музику та відео, тоді ваш допис не залишиться без звуку. Безкоштовно завантажити файли з правами розповсюдження можна на фотосервісах Unsplash та Freerik і на музичному сервісі Incompetech.

3. Практична робота: створення повідомлення для однієї з мереж з урахуванням наведених лайфхаків

Створіть допис для мережі «Фейсбук» або «Інстаграм» про проведений майстер-клас та опублікуйте його в особистому профілі чи акаунті.



Соціальна мережа «Інстаграм»



Соціальна мережа «Фейсбук»



**Майстер-клас «Наповнення для шкільної преси»
(конспект виховного заходу)**

Уставицька Юлія, учитель української мови та літератури Лисичанського ліцею № 28 «Гарант» Северодонецького району Луганської області

**Упровадження медіаосвіти в роботу гуртка «Школа журналіста»
Вік медійників: 14–17 років»**

Мета: формування ключових освітніх компетентностей та базових журналістських; розвиток образного, асоціативного мислення та креативних здібностей.

Навички з інфомедійної грамотності: соціальна толерантність, протидія стереотипам.

Обладнання: фліпчарт або дошка; мініаркуші для заміток; роздруковані QR-коди, таблиці для груп; доступ до інтернету.

План заняття

1. Організаційний момент. Обґрунтування теми заняття, її актуальності.
2. Майстер-клас.
3. Фотосесія медійників «Школа журналіста».

Майстер-клас за темою «Наповнення для шкільної преси»

I. Створення есе за темою «Що для мене щастя»

Пояснення. Визначальними рисами есе є незначний обсяг, конкретна тема, подана в підкреслено вільному, суб'єктивному її тлумаченні, вільна композиція, парадоксальна манера мислення тощо [4].

Підготуйтеся до написання есе, виконавши вправу.

Вправа «Асоціативне мислення» [2]

Напишіть на 10 мініаркушах для заміток слова-асоціації, що спадають на думку, коли чуємо слово «щастя». Слова будуть доступні для всіх, тому не слід писати про досить особисте, що почує загал.

Уточнення. Можна використовувати слова будь-якої частини мови або словосполучення. Слова можуть указувати на предмети, явища, почуття, ознаки, ризоманітні дії тощо.

Пояснення. Асоціація – образ, що першим спадає на думку, коли згадуємо про предмет, явище, подію. Вони можуть пов'язувати між собою різні слова.

Розташуйте аркуші перед собою. Спробуйте об'єднати їх, утворивши групи. Можуть бути й одиничні асоціації. Слова однієї групи розмістіть поряд, одиничні – на відстані. Картинку, що склалась, можна назвати візуалізацією власного бачення щастя.

Час на виконання – 1–2 хвилини.

1. Дивлячись на створену візуалізацію, придумайте промову за темою «Що для мене щастя» тривалістю 1 хвилина (або 5–8 речень).

Час на виконання – 2–3 хвилини.

2. Розкладіть папірці в послідовності, у якій вони згадані в промові.

3. Під час виступу вивішуйте (або запишіть) папірці на дошці (фліпчарті). Можна вибрати помічника з аудиторії.

4. Кожен наступний доповідач додає власні асоціації на дошку. У випадку повтору – кріпимо під згаданим словом. На дошці поступово створюємо візуалізацію поняття щастя всієї групи медійників.

Уточнення. Треба звернути увагу на повторювані асоціації (від найбільшої схожості до найменшої). Спільні асоціації вказують на однаковий хід думок, певний стереотип.

- Як сформувався такий стереотип? (Родина, література, соцмережі, фільми, реклама тощо.)

- Щастя однакове для всіх? (Можна знайти спільності й відмінності. Інколи стереотипне поняття може не збігатися з інтересами певної людини. Нам треба навчитися поважати вибір інших.)

Рефлексія. Доповніть речення власними роздумами:

Я зрозумів / зрозуміла ... Я відчув / відчула... Моє бачення щастя схоже з ..., тому що... Мене здивувало... Мене надихнуло... Відкриттям для мене стало...

Уточнення. Треба приділити увагу одиничним асоціаціям. Їх висловлюють люди з нестандартними поглядами, що можуть бути новаторами. Вони можуть продукувати незвичні ідеї та нові відкриття.

Підсумкове завдання для медійників. Розмістити пост з власним есе на своїй сторінці будь-якої соцмережі, дібравши промовисте щасливе фото.

II. Групова робота «Слово року»

Під час підбиття підсумків року обирають людину року. Не дивно, що таку подію було запроваджено серед лексичного безмежжя. «Слово року» – так звучить рубрика на українському сайті «Мислово» (QR-код (додаток 1) дає

посилання на сайт). Це онлайн-словник сучасної української мови та сленгу, що був створений у 2012 році з метою фіксації неологізмів та інших проявів сучасної мови. Визначення мають право надіслати звичайні користувачі. Словом року є найбільш важливе поняття (слово або фраза), яке почали визначати із січня 2014 року. У 2017 р. перемогу отримала лексема «безвіз». На думку укладачів словника, це слово воно найкраще відображає настрій і переживання року, що минув.



Завдання. Відсканувавши QR-код (додаток 2), ознайомтесь із словами 2020 року, що активно почали застосовувати в Україні і світі. Одна група – одне слово.

Час на виконання – 5 хвилин.

Приєм «Бортовий журнал»

Для огляду слова, що вибрала ваша група, спробуємо використати прийом «Бортового журналу» на прикладі таблиці з чотирьох колонок:

Список понять	Тлумачення понять	Список запитань	Відповіді на запитання
---------------	-------------------	-----------------	------------------------

Варіант для спільного розгляду й опрацювання:

<i>Список понять</i>	<i>Тлумачення понять</i>	<i>Список запитань</i>	<i>Відповіді на запитання</i>
Безвіз	Статус, що дозволяє громадянам України вільно перетинати міждержавні кордони країн Європи без попереднього звернення до посольства, починаючи з 11 червня 2017 року	Що означає? У чому сенс? За яких умов? З якого часу?	Особливий статус Дозволяє українцям вільно перетинати міждержавні кордони країн Європи Без попереднього звернення до посольства європейських країн З 11 червня 2017 року

Уточнення. Кожна група обирає одне слово за посиланням QR-коду 2 (пандемія, диджиталізація, томос тощо) й поступово заповнює графі запропонованої таблиці.

Час на виконання – 5–7 хвилин.

Яке б слово ви обрали словом поточного року? Обґрунтуйте свій вибір.

Завдання для групи. Викладіть вашу думку в короткій замітці до шкільного сайту або газети. Зверніть увагу на пам'ятку «Як писати замітку» (додаток 3).

Підсумкове завдання для медіагрупи. Розмістити пост із продуктом (заміткою) на сторінці групи, дібравши відповідне фото.

Словник

1. *Есе* (фр. *essai*, букв. – спроба) – жанр філософської, публіцистичної літератури (прози), для якого характерна вільна форма авторського викладу, трактування проблеми [3].

2. *Замітка* – найпростіший і найоперативніший інформаційний жанр, у якому повідомляється про конкретні факти, події, явища життя з метою пізнавального чи суспільно-політичного впливу. Основна вимога – висока інформаційна місткість тексту, що досягається точністю фактажу, чіткістю й стислістю викладу думок. Замітки бувають хронікальні, повідомлювальні, полемічні тощо [5].

3. *Парадокс* – суперечливий зміст. Думка, судження, що різко розходиться із звичайним, загальноприйнятим і протирічить (іноді тільки на перший погляд) тверезому глуздові [3].

4. *Стереотип* – (від грецьк. *stereos* – твердий + *typos* – відбиток) – стандартизований схематичний образ або уявлення про певне явище, процес, об'єкт, часто емоційно забарвлений, сталий; складається переважно під впливом соціальних умов та попереднього життєвого досвіду [3].

Список використаних джерел

1. Маленькі секрети учительського успіху. Навчаємо з радістю / В. І. Садкіна. Харків : Видавнича група «Основа», 2017. 144 с.

2. Матеріали розроблені в рамках проєкту «Вивчай і розрізняй: інфо-медійна грамотність», який виконується IREX. 9 клас. Українська мова. Урок № 37 / В. Гридчина. 2021.

3. Сучасний словник іншомовних слів : близько 20000 слів і словосполучень / уклад. : О. І. Скопенко, Т. В. Цимбалюк. Київ : Довіра, 2006. 90 с.

4. Теорія літератури : підручник для студентів філологічних спеціальностей / О. А. Галич [та ін.]; наукова ред. О. А. Галич. Київ : Либідь, 2001. 486 с.

5. Українська мова (профільний рівень) : підруч. для 11 кл. закладів загальн. серед. освіти / С. О. Караман, О. М. Горошкіна, О. В. Караман, Л. О. Попова. Харків : Вид. «Ранок», 2019. 272 с.



Онлайн-словник «Мислово»

Додаток 1



Сайт «Читомо»

Додаток 2

Додаток 3

Пам'ятка «Як писати замітку»

- Продумайте композицію замітки (вступ (теза), основна частина (докази), закінчення (висновки)).
- Уживайте мовні засоби, характерні для тексту-роздуму. Для зв'язку аргументів із тезою вживайте такі сполучники: тому що, хоча, оскільки, через те що, попри те що; вставні слова: по-перше, по-друге, нарешті, отже.
- Сформулюйте основну думку (теза може бути висловлена одним реченням, простим за будовою, розповідним або у формі запитання і відповіді на нього).
- Подбайте про точність та стислість викладу думок.
- Добирайте переконливі докази.
- Подбайте про промовисту назву.

Тренінгове заняття «Що таке медіаграмотність?» (конспект виховного заходу)

*Попельницька Ірина, заступник директора з навчально-виховної роботи
Кремінського ліцею № 3 Кремінської міської ради Луганської області*

Мета:

- активізувати роботу учнів у групах;
- стимулювати бажання учнів розширити знання про медіа;
- розвивати критичне мислення;
- запропонувати шляхи розв'язання поставлених проблем, ситуацій.

Завдання:

- розвивати креативне мислення молодого покоління в інформаційному просторі;

- формувати навички медіаграмотності учнів;
- використовувати здобувачам освіти ресурси медіаграмотності в освітньому процесі для сприйняття цілісної картини світу та взаємодії з соціумом

Очікувані результати:

- формування загальних знань про медіаосвіту, медіаграмотність, медіакультуру;
- сформованість в учасників потреби в удосконаленні вмінь і навичок з питань медіакультури;
- емоційна задоволеність учасників тренінгу

Обладнання: мультимедійне обладнання, макрери, фліпчарти, роздавальні матеріали.

Тренінгова група: учні 8 класу (26 осіб).

Час тренінгу: 1 год 30 хв.

Вступна частина тренінгу

Вправа «Самопрезентація»

Кожен учасник тренінгу називає ім'я та 3 словами описує себе.

Вправа «Наші правила»

Працюючи в групах, учасники повинні дотримуватися правил. Визначення правил та їх зазначення на фліпчарті (регламент, тактовність, доброзичливість, активність, уміти слухати і чути тощо)

Вправа «Очікування та сподівання»

Учасники отримують стікери, де записують свої очікування від тренінгу. Після цього по черзі прикріплюють записи до фліпчарту и коментують написане.

Основна частина тренінгу

Вправа «Лекція»

Тренер ознайомлює учасників з основними поняттями та розвитком медіаграмотності. Поняття: засоби масової інформації, медіаосвіта, медіакультура, медіаграмотність, медіазалежність, медіакомпетенція, критичне мислення, фейк тощо.

Вправа «Що таке медіаграмотність?»

Учні по черзі відповідають на питання, як вони розуміють поняття «медіаграмотність».

Вправа «Портрет медіаграмотної особистості»

Учасники тренінгу діляться на дві групи. На фліпчарті малюють людину (схематично). Навколо людини пишуть якості, притаманні медіаграмотній особистості. Обговорення.

Вправа «Гидке каченя»

Завдання:

- поглибити знання про маніпуляції, фейк, критичне мислення;
- розвинути навички командної роботи;
- розвинути уяву та творче мислення.

Матеріали: текст казки «Гидке каченя». Можна використати аудіоверсію казки або мультфільм; картинки із зображенням того, як мешканці пташиного двору насміхаються над каченям.

Хід вправи:

1. Разом із дітьми коротко пригадуємо основний зміст казки.
2. Пропонуємо дітям обрати собі роль – гидкого каченяти (можна декілька каченят), інших мешканців пташиного двору та лебедів.
4. Після цього запропонуйте дітям створити разом нову казку про гидке каченя, додавши моменти фейку, маніпуляції, пропаганди тощо. Як зміниться зміст казки? Як потрібно реагувати каченяті?

Вправа «Крамниця»

Уявіть, що існує крамниця, у якій можна купити лише одну якість медіа-грамотної особистості. Яку якість ви придбаєте й чому?

Підсумкова частина тренінгу

Вправа «Зроби висновок»

Учні повертаються до фліпчарту з очікуванням і визначають, наскільки їх сподівання виправдано.

Вправа «Ланцюжок дружби»

Учасники стають у коло й кладуть праву руку на плече сусіда. По черзі учні дякують сусіду за роботу, висловлюють побажання тощо.

Заключне слово тренера.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналітичний звіт за результатами кількісного дослідження на тему «Сексуальне насильство над дітьми та сексуальна експлуатація дітей в Інтернеті в Україні», 2020. URL: <https://cutt.ly/EPgOvYc> (дата звернення: 10.10.2021).
2. Державний стандарт базової середньої освіти : постанова КМУ від 30.09.2020 року № 898. URL: <https://cutt.ly/fPgOPeO> (дата звернення: 10.10.2021).
3. Захист дітей у цифровому середовищі: рекомендації для батьків та освітян URL: <https://cutt.ly/HU68oBJ> (дата звернення: 10.10.2021).
4. Информационные и коммуникационные технологии в образовании: монография / под ред. Бадарча Дендева. Москва : ИИТО ЮНЕСКО, 2013. 320 с.
5. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція). URL: <https://cutt.ly/vPgOZwm> (дата звернення: 10.10.2021).
6. Медийная и информационная грамотность : программа обучения педагогов / под ред. А. Гризлз, К. Уилсон. Москва : Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании, 2012. URL: <https://cutt.ly/fPgPqhX> (дата звернення: 10.10.2021).
7. Найдьонова Л. А. Цифрові ризики в умовах дистанційної освіти в часи пандемії / Вісник НАПН України. 2021. № 3 (1).
8. Немирич А. А. Тренд медиаобразования: от медиаграмотности к медиаменталитету // Дистанционное и виртуальное обучение. 2012. № 2. С. 77–85.
9. Педагогические аспекты формирования медийной и информационной грамотности / под ред. С. Туоминен, С. Котилайнен. Москва : Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании, 2012. URL: <https://cutt.ly/vPgPam3> (дата звернення: 10.10.2021).
10. Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів : Закон України від 23.09.1997 № 540/97. URL: <https://cutt.ly/GPgPvpr> (дата звернення: 10.10.2021).
11. Про друковані засоби масової інформації (пресу) : Закон України від 16.11.1992 № 2782-XII URL: <https://cutt.ly/IPgPPkd> (дата звернення: 13.10.2021).
12. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII. URL: <https://cutt.ly/IPgPJs6> (дата звернення: 13.10.2021).
13. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 № 2145-VIII. URL: <https://cutt.ly/OPgPM74> (дата звернення: 13.10.2021).
14. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР. URL: <https://cutt.ly/SPgP6I3> (дата звернення: 13.10.2021).
15. Про схвалення Концепції реалізації державної політики у сфері реформування загальної середньої освіти «Нова українська школа» на період до 2029 року» : розпорядження КМУ України від 14.12.2016 № 988-р. URL: <https://cutt.ly/yPgA6ZU> (дата звернення: 13.10.2021).
16. Про телебачення і радіомовлення : Закон України від 21.12.1993 № 3759-XII. URL: <https://cutt.ly/pPgSf2N> (дата звернення: 10.10.2021).
17. Рекомендації щодо онлайн-безпеки для педагогічних працівників. URL: <https://cutt.ly/JPgSbpX> (дата звернення: 10.10.2021).
18. Федоров А. В. Медиаобразование: история и теория. Москва : МОО «Информация для всех», 2015. 450 с.
19. Що таке експеримент із медіаосвіти в Україні : 15 запитань та відповідей URL: <https://cutt.ly/qIFXvvD> (дата звернення: 10.10.2021).
20. DIGITAL 2021 : глобальний оглядовий звіт. URL: <https://cutt.ly/zPgSP5g> (дата звернення: 10.10.2021).

Навчально-методичний посібник

**В. В. Байдик
О. В. Проніна**

**ПРАКТИЧНА МЕДІАОСВІТА:
МЕДІАГРАМОТНІСТЬ В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРИ**

Літературний редактор, коректор *Яна Шеховцова*
Верстка, дизайн обкладинки *Дар'я Червяк*

Формат 60X84/16. Папір офсетний. Друк цифровий.
Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. акр. 3.84.
Наклад 104 прим. Зам. № 03/01.

Замовник: ФОП Єгорова О. Є.
Видавець ПП ВКФ «ПромЕнерго»,
93120, м. Лисичанськ, пр-т Перемоги, 121
Тел.: (050) 99-360-17
e-mail: kitl.tipografiya@gmail.com
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 1430 від 11.07.2003 року