

ОСНОВИ МЕДІАОСВІТИ У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ



Ніжинський державний університет
імені Миколи Гоголя

ОСНОВИ МЕДІАОСВІТИ У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ

Навчально-методичний посібник

Ніжин – 2025

УДК 373.2:004(075.8)

О-75

Рекомендовано Вченою радою
Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя
(НДУ ім. М. Гоголя)
Протокол № 11 від 29.05.2025 року

Рецензенти:

Наталія Бугаєць – канд. пед. наук, доцентка кафедри інформаційних технологій фізико-математичних та економічних наук Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя;

Тетяна Гордієнко – канд. пед. наук, доцентка кафедри педагогіки, початкової освіти та освітнього менеджменту Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя.

О-75 Основи медіаосвіти у початковій школі: навчально-методичний посібник здобувачам вищої освіти першого (бакалаврського) рівня ОПП Початкова освіта / уклад. А.А. Бобро. – Ніжин: НДУ ім. М.Гоголя, 2025. – 80 с.
ISBN 978-617-527-321-0

Навчально-методичний посібник «Основи медіаосвіти у початковій школі» розроблений здобувачам вищої освіти першого (бакалаврського) рівня ОПП Початкова освіта і містить комплекс матеріалів: матеріали до лекційного курсу, структуру навчальної дисципліни, питання практичних занять, завдання до НДЗ, самостійної роботи, орієнтовний перелік питань до контрольних робіт за розділами, додатки з мультимедійними уроками та вправами для розвитку медіакомпетентності учнів початкових класів.

УДК 373.2:004(075.8)

ISBN 978-617-527-321-0

© А. А. Бобро, укладання, 2025
© НДУ ім. М. Гоголя, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ І. ЛЕКЦІЙНИЙ КУРС	5
1.1. Тематика лекцій.....	5
1.2. Матеріали до лекційних занять.....	6
1.2.1. Тема 1. Медіаосвіта: історія виникнення, основні напрямки.....	6
1.2.2. Тема 2. Теорії і технології медіа та медіаосвіти.....	13
1.2.3. Тема 3. Загальне поняття про медіа в учнів початкових класів.....	25
1.2.4. Тема 4. Медіаграмотність та розвиток критичного мислення учнів початкових класів.....	31
1.2.5. Тема 5. Інфомедійна та аудіовізуальна грамотність учнів початкових класів.....	36
1.2.6. Тема 6. Безпечний медіапростір учнів початкових класів ЗЗСО	43
РОЗДІЛ ІІ. ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДО ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ МЕДІАОСВІТИ У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ»	47
2.1. Загальна інформація про дисципліну.....	47
2.2. Тематика практичних занять.....	49
2.3. Завдання до самостійної роботи.....	57
2.4. Орієнтовні питання до контрольних робіт за розділами	60
2.5. Критерії оцінювання.....	63
2.6 Термінологічний словник медіаосвіти.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ТА РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ	68
ДОДАТКИ	73

ВСТУП

Державний стандарт початкової освіти передбачає обов'язкові результати навчання, пов'язані з медіаграмотністю майже в усіх освітніх галузях. Зважаючи на це, відображення завдань формування в учнів початкових класів основ медіаосвіти має відбуватися на всіх етапах процесу реформування початкової ланки ЗЗСО: Державний стандарт початкової освіти – Типова освітня програма – Модельна навчальна програма – реалізація вимог програми в підручниках. Для свідомого підходу до формування в учнів медіаграмотності майбутньому вчителю необхідно опанувати низку основних понять, зокрема: анімація, інформація, кіберпростір, маніпуляція тощо, а також навчитися самому аналізувати зміст та форму медіатекстів. З навчальною метою в межах вивчення даної дисципліни здобувачам освіти пропонуються цікаві завдання для самостійної роботи або вправи з медіатекстами. Представлений посібник допоможе майбутньому вчителю початкових класів оволодіти дидактичними основами формування медіакомпетентності молодших школярів, він спрямований на формування обізнаності студентів у галузі сучасних медіатехнологій та способів їх використання в освітньому процесі нової української школи шляхом розкриття дидактичного потенціалу мультимедійного простору, технологізації предметних методик початкової школи, активно-діяльнісного інтерактивного підходу до організації занять, володіння методичними прийомами медіадидактики та електронними цифровими ресурсами.

Навчально-методичний посібник розкриває освітній практико-зорієнтований зміст медіаосвіти, науково обґрунтовує її сутність, сприяє вивченню закономірностей, принципів, методів й організаційних форм навчання із залученням медіапродуктів з опорою на мас-медіа. Для реалізації окреслених завдань студентам репрезентовано низку інноваційних інструментів навчання, які розкривають можливості застосування медіаресурсів для підвищення ефективності організації й конструювання освітнього процесу у початкових класах ЗЗСО. Зміст посібника сприятиме набуттю студентами основ медіаосвіти і медіаграмотності, формуванню медіакультури та медіакомпетентності як процесу розвитку особистості на основі знань засобів масової комунікації. Освітній контент передбачає оволодіння студентами медіаосвітніми технологіями навчання, сучасною комп'ютерною та медійною технікою, засобами телекомунікаційного зв'язку, інструментальними програмними засобами, що забезпечують інтерактивний інформаційно-дидактичний супровід сучасних технологій навчання.

Ураховуючи те, що в сучасній освіті існують два підходи до навчання медіаграмотності (виділення її в окрему дисципліну та інтегрування у звичайні шкільні початкові предмети), у початковій ланці ЗЗСО йдеться лише про інтегрування роботи з медіатекстами у вивчення предметів різних галузей у посібнику є відповіді на питання, що стосуються розвитку в учнів критичного мислення та емоційного інтелекту в процесі опанування медіаосвіти, мотивації школярів до декодування медіаповідомлень та створення власних простих медіапродуктів, використання медіапродуктів із комунікативною метою.

РОЗДІЛ І. ЛЕКЦІЙНИЙ КУРС

1.1. Тематика лекцій

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕДІАОСВІТИ.

Тема 1. Медіаосвіта: історія виникнення, основні напрямки.

Предмет, мета і завдання курсу. Сутність понять «медіаосвіта», «медіапедагогіка», «медіакультура», «медіаграмотність», «аудіовізуальна грамотність». Медіапедагогічні концепції та моделі, основні етапи розвитку медіаосвіти у світі. Стан і перспективи розвитку медіаосвіти в Україні. Практична медіалогія. Законодавчі та нормативноправові акти щодо адаптації молоді до соціально-економічних умов інформаційного суспільства.

Ключові поняття: медіаосвіта, медіапедагогіка, медіакультура, медіаграмотність, інформаційне суспільство.

Тема 2. Теорії і технології медіа та медіаосвіти.

Роль медіа та медіаосвіти у сучасному світі. Теорії медіа та медіаосвіти. Медіаосвітні технології. Медіаосвіта і основи медіаграмотності як психологопедагогічна складова підготовки вчителя початкової школи. Нові медіа: цифрові, комп'ютерні, інформаційні, мережеві технології. Можливості використання багатоманітних медіа технологій. Технології Web-2.0 та сучасні медіаресурси. Носії і платформи нових медіа, їх характеристики (мобільність, мультимедійність, конвергентність, інтерактивність).

Ключові поняття: медіаосвіта, нові медіа, медіатехнології, нові медіа, медіаресурси.

РОЗДІЛ ІІ. ПРАКТИЧНІ ОСНОВИ МЕДІАОСВІТИ УЧНІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ ЗЗСО.

Тема 3. Загальне поняття про медіа в учнів початкових класів.

Види медіа. Традиційні та нові медіа. Аналіз медіа. Аналіз медіатекстів різних видів медіа. Стандарти в медіа. Інформація та мас-медіа.

Ключові поняття: медіаосвіта, медіа, медіатексти, стандарти, масмедіа.

Тема 4. Медіаграмотність та розвиток критичного мислення учнів початкових класів.

Медіаосвіта як засіб розвитку критичного мислення. Теорії впливу медіа. Маніпуляції в медіа. Стереотипи. Інформаційна війна і пропаганда. Свобода медійної творчості та її соціальні виміри в освітньому процесі.

Ключові поняття: критичне мислення, маніпуляції, стереотипи, пропаганда, освітній процес.

Тема 5. Інфомедійна та аудіовізуальна грамотність учнів початкових класів.

Соціальна толерантність. Стійкість до впливів, фактчекінг. Інформаційна грамотність та цифрова безпека. Візуальна грамотність. Роль медіа у формуванні сучасної картини світу. Аудіовізуальна грамотність, аудіальне сприйняття медіаінформації.

Ключові поняття: фактчекінг, цифрова безпека, картина світу, медіаінформація.

Тема 4. Безпечний медіапростір учнів початкових класів ЗЗСО.

Загрози медіапростору. Безпечна поведінка в Інтернеті. Принципи безпечної поведінки в медіапросторі. Як отримати допомогу та захист в разі виникнення небезпеки.

Ключові поняття: загрози, безпечна поведінка, допомога, виникнення небезпеки.

1.2. Матеріали до лекційних занять

Тема 1. Медіаосвіта: історія виникнення, основні напрямки.

1. Предмет, мета і завдання курсу.
2. Сутність понять «медіаосвіта», «медіапедагогіка», «медіакультура», «медіаграмотність», «аудіовізуальна грамотність».
3. Медіапедагогічні концепції та моделі, основні етапи розвитку медіаосвіти у світі.
4. Стан і перспективи розвитку медіаосвіти в Україні.
5. Практична медіалогія.
6. Законодавчі та нормативноправові акти щодо адаптації молоді до соціально-економічних умов інформаційного суспільства.

1. Предмет, мета і завдання курсу

Метою курсу «Основи медіаосвіти в початковій школі» є формування в учнів початкових класів початкових уявлень про медіа та розвиток базових навичок критичного сприйняття, аналізу та безпечної взаємодії з інформацією, що поширюється через різні медіаканали. Кінцева мета – виховання свідомого, відповідального та медіаграмотного громадянина, здатного орієнтуватися в сучасному інформаційному світі, особливо в умовах інформаційних викликів, як ті, що постають перед Україною.

Завдання курсу

Для досягнення поставленої мети курс «Основи медіаосвіти в початковій школі» ставить перед собою наступні завдання:

1. Формувати розуміння сутності медіа:
 - ознайомити учнів із основними видами медіа та їхнім призначенням (інформувати, розважати, рекламувати);
 - пояснити, хто створює медіаконтент та з якою метою.
2. Розвивати навички критичного сприйняття та аналізу медіатекстів:
 - вчити розрізняти різні типи контенту (новини, казка, реклама, гра);
 - навчати ставити прості запитання до медіаповідомлень: "Хто це зробив?", "Навіщо?", "Чи це правда?", "Що я відчуваю, коли це дивлюся/читаю?";
 - формувати вміння розпізнавати прості елементи маніпуляції та реклами (наприклад, перебільшення, приховані рекламні повідомлення у мультфільмах);
 - вчити відрізняти реальність від вигадки в медіа.
3. Сприяти формуванню безпечної поведінки в медіапросторі:

- ознайомити з базовими правилами безпеки в Інтернеті (не розголошувати особисту інформацію, не спілкуватися з незнайомцями, не переходити за сумнівними посиланнями);

- вчити розпізнавати ознаки кібербулінгу та знати, до кого звернутися по допомогу;

- розвивати навички "інформаційної гігієни" (розуміння, що не все потрібно дивитися або читати, важливість відпочинку від гаджетів).

4.Стимулювати творчу активність у медіадіяльності:

- заохочувати до створення власних простих медіапродуктів (малюнків, історій, простих відеороликів, фотокоміксів);

- вчити відповідальності за власний контент, який публікується в мережі (повага до інших, авторські права).

5.Формувати етичні цінності та соціальну відповідальність:

- розвивати повагу до інших користувачів мережі, толерантність до відмінностей;

- пояснювати важливість правдивості та чесності в інформації;

- вчити розуміти, що дії в мережі мають реальні наслідки.

Предметом курсу «Основи медіаосвіти в початковій школі» є:

1.Основи медіа – різні види медіа (телебачення, радіо, газети, Інтернет, соціальні мережі, відеоігри), їхні функції та особливості.

2.Медіатексти – різноманітні форми інформації, що передаються через медіа (новини, реклама, мультфільми, художні фільми, фото, відео, аудіо, текстові повідомлення).

3.Взаємодія з медіа – процеси споживання, аналізу, створення та поширення медіаконтенту дітьми.

4.Безпека в медіапросторі – правила та принципи безпечної поведінки в Інтернеті, захисту особистої інформації, протидії негативним впливам (кібербулінг, шкідливий контент, фейки).

2. Сутність понять «медіаосвіта», «медіапедагогіка», «медіакультура», «медіаграмотність», «аудіовізуальна грамотність».

Медіаосвіта – це процес навчання та розвитку, який дає людям можливість критично аналізувати, оцінювати, створювати та відповідально взаємодіяти з медіаконтентом у всіх його формах. Це дисципліна, яка формує медіаграмотність – комплекс компетенцій, необхідних для орієнтування у сучасному інформаційному просторі.

Медіапедагогіка – це галузь педагогічної науки, що вивчає закономірності навчання та виховання особистості в умовах впливу медіа.

Медіакультура – сукупність інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, елементів культури комунікації, збирання, виробництва, передачі та аналізу інформації, а також культури її сприймання соціальними групами та соціумом у цілому.

Медіаграмотність – рівень медіакультури, досягнений медіаосвітою, що стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і

критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції – розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують.

Аудіовізуальна грамотність – це ключовий компонент ширшого поняття медіаграмотності. Вона стосується здатності людини ефективно сприймати, аналізувати, оцінювати, створювати та використовувати інформацію, що представлена у зоровому (візуальному) та слуховому (аудіальному) форматах.

3. Медіапедагогічні концепції та моделі, основні етапи розвитку медіаосвіти у світі.

Розвиток медіаосвіти у світі не був лінійним, а відбувався поетапно, відображаючи зміни у медіаландшафті, технологіях та суспільних викликах. Кожен етап мав свої домінуючі медіапедагогічні концепції, що визначали цілі, зміст та методи навчання.

1. «Захисний» етап (до 1960-х років): Захист від медіа

Контекст: Поява та стрімке поширення нових для свого часу медіа – кіно, радіо, а пізніше телебачення. Суспільство (особливо батьки та педагоги) часто сприймало їх з побоюванням, вбачаючи в них потенційну загрозу для моральності, психіки та виховання дітей.

Домінуюча концепція: Протекціоністська (захисна). Основна мета – захистити аудиторію (особливо дітей та молодь) від негативного впливу медіа (наси́льство, пропаганда, "аморальний" контент). Медіа розглядалися як "зло", яке потрібно обмежувати.

Методи: В основному заборони, цензура, моралізаторські лекції, осуд певних видів контенту. Акцент робився на "оцінці" медіа з точки зору їхньої "корисності" чи "шкоди", а не на їхньому критичному аналізі.

Приклад: Обмеження доступу до певних фільмів, радіопередач, які вважалися "небезпечними" для дитячої психіки.

2. Етап «Медіаграмотності» (1960-ті – 1980-ті роки): Розуміння мови медіа

Контекст: Визнання того, що медіа є невід’ємною частиною життя, і просто забороняти їх неефективно. З’являється розуміння, що потрібно не захищати від медіа, а навчати розуміти їх. Розвиток психології та соціології медіа.

Домінуючі концепції: Когнітивна (розвиваюча) та ідеологічна (критична).

Когнітивний підхід: Фокус на розвитку критичного мислення та аналітичних навичок. Медіа розглядаються як складні повідомлення з власною "мовою" та структурою, які потрібно вміти "читати".

Методи: Аналіз змісту медіатекстів (новин, реклами), їхньої структури, мови, джерел, цільової аудиторії. Порівняльний аналіз висвітлення подій різними медіа.

Ідеологічний підхід: Вивчення того, як медіа конструюють реальність, відображають (або спотворюють) соціальні, політичні та культурні ідеології, стереотипи, упередження.

Методи: Дискурс-аналіз, семіотичний аналіз, виявлення прихованих смислів, аналіз власності медіа.

Приклади: Початок системних програм медіаосвіти в школах (особливо у Великій Британії та Канаді). Обговорення ролі медіа у формуванні громадської думки.

3.Етап «Електронної медіаграмотності» (1980-ті – 2000-ні роки): Освоєння комп'ютерних технологій

Контекст: Широке розповсюдження персональних комп'ютерів, поява Інтернету та перших цифрових медіа. Зростає потреба не лише в критичному аналізі, а й у практичних навичках використання нових технологій.

Домінуюча концепція: Практична (прагматична). Акцент зміщується на розвиток умінь працювати з комп'ютерними програмами, здійснювати пошук інформації в мережі, розуміти базові принципи функціонування онлайн-сервісів.

Методи: Практичні заняття з комп'ютером, використання програм для створення простих мультимедійних проектів (текст, зображення). Навчання безпеці в мережі.

Приклад: Курси комп'ютерної грамотності, що включають основи роботи з текстовими редакторами, браузерами, електронною поштою.

4.Етап «Цифрової/Інформаційної/Мультимедійної грамотності» (2000-ні – сьогодні): Комплексний підхід у цифровій епосі

Контекст: Вибуховий розвиток Web 2.0 (соціальні мережі, блоги, відеохостинги), мобільних технологій, хмарних сервісів, штучного інтелекту (ШІ). Інформаційний простір стає гіпернасиченим, гіперінтерактивним і глобальним. Зростає загроза дезінформації, фейків, маніпуляцій (особливо актуально для України в умовах інформаційної війни).

Домінуючі концепції: Інтеграція всіх попередніх концепцій – захисної, розвиваючої, ідеологічної, культурологічної та практичної. Медіаосвіта стає всеосяжною, охоплюючи широкий спектр компетенцій.

Мета: Формування медіаграмотної особистості, здатної:

- Критично мислити та фактчекити інформацію.
- Розпізнавати пропаганду, маніпуляції та фейки, зокрема аудіовізуальні (діпфейки).
- Розуміти вплив медіа на суспільство та особистість.
- Відповідально створювати та поширювати власний медіаконтент.
- Безпечно поводитися в цифровому середовищі.
- Орієнтуватися у складних інформаційних потоках та використовувати медіа для навчання, саморозвитку, участі у громадянському житті.

Методи: Використання сучасних медіаосвітніх технологій (онлайн-платформи для фактчекінгу, інструменти для аналізу зображень/відео), інтерактивні курси, рольові ігри, проекти з медіавиробництва, обговорення етичних дилем.

Приклад: Впровадження програм з медіаграмотності у шкільну та університетську освіту в Україні, проведення національних кампаній з протидії дезінформації, розробка онлайн-курсів для широкої аудиторії.

4. Стан і перспективи розвитку медіаосвіти в Україні.

Медіаосвіта в Україні знаходиться в стані активного розвитку, хоча її впровадження ще потребує певних зусиль. Перспективи включають інтеграцію медіаосвіти в шкільну програму, формування професійної медіаграмотності в педагогів та розвиток неформальної освіти, що має на меті підвищити обізнаність і критичне мислення щодо медіа.

Стан медіаосвіти:

1. Впровадження в освіту – медіаосвіта поступово впроваджується в освітній процес, як окремий предмет або як інтегрований елемент інших дисциплін.

2. Розвиток професійної медіаграмотності – навчання педагогів та інших фахівців з медіаосвіти, щоб вони могли ефективно навчати інших.

3. Неформальна освіта – ініціативи та проєкти, спрямовані на підвищення медіаграмотності у різних груп населення, як молоді, так і дорослих.

4. Національна ініціатива – концепція впровадження медіаосвіти в Україні, яка має на меті забезпечення медіаграмотності населення.

Перспективи розвитку:

1. Посилення інтеграції – впровадження медіаосвіти в освітні програми для всіх вікових груп.

2. Розвиток спеціалізованих курсів – навчання педагогів та інших фахівців у сфері медіаосвіти.

3. Створення онлайн-ресурсів – розробка інструментів та матеріалів для самостійного навчання.

4. Вивчення міжнародного досвіду – впровадження кращих практик з інших країн, що мають добре розвинену медіаосвіту.

5. Підвищення ролі медіаосвіти – вона повинна стати невід'ємною частиною навчання та освіти в Україні, допомагаючи людям орієнтуватися в сучасному інформаційному просторі, критично оцінювати інформацію та бути більш відповідальними споживачами медіа.

5. Практична медіалогія.

Практична медіалогія – це галузь медіадосліджень, яка фокусується на застосуванні теоретичних знань про медіа до аналізу та вирішення реальних проблем у медіапросторі. На відміну від суто теоретичної медіалогії, яка зосереджується на концептуалізації та філософському осмисленні медіа, практична медіалогія орієнтована на емпіричні дослідження, прикладний аналіз та розробку конкретних рекомендацій.

По суті, це "медіалогія в дії", яка допомагає розуміти, як медіа функціонують у повсякденному житті, як вони впливають на суспільство, індивідуумів та які виклики та можливості вони створюють.

Ключові аспекти та напрямки практичної медіалогії:

1. Моніторинг та аналіз медіаконтенту:

Контент-аналіз: Систематичне вивчення змісту медіа на предмет виявлення тенденцій, наративів, маніпуляцій, мови ворожнечі, стереотипів.

Дискурс-аналіз: Дослідження того, як мова використовується в медіа для конструювання значень, формування думок та просування ідеологій.

Аналіз фреймінгу: Вивчення того, як медіа подають події, обираючи певні "рамки" інтерпретації.

Моніторинг збалансованості та об'єктивності: Оцінка дотримання журналістських стандартів різними медіа.

2. Дослідження аудиторії та її сприйняття:

Опитування та фокус-групи: Вивчення того, як різні групи населення споживають медіа, як вони інтерпретують повідомлення, як медіа впливають на їхні переконання та поведінку.

Аналіз взаємодії з медіа: Дослідження активності користувачів у соціальних мережах (лайки, коментарі, поширення), їхньої участі у створенні контенту.

Вивчення впливу медіа на психологію: Дослідження впливу медіа на емоційний стан, формування стереотипів, прийняття рішень.

3. Вивчення функціонування медіаінститутів:

Аналіз власності медіа: Дослідження структури власності медіа, її впливу на редакційну політику та незалежність.

Дослідження медіаменеджменту: Ефективність управління медіаорганізаціями, їхні бізнес-моделі.

Аналіз професійної етики журналістів: Дотримання кодексів поведінки, стандартів.

4. Виявлення та протидія інформаційним загрозам (особливо актуально для України):

Фактчекінг: Оперативна перевірка достовірності інформації, виявлення фейків та дезінформації.

Аналіз пропаганди та ІПСО: Дослідження механізмів поширення ворожих наративів, виявлення джерел та цілей таких кампаній.

Розробка рекомендацій: Надання практичних порад для протидії інформаційним маніпуляціям, роз'яснювальна робота.

5. Розробка медіаосвітніх програм:

Використання результатів досліджень для створення ефективних навчальних матеріалів, методик та тренінгів з медіаграмотності для різних цільових груп.

Оцінка ефективності медіаосвітніх ініціатив.

6. Медіапланування та стратегії комунікації:

Застосування медіалогічних знань для розробки ефективних комунікаційних стратегій для державних органів, громадських організацій, бізнесу.

6. Законодавчі та нормативноправові акти щодо адаптації молоді до соціально-економічних умов інформаційного суспільства.

Адаптація молоді до соціально-економічних умов інформаційного суспільства в Україні регулюється низкою законодавчих і нормативно-правових актів, які спрямовані на забезпечення умов для розвитку, самореалізації,

цифрової грамотності, зайнятості та соціального захисту молоді. Нижче наведено ключові акти та документи:

Конституція України

Стаття 53 гарантує право на освіту.

Стаття 43 – право на працю.

Стаття 46 – право на соціальний захист.

Закони України:

Закон України "Про основні засади молодіжної політики" (2021)

Визначає засади державної молодіжної політики.

Підтримує участь молоді в суспільному житті.

Передбачає створення можливостей для самореалізації, включно з цифровими навичками.

Закон України "Про освіту"

Передбачає розвиток цифрової грамотності та навичок XXI століття.

Принцип «освіта впродовж життя» сприяє адаптації молоді до нових вимог ринку праці.

Закон України "Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні"

Спрямований на забезпечення умов для самостійного життя молоді.

Пропонує заходи щодо зайнятості, житлових умов, освіти.

Закон України "Про інформацію"

Регламентує доступ до інформації, її використання та захист.

Сприяє формуванню інформаційної культури серед молоді.

Постанови Кабінету Міністрів України

Державна цільова соціальна програма "Молодь України" на 2021–2025 роки

Містить конкретні заходи щодо підвищення цифрової грамотності, підприємницької активності, інклюзії молоді.

Охоплює аспекти громадянської освіти, цифрових технологій, інноваційної діяльності.

Концепція розвитку цифрових компетентностей населення

Спрямована на підвищення цифрової обізнаності молоді та населення загалом.

Реалізується через проекти цифрової освіти ("Дія.Цифрова освіта").

Інші нормативно-правові документи та ініціативи

Національна молодіжна стратегія до 2030 року – передбачає інтеграцію молоді в цифрове суспільство.

Концепція розвитку STEM-освіти – стимулює зацікавленість молоді до науково-технічної творчості.

Укази Президента України щодо цифровізації (зокрема в межах програми "Держава в смартфоні").

Міжнародно-правові акти (які мають вплив в Україні)

Європейська хартія участі молоді в місцевому та регіональному житті.

Цілі сталого розвитку ООН (SDG) – особливо ціль №4 (якісна освіта), №8 (гідна праця та економічне зростання), №9 (інновації та інфраструктура).

Тема 2. Теорії і технології медіа та медіаосвіти

1. Роль медіа та медіаосвіти у сучасному світі.
2. Теорії медіа та медіаосвіти.
3. Медіаосвіта і основи медіаграмотності як психолого-педагогічна складова підготовки вчителя початкової школи.
4. Нові медіа: цифрові, комп'ютерні, інформаційні, мережеві технології.
5. Можливості використання багатоманітних медіа технологій.
6. Технології Web-2.0 та сучасні медіаресурси.
7. Носії і платформи нових медіа, їх характеристики (мобільність, мультимедійність, конвергентність, інтерактивність).
8. Мультимедійний урок у початкових класах.

1. Роль медіа та медіаосвіти у сучасному світі

Історії відомо лише п'ять способів комунікації: жест, зображення, мова, писемність, музика. Із давніх-давен люди комунікували, щоб обмінюватися між собою інформацією, передавати її для інших. Згодом вони навчилися передавати інформацію на відстані, сповіщаючи новини через передавальні пости, розташовані в зоні видимості один від одного, за допомогою сигналів. Експерти вважають, що епоха масмедіа розпочалася тоді, коли медіаносій пройшов еволюцію від написів на кам'яній стіні до масового друку книжок, завдяки яким зупинити чи приховати якийсь контент стало неможливим. Книгодрукування спричинило масове передавання знань як вищої форми інформації. У так званому «довгому» XIX столітті, що прославилася винаходами телефону, радіо, фотографії, кінематографу, людство навчилося передавати ще й візуальну та аудіовізуальну інформацію. Наступний революційний етап – поява високошвидкісного інтернету, Web 2.0, коли споживачі інформації навчилися ділитися користувацьким контентом, коментувати й спілкуватися в режимі реального часу. Епоха Web 3.0 цілком десакралізувала роль тих, хто професійно виробляв інформацію: тепер кожен може створити контент і поширити на масову аудиторію. На ці еволюційні зміни можна поглянути і з іншого боку: спочатку людство боролось проти монополістів (ченців-переписувачів, цензорів та ін.) за доступ до інформації, за свободу її поширення, зокрема тріумфом цього процесу став початок книгодрукування, що надало механізми для поширення масових обманів, породило феномен пропаганди і майстерність маніпуляцій, а сьогодні – і цілком унеможливило контроль над достовірністю інформації, яку ми споживаємо. Як наслідок – ланцюг 8 передачі та сприймання інформації доповнився верифікацією, перевіркою, критичною дистанцією.

У сучасному світі, що характеризується швидким поширенням інформації та технологічним прогресом, роль медіа та медіаосвіти є абсолютно критичною. Вони формують не лише наш світогляд, а й саму основу демократичних суспільств, особливо в умовах таких викликів, як інформаційні війни та дезінформація, що особливо актуально для України.

Роль медіа у сучасному світі

Медіа (або мас-медіа) – це не просто канали передачі інформації; це потужні актори, що впливають на всі сфери життя людини та суспільства. Їхня роль багатогранна:

Формування картини світу та світогляду – медіа є основним джерелом, з якого ми отримуємо інформацію про події, явища, людей за межами нашого безпосереднього оточення. Вони конструюють наше уявлення про реальність, пропонуючи певні "рамки" (фрейми) для її інтерпретації. Це впливає на наші цінності, переконання та ставлення до світу.

Інформування та навчання – медіа забезпечують громадян актуальною інформацією про політичні, економічні, соціальні та культурні події. Вони пояснюють складні процеси, надають експертні думки та аналіз, сприяючи обізнаності населення.

"Четверта влада" та контроль – у демократичних суспільствах медіа виконують функцію контролю за діяльністю органів влади (законодавчої, виконавчої, судової) та інших впливових інституцій. Вони викривають корупцію, зловживання, порушення прав людини, стимулюючи владу до підзвітності та відповідальності. Це є однією з фундаментальних засад демократії.

Формування громадської думки – медіа впливають на те, про що люди думають ("agenda-setting" – формування порядку денного) і як вони думають про певні проблеми ("framing" – фреймінг). Через вибір тем, акцентів, використання риторичних прийомів, вони стимулюють обговорення та впливають на колективні настрої та переконання.

Комунікаційна та об'єднуюча функція – медіа створюють платформу для обміну ідеями, обговорення актуальних проблем, налагодження діалогу між різними соціальними групами та владою. Вони можуть сприяти консолідації суспільства навколо спільних цінностей або ж, навпаки, посилювати поляризацію.

Розважальна та культурна функція – медіа також є джерелом розваг, дозвілля та культурного збагачення, формуючи культурні тренди та смаки.

Роль в умовах кризи та війни:

- Протидія дезінформації – медіа є ключовим інструментом у боротьбі з пропагандою та фейковими новинами, забезпечуючи доступ до об'єктивної інформації та розвінчуючи ворожі наративи.

- Мобілізація суспільства – вони можуть інформувати про потреби фронту та тилу, сприяти збору коштів, волонтерській діяльності, підтримувати моральний дух.

- Інформування про військові дії – достовірне та оперативне висвітлення подій на фронті та в тилу, дотримання балансу між інформуванням та безпекою.

- Психологічна підтримка – допомога людям впоратися зі стресом, надання порад, поширення історій стійкості.

Роль медіаосвіти у сучасному світі

У міру того, як зростає вплив медіа, особливо в умовах інформаційного перевантаження та поширення дезінформації, медіаосвіта стає не просто

бажаною, а життєво необхідною навичкою для кожної людини. Вона є відповіддю на виклики, що постають перед суспільством.

Медіаосвіта – це процес розвитку в особистості здатності критично мислити, аналізувати медіатексти, розуміти їхній вплив, створювати власний медіаконтент та відповідально взаємодіяти з медіасередовищем. Її кінцевим результатом є медіаграмотність.

Ключові причини важливості медіаосвіти:

1. Боротьба з дезінформацією та фейковими новинами – у сучасному світі, де кожен може створювати та поширювати інформацію, вміння відрізнати правду від брехні є критичним. Медіаосвіта вчить перевіряти джерела, розпізнавати маніпулятивні техніки (наприклад, використання емоційної лексики, викривлення фактів) та сумніватися в інформації, що викликає сильні емоції. Це особливо життєво важливо для України в умовах повномасштабної війни, де дезінформація є зброєю ворога.

2. Розвиток критичного мислення – медіаосвіта не надає готових відповідей, а вчить ставити правильні питання: Хто створив це повідомлення? З якою метою? Для кого воно призначене? Які цінності воно просуває? Яка інформація відсутня?

3. Розуміння впливу медіа – медіаосвіта допомагає усвідомити, як медіа конструюють реальність, формують стереотипи, впливають на нашу поведінку та рішення. Вона розкриває механізми "порядку денного", фреймінгу та інших впливів.

4. Сприяння демократії та громадянській активності – медіаграмотні громадяни здатні приймати більш усвідомлені рішення, брати активну участь у суспільно-політичному житті, виявляти несправедливість та вимагати підзвітності від влади. Вони не стають легкою здобиччю для пропаганди та маніпуляцій, що є основою функціонування демократичного суспільства.

5. Захист від маніпуляцій та психологічного впливу – навчання розпізнаванню емоційних тригерів, психологічних прийомів, що використовуються в медіа, дозволяє людям захистити себе від небажаного впливу.

6. Відповідальне створення та поширення контенту – медіаосвіта також вчить відповідальності за власні дії в інформаційному просторі – не поширювати неперевірену інформацію, поважати авторські права, дотримуватися етичних норм.

7. Адаптація до технологічних змін – в умовах швидкого розвитку медіатехнологій (ШІ, VR/AR), медіаосвіта допомагає розуміти нові формати та виклики, які вони несуть.

Як підсумок можна зазначити, що медіа у сучасному світі є потужним інструментом впливу, що здатен як збагачувати, так і викривляти реальність. Медіаосвіта ж є невід'ємним компонентом сучасної освіти, що дає людям знання та навички для ефективної, безпечної та відповідальної взаємодії з інформаційним простором. Це є ключем до побудови стійкого, демократичного та критично мислячого суспільства.

2. Теорії медіа та медіаосвіти

О. Федоров виділяє 9 теорій медіа освіти:

1. Ідеологічна теорія медіаосвіти

Теоретична база: ідеологічна теорія медіа.

Ключові цілі: медіа здатні цілеспрямовано маніпулювати громадською думкою, в тому числі в інтересах того чи іншого соціального класу, раси чи нації.

Педагогічна стратегія: вивчення і критичний аналіз політичних, соціальних, національних та економічних аспектів медіа та особливо критичний підхід до аналізу медіатекстів ворожого табору.

Головна мета медіаосвіти: викликати в аудиторії бажання змінити систему масової комунікації (якщо при владі в країні перебувають сили, далекі від ідеологічних поглядів їхніх опонентів – демократична країна), або, навпаки, переконувати, що система медіа, яка склалася, – найкраща (якщо влада в державі належить лідерам, які сповідують «потрібну» ідеологію – авторитарна країна); в цьому випадку посилено критикується медіакультури інших країн.

2. Протекціоністська (ін'єкційна, захисна, щепленева) теорія медіаосвіти

Ключові цілі: оберігання від шкідливих впливів медіа, навчання розумінню відмінностей між реальністю і медіатекстом; пом'якшення ефекту надмірного захоплення медіа.

Педагогічна стратегія: розкриття негативного впливу медіа на конкретних прикладах, доступних для розуміння конкретної аудиторії.

Основна увага приділяється проблемам негативного зображення насильства та сексизму.

Головна мета медіаосвіти: пом'якшити негативний ефект надмірного захоплення медіа (в основному по відношенню до неповнолітньої аудиторії). Педагоги прагнуть допомогти учням зрозуміти різницю між реальністю і медіатекстом шляхом розкриття негативного впливу медіа на конкретних прикладах, доступних для розуміння аудиторії.

3. Теорія медіаосвіти як джерела “задоволення потреб аудиторії”

Теоретична база: основні ідеї кальковані від теорії “споживання та задоволення” (як причини звернення аудиторії до медіа).

Ключові цілі: аудиторія – незалежно думаючі й діючі індивідууми, які використовують медіа, щоб задовольнити свою потребу в інформації, розвагах, самореалізації, соціальній належності або ідентичності.

Педагогічна стратегія: аудиторія сама може правильно вибрати і оцінити медіатекст відповідно до своїх потреб

Головна мета медіаосвіти: допомогти аудиторії використовувати медіа з максимальним ефектом (тобто витягати з медіа максимум користі відповідно до своїх бажань і схильностей).

4. «Практична» теорія медіаосвіти або «медіаосвіта як таблиця множення»

Теоретична база: адаптована теорія «споживання і задоволення» в галузі медіа (діти цікавляться медіатехнікою, отже, треба задовольнити їхні потреби – навчити користуватися нею).

Ключові цілі: медіаосвіта як «таблиця множення».

Педагогічна стратегія: вивчення технічних пристроїв медіа і формування практичних умінь використання медіаапаратури, у тому числі і для створення власних медіатекстів.

Головна мета медіаосвіти: навчити школярів, студентів використовувати медіаапаратуру і самостійно створювати медіапродукцію. Вплив медіа визнається обмеженим.

5. Естетична або художня теорія медіаосвіти

Теоретична база: культурологічна теорія.

Ключові цілі: вивчення мови медіа та медіакультури, авторського світу творця художнього медіатексту, історії медіакультури.

Педагогічна стратегія: розвивати здатність до аналізу художніх медіатекстів, їх інтерпретації та кваліфікованої оцінки.

Головна мета медіаосвіти: допомогти аудиторії зрозуміти основні закони і мову як різновиду мистецтва, механізм функціонування медіа, те, чиї інтереси вони захищають, як зміст медіатекстів віддзеркалює реальність, як він сприймається аудиторією.

Розвивати естетичне, художнє сприйняття і смак, здібності до кваліфікованого художнього аналізу медіатекстів.

6. Семіотична теорія медіаосвіти

Теоретична база: семіотична теорія.

Ключові цілі: декодування інформації, розпізнавання кодів і символів.

Педагогічна стратегія: навчання правилам декодування медіатексту, опису його змісту, асоціацій, особливостей мови тощо.

Головна мета медіаосвіти: допомогти пасивній аудиторії правильно і повноцінно «читати» медіатекст.

Основний зміст навчання: коди та «граматика» медіатексту, тобто мова медіа.

7. Теорія медіаосвіти як засобу формування критичного мислення

Теоретична основа: теорія медіа як «порядку денного», де медіа представляється «четвертою владою», котра може диктувати пріоритети (порядок денний) для аудиторії (тобто поширює моделі поведінки і соціальні цінності серед різнорідної маси індивідуумів).

Провідна мета: навчити аудиторію аналізувати і виявляти маніпулятивні дії медіа, орієнтуватися в інформаційному потоці сучасного суспільства.

Педагогічна стратегія: вивчення впливу медіа на індивідів і суспільство за допомогою «кодів» (умовностей-символів).

Головна мета медіаосвіти: дати орієнтир в умовах надлишку різноманітної інформації, навчити грамотно сприймати її, розуміти, аналізувати, мати уявлення про механізми та наслідки її впливу на аудиторію

Метою є людина, підготовлена до сприйняття інформації мас-медіа, здатна повноцінно зрозуміти та проаналізувати її, протистояти маніпулятивним впливам.

8. Культурологічна теорія медіаосвіти

Теоретична база: культурологічна теорія медіа.

Ключові цілі: медіа, скоріше, пропонують, ніж нав'язують інтерпретацію медіатекстів. Аудиторія завжди перебуває в процесі діалогу з медіатекстами.

Педагогічна стратегія: розвиток сприйняття медіатекстів, їх самостійного аналізу.

Головна мета медіаосвіти: допомогти учням зрозуміти, як медіа можуть збагатити сприйняття, знання, мислення аудиторії.

9. Екологічна теорія медіаосвіти

Теоретична база: екологічні та філософські концепції (В. Вернадський, Л. Гумільов та ін.).

Ключові цілі: розвиток екології медійного сприйняття як складової частини медіаграмотності людини.

Педагогічна стратегія: терапевтична помірність у переглядах контроль та обмеження, критичний аналіз медіатекстів, протидія насильству та показу патології з екрану, віртуальному впливу через комп'ютер.

Головна мета медіаосвіти: збереження духовноестетичної орієнтації аудиторії в межах власної глядацької концепції.

3. Медіаосвіта і основи медіаграмотності як психолого-педагогічна складова підготовки вчителя початкової школи

У сучасному світі, де діти з раннього віку занурені в інтенсивний інформаційний потік, медіаосвіта та медіаграмотність стають невід'ємною частиною освітнього процесу. Для вчителя початкової школи ці компоненти є особливо важливими, адже саме вони формують фундамент критичного мислення та відповідальної взаємодії з інформацією у наймолодших школярів. Це не просто додатковий "предмет", а психолого-педагогічна складова, яка пронизує всю освітню діяльність.

Чому медіаосвіта є ключовою для вчителя початкової школи?

- Формування "інформаційного імунітету" змалку – діти початкової школи є особливо вразливими до впливу медіа, включаючи неперевірену інформацію, рекламу, деструктивний контент та маніпуляції. Вчитель, який володіє основами медіаграмотності, може допомогти їм розвинути первинні навички критичного аналізу, розпізнавання фейків та безпечної поведінки в цифровому середовищі. Це створює "імунітет" до негативних інформаційних впливів ще до того, як вони стануть постійними.

- Забезпечення психологічної безпеки дітей – багато медіаресурсів містять контент, що може викликати страх, тривогу або формувати хибні уявлення про світ. Вчитель має вміти ідентифікувати та обговорювати такі матеріали з дітьми, пояснювати, як працює інформаційний простір, і надавати інструменти для психологічного захисту. Це особливо актуально в Україні, де діти щодня стикаються з інформацією про війну.

- Розвиток критичного мислення та аналітичних навичок – медіаосвіта в початковій школі – це не про "що думати", а про "як думати". Вчитель вчить дітей ставити запитання до медіатекстів: "Хто це зробив?", "Навіщо?", "Чи це

правда?", "Що я відчуваю, коли це дивлюся/читаю?". Ці прості запитання є основою для розвитку складних аналітичних здібностей у майбутньому.

Формування відповідального споживача та творця контенту – сучасні діти не лише споживають, а й створюють медіаконтент (малюють, знімають відео на смартфон, публікують у соцмережах). Вчитель має навчити їх відповідальності за свої дії в мережі, поваги до інших, розуміння авторських прав та безпечного спілкування.

- Адаптація до сучасного освітнього середовища – медіа стали невід’ємною частиною освітнього процесу. Підручники, відеоуроки, онлайн-платформи, інтерактивні завдання – все це медіатексти. Вчитель має вміти ефективно використовувати ці ресурси, а також навчати дітей їх критично оцінювати.

- Взаємодія з батьками – вчитель є провідником знань про медіаграмотність не лише для дітей, а й для їхніх батьків. Він може консультувати, надавати ресурси, організовувати спільні заходи, допомагаючи родинам створювати безпечне інформаційне середовище вдома.

Підготовка вчителя початкової школи в галузі медіаосвіти повинна включати такі ключові компоненти:

Психологічні аспекти сприйняття інформації дітьми:

Особливості дитячого сприйняття: Як діти розрізняють реальність і вигадку, як формуються їхні уявлення про світ під впливом медіа.

Емоційний вплив медіа: Як медіаконтент впливає на емоційний стан дитини, як розпізнавати тривожний контент та як допомогти дитині з ним впоратися.

Формування стереотипів та упереджень: Як медіа можуть впливати на формування соціальних стереотипів у дітей та як цьому протидіяти.

Розвиток емпатії: Використання медіа для розвитку співчуття та розуміння різних точок зору.

Педагогічні підходи та методики медіаосвіти для початкової школи:

Інтеграція медіаграмотності в навчальний процес: Як органічно включати елементи медіаосвіти в уроки української мови, читання, "Я досліджую світ", мистецтва, математики. Це не окремий предмет, а наскрізна лінія.

Ігрові та практичні методи: Використання ігор, рольових ігор, створення власних медіапродуктів (малюнків, коміксів, простих відеосюжетів), обговорень, дебатів.

Аналіз медіатекстів: Методичні рекомендації щодо аналізу мультфільмів, дитячих телепередач, рекламних роликів, зображень, простих новин.

Безпека в інтернеті: Навчання правилам безпечної поведінки в мережі, захисту особистої інформації, розпізнавання кібербулінгу.

Використання сучасних медіаосвітніх технологій: Ознайомлення з платформами для фактчекінгу, простими інструментами для створення контенту, онлайн-курсами з медіаграмотності, адаптованими для дітей.

Зміст медіаграмотності для початкової школи:

Основи медійної системи: Хто такі журналісти, що таке новини, реклама, розважальні програми.

Джерела інформації: Розуміння, що інформація може надходити з різних джерел, і не всім можна довіряти.

Відмінність реальності від медіа-світу: Пояснення, що медіаконтент – це не завжди повна реальність.

Емоційний вплив медіа: Вміння усвідомлювати свої емоції під час перегляду або читання.

Етика та відповідальність в медіа: Розуміння, що слова та дії в інтернеті мають наслідки.

4. Нові медіа: цифрові, комп'ютерні, інформаційні, мережеві технології

Ці терміни часто використовуються як синоніми або взаємопов'язані поняття, що описують різні аспекти "нових медіа":

Цифрові технології – це основа, яка дозволяє перетворювати будь-яку аналогову інформацію (звук, зображення, текст) у цифровий формат (послідовність нулів і одиниць). Це забезпечує легкість обробки, зберігання, копіювання та передачі без втрати якості. Приклади: цифрові фотоапарати, цифрові аудіо/відеозаписи, SSD-накопичувачі.

Комп'ютерні технології – комп'ютери (включаючи смартфони, планшети) є апаратним та програмним забезпеченням, що дозволяє створювати, редагувати, зберігати, транслювати та споживати цифровий контент. Вони є "мозком" і "руками" нових медіа. Приклади: графічні редактори, відеомонтажні програми, веббраузери, операційні системи.

Інформаційні технології (ІТ) – це ширше поняття, що охоплює всі технології, які використовуються для збору, обробки, зберігання, захисту та обміну інформацією. Нові медіа є однією з ключових сфер застосування ІТ. Приклади: бази даних, системи управління контентом (CMS), хмарні сервіси.

Мережеві технології – це технології, що забезпечують передачу цифрової інформації між різними пристроями та користувачами. Основою є Інтернет (сукупність глобальних комп'ютерних мереж). Приклади: Wi-Fi, Ethernet, 5G, протоколи TCP/IP, соціальні мережі, електронна пошта, месенджери. Мережі дозволяють інтерактивність та глобальне поширення контенту.

5. Можливості використання багатоманітних медіа технологій.

Деякі з ключових можливостей використання багатоманітних медіатехнологій:

1. В інформаційній сфері (новини, журналістика, публічна комунікація):

Мультимедійні репортажі – поєднання тексту, фото, відео, аудіо, інтерактивних карт, інфографіки для повнішого та глибшого розкриття теми. Наприклад, лонгриди з вбудованими відеоінтерв'ю та анімованою статистикою.

Оперативність та миттєве поширення – соціальні мережі та мобільні додатки дозволяють новинам поширюватися в реальному часі, що є критичним під час криз, стихійних лих або воєнних дій (як це спостерігається в Україні).

Фактчекінг та верифікація – використання програмного забезпечення та ШІ для швидкої перевірки достовірності інформації, фотографій та відео, що допомагає боротися з дезінформацією.

Персоналізована подача новин – алгоритми можуть адаптувати стрічку новин під інтереси користувача, підвищуючи релевантність контенту (хоча це несе і ризики "інформаційних бульбашок").

Громадянська журналістика – завдяки смартфонам та соціальним мережам, будь-яка людина може стати джерелом інформації, фіксуючи події та поширюючи їх.

2. В освіті та навчанні:

Інтерактивні навчальні матеріали – електронні підручники з вбудованими відео, анімаціями, 3D-моделями, інтерактивними тестами.

Дистанційне навчання – платформи для онлайн-курсів (MOOC), вебінари, віртуальні класи дозволяють навчатися з будь-якої точки світу.

Гейміфікація – використання ігрових елементів (бали, рівні, змагання) для підвищення залученості та мотивації студентів.

Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR) – створення імерсивних навчальних симуляцій (наприклад, віртуальні екскурсії до історичних місць, лабораторні роботи в VR), що дозволяють "зануритися" у предмет.

Персоналізовані освітні траєкторії – ШІ-алгоритми можуть адаптувати навчальні матеріали та завдання під індивідуальні потреби та темп навчання кожного учня.

3. У бізнесі та маркетингу:

Цифровий маркетинг та реклама – таргетована реклама в соціальних мережах, пошукових системах, електронний маркетинг, контент-маркетинг.

Електронна комерція – інтернет-магазини, мобільні додатки для покупок, онлайн-платежі.

Корпоративні комунікації – внутрішні портали, відеоконференції, месенджери для ефективної взаємодії співробітників.

Аналіз даних – використання Big Data та ШІ для аналізу поведінки споживачів, оптимізації рекламних кампаній, прогнозування ринкових тенденцій.

Віртуальні виставкові зали та демонстрації продуктів – використання VR/AR для презентації товарів та послуг.

4. У розвагах та культурі:

Стрімінгові сервіси – миттєвий доступ до величезних бібліотек фільмів, серіалів, музики, подкастів.

Інтерактивні ігри – онлайн-ігри, що дозволяють взаємодіяти з іншими гравцями по всьому світу.

Віртуальні концерти, екскурсії, виставки – відвідування культурних подій та місць без фізичної присутності.

Створення користувацького контенту (UGC) – люди створюють власні відео, меми, музику, подкасти, стаючи частиною культурного ландшафту.

Розширені реальності (XR) – нові форми мистецтва, розваг та нарративів, які поєднують реальний та віртуальний світи.

5. У державному управлінні та громадській діяльності:

Електронне урядування (E-governance) – онлайн-сервіси для громадян (подача заяв, оплата послуг, отримання довідок), електронні петиції.

Громадські обговорення та участь – платформи для онлайн-опитувань, обговорень законопроектів, збору пропозицій від громадян.

Прозорість та відкритість даних – публікація державних даних у відкритому доступі для громадського контролю.

Ефективна комунікація влади з громадянами – використання соціальних мереж та месенджерів для оперативного інформування та зворотного зв'язку (наприклад, Telegram-канали органів влади в Україні).

6. У сфері здоров'я та медицини:

Телемедицина – консультації лікарів онлайн, віддалений моніторинг стану пацієнтів.

Медичні застосунки – додатки для відстеження здоров'я, нагадування про прийом ліків.

VR-терапія – використання віртуальної реальності для лікування фобій, посттравматичного стресового розладу (ПТСР), реабілітації.

6. Технології Web-2.0 та сучасні медіаресурси.

Інтернет-технології Web 2.0 є головним прикладом «нових медіа».

Web 2.0 – це термін, запроваджений у 2004 році Тімом О'Рейлі, що описує якісний стрибок у розвитку Інтернету. Це не стільки нова технологія, скільки нова філософія використання Всесвітньої павутини, яка перетворила її з пасивної платформи для споживання інформації на інтерактивне середовище для співпраці, створення та обміну контентом.

Ключова відмінність Web 2.0 від попереднього Web 1.0 полягає у активній ролі користувача. Якщо Web 1.0 був переважно "читальним" інтернетом, де контент створювався професіоналами, а користувачі лише його споживали, то Web 2.0 перетворив користувачів на співтворців та співрозробників.

Основні принципи та характеристики Web 2.0:

1. Колективний інтелект (Collective Intelligence) – чим більше людей користуються сервісом, тим кращим він стає. Приклади: Wikipedia, де контент створюється та перевіряється мільйонами користувачів; рейтинги та відгуки на маркетплейсах.

2. Інтерактивність та участь користувачів – можливість коментувати, лайкати, ділитися, редагувати, завантажувати власний контент.

3. User-Generated Content (UGC) – контент, створений самими користувачами, є ключовим компонентом Web 2.0.

4. Простота використання – сервіси Web 2.0 зазвичай інтуїтивно зрозумілі та не вимагають глибоких технічних знань для взаємодії.

5. Веб як платформа – замість встановлюваних програм, більшість функцій доступні через веб-браузер, що забезпечує крос-платформність та доступ з будь-якого пристрою.

6. Масштабованість – сервіси Web 2.0 спроектовані так, щоб витримувати великі навантаження та велику кількість користувачів.

7. "Вічна бета" – постійний розвиток та оновлення сервісів на основі зворотного зв'язку від користувачів.

7. Носії і платформи нових медіа, їх характеристики (мобільність, мультимедійність, конвергентність, інтерактивність)

Носії нових медіа – це фізичні або програмні пристрої, а також форми представлення даних, які дозволяють зберігати, передавати та споживати медіаконтент у цифровому форматі.

Приклади носіїв:

- Фізичні носії (з цифровим контентом):

SSD-накопичувачі, флеш-карти – для зберігання цифрових фото, відео, документів.

CD/DVD/Blu-ray диски – хоча поступово виходять з ужитку, вони все ще є носіями цифрового медіаконтенту.

Смартфони, планшети, ноутбуки – самі по собі є носіями, адже зберігають медіафайли у внутрішній пам'яті.

- Формати цифрових файлів (як носії контенту):

Текстові: DOCX, PDF, EPUB (для електронних книг).

Зображення: JPEG, PNG, GIF.

Аудіо: MP3, WAV, FLAC.

Відео: MP4, AVI, MKV.

Веб-сторінки: HTML-файли, що містять структуру та зміст медіаресурсу.

- Хмарні сервіси (як віртуальні носії):

Google Drive, Dropbox, iCloud, Microsoft OneDrive – надають простір для зберігання та синхронізації медіафайлів онлайн.

Платформи нових медіа – це цифрові середовища або сервіси, що забезпечують інфраструктуру для створення, публікації, поширення, споживання та взаємодії з медіаконтентом. Саме на цих платформах реалізуються основні характеристики нових медіа.

Приклади платформ:

- Соціальні мережі: Facebook, Instagram, TikTok, X (Twitter), LinkedIn, Threads. Характеристики – висока інтерактивність (лайки, коментарі, репости), мультимедійність (текст, фото, відео, прямі ефіри), мобільність (доступ через додатки), конвергенція (новини, розваги, спілкування в одному місці).

- Відеохостинги та стрімінгові сервіси: YouTube, Netflix, Twitch, MEGOGO, Spotify. Характеристики – мультимедійність (переважно відео/аудіо), інтерактивність (коментарі, чати, персоналізовані рекомендації), мобільність (доступ з будь-якого пристрою), конвергенція (відтворення контенту на різних пристроях).

- Блогові платформи: WordPress, Medium, Blogger. Характеристики – мультимедійність (текст, зображення, вбудоване відео/аудіо), інтерактивність (коментарі), відносна мобільність (адаптивний дизайн).

- Месенджери: Telegram, Viber, WhatsApp. Характеристики – мобільність, інтерактивність (чати, групи, канали), мультимедійність (обмін фото, відео, аудіо, документами), конвергенція (новини в каналах, стікери, боти).

- Онлайн-енциклопедії та довідники: Wikipedia. Характеристики – інтерактивність (спільне редагування), мультимедійність (текст, зображення, посилання), доступність.

Ключові поняття: медіаосвіта, нові медіа

Медіатехнології – це сукупність інструментів, систем, методів і процесів, які використовуються для створення, обробки, зберігання, передачі, розповсюдження та споживання медіаконтенту.

Медіаресурси – це широке поняття, яке охоплює будь-які джерела, засоби, матеріали та платформи, що використовуються для створення, зберігання, обробки, передачі, розповсюдження та споживання медіаконтенту. Це, по суті, все, що є доступним для донесення інформації до аудиторії, незалежно від її формату.

8.Мультимедійний урок у початкових класах.

Мультимедійний урок у початкових класах – це сучасний навчальний захід, який поєднує різні медіа (текст, зображення, аудіо, відео, анімацію) для більш яскравого й ефективного засвоєння матеріалу. Такі уроки особливо корисні для молодших школярів, бо допомагають утримати увагу, розвивати уяву та критичне мислення.

Ось ключові моменти організації мультимедійного уроку:

Мета та завдання:

- Чітке визначення мети: чому мультимедіа допомагають у цьому уроці?
- Формулювання завдань: наприклад, ознайомлення з новою темою, закріплення знань чи розвиток творчих здібностей.

Структура уроку:

- 1.Вступ (мотивація, постановка проблеми, короткий огляд теми).
2. Основна частина (демонстрація матеріалу: відео, анімації, інтерактивні вправи).
3. Закріплення (робота з інтерактивними вправами чи онлайн-тестами).
4. Рефлексія (обговорення, підбиття підсумків).

Інтерактивність:

- Залучення дітей до взаємодії: запитання, ігрові завдання, робота в парах або групах.
- Використання елементів доповненої реальності чи ігор (наприклад, вікторини у Kahoot, ігри з QR-кодами).

Технічні засоби:

- Комп'ютери/ноутбуки, проектор або інтерактивна дошка.
- Онлайн-ресурси: YouTube, презентації PowerPoint, навчальні сайти (LearningApps, Classtime тощо).

Приклади мультимедійних матеріалів:

- Аудіоказки та пісеньки.
- Навчальні відео.
- Презентації зі схематичними малюнками.
- Інтерактивні ігри (наприклад, вправи на класифікацію предметів, пазли).

Переваги мультимедійного уроку:

- Зацікавленість і мотивація дітей.
- Більш наочне сприйняття нового матеріалу.
- Розвиток різних типів мислення (візуального, слухового, логічного).
- Збагачення емоційного досвіду.

Тема 3. Загальне поняття про медіа в учнів початкових класів.

1. Види медіа.
2. Традиційні та нові медіа.
3. Аналіз медіа.
4. Аналіз медіатекстів різних видів медіа.
5. Стандарти в медіа. Інформація та мас-медіа.

1. Види медіа

Мультимедіа: відео, аудіо, зображення, анімація, текст.

Масмедіа: телебачення, радіо, преса, носії зовнішньої реклами, книжки та інші.

Медіатехнології: створення анімацій, створення мультфільмів, відеомонтаж, озвучення фільмів, комп'ютерні ігри.

Директ-медіа: пошта, телебачення, факс та інші.

Часом виділяються такі види масмедіа за типом носія, як друковані (газети, журнали, листівки, буклети, книги, комікси, щоденники), електронні (радіо, телебачення, телефонія), цифрові (інтернет, мобільна телефонія, соцмережі, вебсайти, інтернет телебачення, комп'ютерна анімація, аудіо та відеоконтент, віртуальна реальність). А також вуличні (нерухомі білборди, банери, постери, знаки) та транзитні (розміщені на транспорті)

Масова преса (газети, журнали, книги), масові статичні зображення (рекламні щити й листівки), рухомі зображення (кінематограф і телебачення, відеотекст, телетекст, вебсайти, комп'ютерні програми з візуальним інтерфейсом), радіопередачі чи подібні засоби (подкасти), тиражовані знімні носії інформації (касети, компакт-диски).

2. Традиційні та нові медіа

Традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення).

Новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія).

Традиційні медіа («старі» медіа).

Це медіа, які існували ще до появи Інтернету. Інформація передається односторонньо – від джерела до читача/глядача.

Телебачення, Радіо, Газети, Журнали, Книги, Плакати, листівки, афіші.

Нові медіа («цифрові» або «інтерактивні»)

Це медіа, які виникли разом з розвитком Інтернету. Люди можуть не лише споживати, а й створювати контент.

Інтернет-сайти, Соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok тощо), Блоги/відеоблоги (влоги), YouTube, подкасти, Мобільні додатки (новинні, освітні, ігрові), Онлайн-газети та журнали

«Традиційні» медіа забезпечували передачу інформації впродовж доіндустріальної епохи та продовжують діяти поряд з «сучасними» медіа. Відмінність «традиційних» медіа від «сучасних» полягає в орієнтованості на порівняно невелику групу адресатів, об'єднаних спільною мовою чи культурою. Традиційним медіа притаманна передача інформації між поколіннями в майже незмінній формі. До них зараховуються фольклорне пісенне та музичне мистецтво, святкові традиції, народне образотворче мистецтво, міфи, епоси, казки, легенди тощо.

«Сучасні» медіа чи масмедіа – це засоби одночасної передачі інформації великим групам людей, тобто засоби масової інформації. Такі засоби розвинулися в першій половині ХХ століття та пов'язані з технологіями масового виробництва, електрифікацією, пізніше – електронікою. Втім, їм передували стандартизація та механізація в різних сферах життя, зокрема винахід друкування. Масмедіа притаманні звернення до масової аудиторії, стандартизованість, орієнтованість на пересічного споживача, корпоративний зміст виробництва інформації та її розповсюдження.

«Нові медіа» є пізніми масмедіа, виниклими в 1980-і роки та пізніше, пов'язаними з використанням комп'ютерної техніки та мереж, та нерідко протиставляються «традиційним» масмедіа, так званим «старим медіа». Інтернет-технології Web 2.0 є головним прикладом «нових медіа». Тоді як «традиційні» масмедіа продукують і транслюють інформацію централізовано, а контролювати її може єдина установа чи організація, то «нові медіа» діють за принципом мережі, де існує багато рівнозначних центрів з численними зв'язками. Вміст «нових медіа» значною мірою створюють самі користувачі дописами в соцмережах, блогах, публікаціями у відеохостингах, створенням інді-ігор. Усунення чи блокування навіть значної кількості центрів і зв'язків не припиняє діяльності мережі загалом. З цієї причини контролювати «нові медіа» складно, вони радше саморегульовані відповідно до власних стандартів.

Попри активне поширення «нових медіа», преса, а саме газети й журнали, залишаються ціннішими з огляду на те, що незмінно фіксують політичну, соціально-економічну, культурну, наукову історію.

3. Аналіз медіа

Аналіз медіа – це комплексна дисципліна, яка вивчає, як медіа створюють, поширюють та інтерпретують повідомлення, а також як ці повідомлення впливають на аудиторію та суспільство. У сучасному інформаційному просторі, перевантаженому різноманітним контентом, здатність до критичного аналізу медіа стає не просто навичкою, а життєвою необхідністю.

Чому важливо аналізувати медіа?

Розуміння впливу: Медіа формують наші погляди, переконання та уявлення про світ. Аналіз допомагає усвідомити, як саме медіа впливають на нас.

Виявлення маніпуляцій: У світі інформаційних воєн та пропаганди критичний аналіз дозволяє розпізнавати приховані маніпуляції, фейкові новини та дезінформацію.

Прийняття обґрунтованих рішень: На основі повного та об'єктивного розуміння інформації ми можемо приймати кращі рішення як у повсякденному житті, так і на рівні громадянського суспільства.

Формування медіаграмотності: Регулярний аналіз медіа розвиває навички медіаграмотності, що є ключовим для активного та відповідального громадянина.

Основні аспекти аналізу медіа

Аналіз медіа охоплює кілька ключових рівнів:

1. Аналіз змісту (контент-аналіз) – це найпоширеніший вид аналізу, що фокусується на тому, що саме повідомляє медіатекст.

Достовірність та точність – перевірка фактів, цифр, імен. Чи інформація відповідає дійсності? Чи є джерела надійними та перевіреними?

Повнота – Чи всі важливі аспекти теми висвітлені? Чи не пропущено ключових деталей?

Баланс думок – Чи представлені різні точки зору на проблему? Чи всі сторони конфлікту отримали право на висловлювання?

Відокремлення фактів від коментарів – Чи чітко розмежовано об'єктивну інформацію та суб'єктивні думки журналіста чи експертів?

Об'єктивність та неупередженість – Чи не викривляється інформація з метою формування певного ставлення? Чи немає очевидної симпатії до однієї зі сторін?

Мова та стиль – використання емоційно забарвленої лексики, стереотипів, узагальнень. Чи мова нейтральна чи маніпулятивна?

2. Аналіз форми та подачі (формальний аналіз) – цей аспект розглядає, як медіатекст створений та поданий.

Візуальні елементи (для відео/фото) – кадри, кольори, ракурс зйомки, освітлення, графіка. Який візуальний ряд використовується для посилення впливу?

Аудіальні елементи (для відео/радіо) – музика, звукові ефекти, інтонація голосу, тембр, шуми. Як звук впливає на сприйняття?

Структура та композиція – Як організований матеріал? Чи є чіткий початок, кульмінація, розв'язка? Як розташовані елементи (наприклад, у газетному макеті)?

Техніки монтажу – у відео – швидкість зміни кадрів, переходи, використання спецефектів. Чи не використовуються вони для маніпуляції?

Заголовки, ліди, підписи – Наскільки вони привабливі, точні, чи не є клікбейтними?

3. Аналіз контексту – цей рівень заглиблюється у ширше розуміння того, чому медіатекст з'явився та як він функціонує в суспільстві.

Авторство та джерела – Хто створив повідомлення? Які можуть бути мотиви у автора, редакції, власника медіа? Чи відомі джерела фінансування?

Цільова аудиторія – Для кого призначений цей медіатекст? Як він може бути сприйнятий різними соціальними, віковими, культурними групами?

Ідеологічний підтекст – Які цінності, ідеології, переконання просуваються чи, навпаки, замовчуються?

Економічний та політичний вплив – Чи є зовнішні чинники (політичний тиск, фінансові інтереси), що впливають на зміст медіатексту?

Наслідки – Які можуть бути наслідки розповсюдження цього повідомлення для окремих людей, соціальних груп чи суспільства загалом?

Для проведення аналізу медіа використовуються різні наукові та практичні методи:

- Контент-аналіз: Систематичне кількісне та якісне вивчення змісту медіатекстів для виявлення закономірностей.

- Дискурс-аналіз: Вивчення мовних конструкцій, риторики, ідеологічних установок, що стоять за медіатекстом.

- Семіотичний аналіз: Розшифровка знаків, символів та їхніх значень у медіатексті.

- Наративний аналіз: Вивчення того, як історії розповідаються, які наративні структури використовуються.

- Фактчекінг: Перевірка достовірності інформації за допомогою незалежних та надійних джерел.

4. Аналіз медіатекстів різних видів медіа

Аналіз медіатекстів є ключовим компонентом медіаграмотності, що дозволяє споживачам інформації критично оцінювати отримані повідомлення, розуміти їхній прихований зміст, виявляти маніпуляції та формувати власну об'єктивну думку. Медіатексти, незалежно від їхнього типу та каналу поширення, мають спільні характеристики, але також виявляють специфічні риси, що потребують адаптованих підходів до аналізу.

Загальні принципи аналізу медіатекстів:

Перед тим, як перейти до специфіки аналізу різних видів медіа, варто згадати універсальні питання, які допомагають у будь-якому критичному аналізі:

Авторство – Хто створив це повідомлення? Які мотиви, цінності, переконання та погляди можуть впливати на подачу інформації? Чи відомий автор?

Мета – З якою метою створено цей медіатекст? (Інформувати, розважити, переконати, продати, спонукати до дії, викликати емоції, маніпулювати?)

Аудиторія – Для кого призначене це повідомлення? Як воно може бути сприйняте різними групами людей?

Зміст – Які факти представлені? Чи є вони точними, достовірними, повними? Чи відокремлені факти від коментарів? Чи дотримано балансу думок?

Форма/Техніки – Які техніки (візуальні, аудіальні, текстові, стилістичні) використані для привернення уваги, посилення впливу, формування певного враження? Які символи, образи, метафори використовуються?

Відсутність інформації – Що випущено з повідомлення? Чи є якась інформація, яка могла б змінити сприйняття?

Цінності та погляди – Які цінності, стиль життя, точки зору представлені чи відсутні в повідомленні?

Наслідки – Які можливі наслідки споживання цього медіатексту для окремої людини та суспільства?

5. Стандарти в медіа

Медіа-стандарти є основоположними принципами, якими повинні керуватися якісні засоби масової інформації для забезпечення достовірної, збалансованої та відповідальної подачі інформації. В Україні, як і в інших демократичних країнах, існують чітко визначені стандарти, які відіграють ключову роль у формуванні інформаційного простору.

Основні медіа-стандарти в Україні (за версією Інституту масової інформації та інших джерел):

1. Достовірність:

- Кожен факт, що подається у матеріалі, повинен мати ідентифіковане та надійне джерело інформації.
- Журналіст має бути добросовісним передавачем інформації, уникаючи використання недостовірної та неперевіреної інформації, пліток.
- При посиланні на дослідження (соціологічні опитування) необхідно вказувати "хто", "де" та "коли" його провів, а також число вибірки та максимально допустиму похибку.

2. Точність:

- Поширювати лише правдиву інформацію, без викривлень.
- Особливу увагу приділяти іменам героїв, власним назвам, числам.
- Будь-яка думка цитується точно і без відриву від контексту. Факт не може мати припущення ("приблизно", "майже" тощо).

3. Відокремлення фактів від коментарів (думок/оцінок):

- Усі коментарі та думки самого журналіста, експертів, учасників події мають бути чітко відокремлені від фактів.
- В якісному матеріалі має бути чітко зрозуміло, де факти, де коментар та кому він належить.
- Журналіст повинен бути нейтральним в інформаційному жанрі. При створенні аналітичного чи публіцистичного твору він має право на висловлення своєї позиції, але аудиторія має чітко відділяти цю позицію від фактів та думок інших.

4. Повнота:

- Передбачає вичерпне подання ключових фактів з теми матеріалу, новини.
- У новинах має бути відповідь на питання: що сталося, де сталося, коли сталося, як сталося.
- Для аналітики додаються питання: чому сталося і до чого це призведе, а також коментарі експертів.
- До новин на сайтах має бути дописано бекграунд, у якому зазначено передумову події, її контекст та пояснено складні терміни.

5. Баланс думок і точок зору:

- Представлення різних сторін конфлікту або проблеми, надаючи їм умовно однаковий простір.

- Журналіст має бути максимально неупередженим та не маніпулювати експертною думкою на користь однієї зі сторін.

- Важливо не легітимізувати брехні заради балансу, а одразу давати пояснення та експертний погляд у разі, якщо одна зі сторін поширює неправдиву інформацію.

6. Оперативність:

- Висвітлювати події максимально оперативно та актуально, проте не в збиток іншим стандартам (особливо точності). Передавати можна лише перевірені факти.

6. Інформація та мас-медіа

У сучасному світі інформація та мас-медіа нерозривно пов'язані, утворюючи складний симбіоз, який визначає наше сприйняття реальності, впливає на суспільні процеси та формує індивідуальні й колективні переконання. Мас-медіа є основними каналами, через які інформація поширюється, а якість цієї інформації безпосередньо залежить від дотримання медіа-стандартів.

У широкому сенсі, інформація – це знання, які здобуває людина в результаті сприйняття та опрацювання певних відомостей. Вона може існувати у різних формах: текстів, зображень, звуків, відео. У контексті мас-медіа, інформація є ключовим продуктом, який медіа створюють, збирають, аналізують, пакують та поширюють.

Важливо розуміти, що не вся інформація, яка поширюється через медіа, є однаково цінною або достовірною. Якісна інформація, з точки зору медіа-стандартів, має бути:

- Достовірною – перевіреною та правдивою.
- Актуальною – своєчасною та відповідною поточним подіям.
- Повною – достатньою для розуміння контексту.
- Зрозумілою – доступною для сприйняття цільовою аудиторією.
- Об'єктивною – відокремленою від особистих думок та упереджень.

Мас-медіа відіграють багатогранну роль у суспільстві, виступаючи не просто джерелами інформації, а й впливовими акторами, що формують суспільну думку та порядок денний.

1. Інформаційна функція – це основна роль – інформування громадян про події, що відбуваються у світі, країні та місцевості. Медіа надають факти, аналіз та різні точки зору, дозволяючи людям бути обізнаними.

2. Комунікативна функція – мас-медіа виступають майданчиком для спілкування, обміну ідеями та налагодження контакту між різними соціальними групами та інститутами влади.

3. Контрольна функція – медіа часто називають "четвертою владою", оскільки вони здійснюють нагляд за діяльністю уряду, політиків, державних установ, викриваючи корупцію та порушення.

4. Ідеологічна (соціально-орієнтаційна) функція – мас-медіа впливають на світогляд, цінності, ідеали та прагнення аудиторії, формуючи певні погляди та установки.

5. Рекламна функція – медіа є потужним інструментом для поширення реклами та маркетингових повідомлень, що є основою їхнього комерційного існування.

6. Розважальна функція – значна частина медіаконтенту спрямована на розвагу аудиторії, відіграючи важливу роль у дозвіллі та формуванні культурних трендів.

Тема 4. Медіаграмотність та розвиток критичного мислення учнів початкових класів

1. Медіаосвіта як засіб розвитку критичного мислення.
2. Теорії впливу медіа.
3. Маніпуляції в медіа. Стереотипи. Інформаційна війна і пропаганда.

1. Медіаосвіта як засіб розвитку критичного мислення.

У сучасному світі інформація стала одним із найважливіших ресурсів, що впливає на світогляд, прийняття рішень та поведінку людей. Підлітки та діти, як активні споживачі медіа-контенту, дедалі більше потрапляють під вплив інформаційних потоків. У контексті реформування української освіти, що втілюється через концепцію Нової української школи (НУШ), важливим завданням є виховання учнів, здатних критично мислити та аналізувати медіа-контент. Саме медіаосвіта стає ключовим інструментом у досягненні цієї мети.

Критичне мислення – це здатність осмислювати інформацію, ставити під сумнів факти, аналізувати їх та робити власні висновки на основі обґрунтованих аргументів. Воно допомагає учням не тільки в академічному процесі, а й у повсякденному житті, зокрема у взаємодії з медіа. Критично мисляча людина не сприймає інформацію пасивно, вона вміє розрізняти правдиві факти від маніпуляцій та фейків, що особливо важливо в епоху соціальних мереж і надлишку інформації.

Однак у ситуації, коли уникнути напливу інформації з різних джерел стає неможливим, варто навчити особистість правильно та критично сприймати довколишні впливи. Тому зростає роль теорії формування критичного мислення, в основі якої – навчання аудиторії «декодувати» медіатексти. На переконання О. Пометун, критичне мислення – це «окреми́й тип мислення, який характеризується активністю, цілеспрямованістю, самостійністю, дисциплінованістю та рефлексивністю та передбачає розвиток у процесі навчання здатності людини: визначати проблеми, аналізувати, синтезувати, оцінювати інформацію з будь-яких джерел, висувати альтернативи й оцінювати їх, обирати спосіб розв’язання проблеми чи власну позицію щодо неї й обґрунтовувати свої погляди, робити свідомий вибір і діяти». У контексті медіа і медіатекстів критичне мислення – це складний рефлексивний процес мислення, який включає асоціативне сприймання, синтез, аналіз і оцінку механізмів функціонування медіа в соціумі, а також медіатекстів, що надходять до людини через засоби масової комунікації. При цьому розвиток критичного мислення – не кінцева мета медіаосвіти, а її постійний компонент. У процесі медіаосвіти особистість може навчитися селективно обирати медіатексти, аналізувати їх, правильно інтерпретувати,

оцінювати достовірність інформації, яку вони транслюють, віднаходити приховані смисли, виявляти маніпулятивні впливи, формулювати самостійні судження щодо медіатексту, а також творчо використовувати отримані відомості. Усі ці вміння притаманні лише медіаграмотній людині. Отже, медіаграмотна особистість здатна шукати альтернативні джерела інформації, вміє використовувати мас-медіа з користю та для задоволення, не стає об'єктом маніпуляції з боку ЗМІ тощо.

2. Теорії впливу медіа.

Теорії медіаосвіти (media education theories) – комплекс поглядів, уявлень, ідей, які тлумачать сенс, цілі й завдання навчання аудиторії на матеріалі та з допомогою мас-медіа, що, згідно з рекомендаціями ЮНЕСКО, забезпечує людині знання того, як:

- 1) аналізувати, критично осмислювати і створювати медіатексти;
- 2) визначати джерела медіатекстів, їхні політичні, соціальні, комерційні та/або культурні інтереси, їхній контекст;
- 3) інтерпретувати медіатексти й цінності, поширювані медіа; добирати відповідні медіа для створення і розповсюдження власних медіатекстів і знаходження зацікавленої в них аудиторії;
- 4) уможливлювати вільний доступ до медіа і для сприйняття, і для продукування. Теорії медіаосвіти пов'язані як з типологічно близькими педагогічними теоріями навчання і виховання, так і з ключовими медійними теоріями (захисною, семіотичною тощо).

Виокремлено такі основні теорії медіаосвіти:

1. Ін'єкційна теорія медіаосвіти. У контексті цієї теорії вважається, що медіа здійснює потужний вплив на аудиторію (переважно негативний), тому основна мета медіаосвіти – стабілізувати негативний ефект від надмірного захоплення медіа (в основному дитячою і молодіжною аудиторією). Педагоги прагнуть допомогти учням відчувати різницю між реальністю і медіатекстом шляхом розкриття негативного впливу медіа на конкретних прикладах.

2. Теорія медіаосвіти як джерела «задоволення потреб» аудиторії. Теоретичною основою якої є «споживання і задоволення» у сфері медіа. Тобто вплив медіа на аудиторію обмежений, учні можуть самостійно правильно обирати й оцінювати медіатекст відповідно до своїх потреб. У контексті цієї теорії мета медіаосвіти – допомогти учням отримати з медіа максимум користі щодо задоволення своїх потреб.

3. Практична теорія медіаосвіти (інша назва – «медіаосвіта як таблиця множення»). Вплив медіа на аудиторію обмежений, головне – формування практичного вміння користуватися медіаапаратурою, зокрема для створення власних медіатекстів. Позитивним аспектом такого підходу є орієнтування на власну продуктивну діяльність, недоліком – обмежене розуміння практики лише як роботи з технікою, без урахування елементів соціальної практики, соціального впливу, що може бути досягнуто за допомогою медіапродукції.

4. Теорія медіаосвіти як засіб формування критичного мислення. Згідно цієї теорії основною метою медіаосвіти – захистити учнів від маніпулятивного впливу медіаінформації. З цією метою необхідно розвивати критичне мислення

щодо медіатекстів і надати орієнтири в умовах надлишку різної інформації, навчити грамотно сприймати її, розуміти, аналізувати, мати уявлення про механізми і наслідки її впливу на глядачів, читачів і слухачів. Відповідно до цієї теорії учні/студенти повинні вміти визначити: надійність джерела інформації; припустимі і неприпустимі твердження; розбіжності між головною і другорядною інформацією тощо.

5. Марксистська теорія медіаосвіти. ЗМІ здатні маніпулювати громадською думкою і масовими настроями на користь певних соціальних груп. При цьому дитяча аудиторія стає найлегшою мішенню для впливу. Стратегія навчання молодого покоління зводиться до вивчення політичних, соціальних та економічних аспектів медіа, аналізу численних суперечностей, що містять ці аспекти з точки зору певного класу.

6. Семіотична теорія медіаосвіти є повною протилежністю марксистській теорії, оскільки акцентує увагу на проблемі мови медіа, а не на політичному чи соціальному змісту медіатексту. Медіазасоби досить часто прагнуть приховати знаковий характер своїх текстів. Тому метою медіаосвіти є допомогти правильно читати медіатексти, навчити правилам декодування медіатексту, опису його змісту, асоціацій, особливостей мови тощо.

7. Культурологічна теорія медіаосвіти: масмедіа пропонують певну інтерпретацію дійсності, аудиторія, в свою чергу, перебуває у процесі діалогу з медіатекстами. Вона не просто “зчитує” інформацію, а самостійно аналізує, вкладаючи різні змісти в медіатексти. Звідси, головна мета медіаосвіти – допомогти зрозуміти, як медіа можуть збагатити знання, сприйняття тощо. Медіапедагоги спрямовують свою діяльність на те, щоб навчити оцінці і критичному аналізу медіатекстів.

8. Естетична теорія медіаосвіти. Головна мета медіаосвіти полягає в тому, щоб допомогти зрозуміти основні закони і мову художнього спектра інформації, розвивати естетичне (художнє) сприйняття і смак, здатність до кваліфікованого аналізу художніх медіатекстів. У контексті цієї теорії зміст медіаосвіти спирається на вивчення мови медіакультури, авторського світу творця художнього тексту, історію медіакультури.

Педагоги прагнуть навчити школярів критичному аналізу художніх медіатворів, їх інтерпретації. До перспектив дослідження віднесено: необхідність узагальнення особливостей теорій медіаосвіти та сучасного досвіду вивчення механізмів дії медіа, які мають певні позитивні та негативні аспекти. При впровадженні медіаосвіти у практику конкретного закладу освіти важливо використовувати певну теорію або її аспект як теоретичний вектор подальшого розвитку.

3. Маніпуляції в медіа. Стереотипи. Інформаційна війна і пропаганда.

Наші уявлення про вплив медіа були б неповними, якби ми не ознайомилися із засобами та механізмами, завдяки яким і досягається його мета. До інструментів впливу медіа належать:

- переконування;
- навіювання;

- наслідування;
- психологічне зараження;
- маніпулювання.

Найважливішими виступають переконування і маніпулювання, і якщо перше пов'язане з позитивним, конструктивним, гуманним впливом медіа, то друге – з негативним, деструктивним, негуманним. Під переконуванням розуміють такий вплив на свідомість, який за допомогою логічно впорядкованих аргументів (доказів, фактів) і обґрунтованих висновків підтверджує, формує або змінює ставлення реципієнта до когось або чогось, веде до прийняття ним зваженого рішення, до осмисленої дії. Мета переконування досягається не тільки завдяки самому повідомленню, а й залежить від розумової активності аудиторії.

Навіювання, або сугестія (suggestion – навіювання, натяк), відрізняється від переконування пасивним, некритичним сприйманням інформації. Основою навіювання як впливу на аудиторію виступають віра, довірливість, емоційність. Навіювання не стосується розумової діяльності. Маніпулятори використовують схильність людей до залежності, підпорядкування. Їх завданням стає зниження активності інтелекту реципієнта і інтенсифікація емоцій, можливо розгубленості, напруженості, пригніченості. Сутність психологічного зараження полягає в передачі через вербальні й невербальні повідомлення емоційного стану, ставлення (наприклад, паніки, страху), зараженні ними аудиторії. Особливо потужним потенціалом навіювання і зараження володіють кіно і телебачення, оскільки вони емоційно захоплюють аудиторію, навіюють їй певні настрої, заражають почуттями та ідеями. Ефективність навіювання і зараження зростає, коли зачіпаються неусвідомлені реципієнтами бажання, потреби, що чудово усвідомлюють творці реклами.

Кіно, телебачення, реклама та інші медіа впливають на аудиторію за допомогою наслідування. За об'єкт наслідування аудиторія бере моделі поведінки, звички, манери спілкування, ідеали, матеріальні і духовні цінності, естетичні смаки тощо. Наслідування важливий елемент соціалізації людини, набуття нею соціокультурного досвіду.

Особливий вид медіа впливу – маніпулювання (лат. *manipulus* – дія, яку виконують руками). Як бачимо із тлумачення, результативність маніпуляції пов'язана із спритністю, вправністю рук, майстерністю тощо. На відміну від переконування, маніпуляція завжди прихована. В її основі лежить цілеспрямована дія на масову аудиторію, щоб скерувати її в потрібне русло, викликати в неї бажані настрої і поведінку. При цьому сама мета замаскована від аудиторії, а повідомлення, за допомогою якого досягається вплив, ретельно планується. Інформація, яку використовують з маніпулятивною метою, розраховане на автоматичне, некритичне сприймання реципієнтом. В маніпулюванні адресат-маніпулятор розглядає реципієнта як мішень і засіб реалізації своїх цілей. Найефективніше поширюють інформацію для маніпулювання індивідуальною свідомістю реципієнта і масовою свідомістю аудиторії ЗМІ. Тому, щоб не стати жертвою, потрібно знати прийоми. Маніпулятивні прийоми – це способи виконання певних дій та подання інформації в медіа текстах для досягнення маніпулятивного впливу на реципієнта чи групу.

Прийоми медіа маніпуляцій:

1. Контроль інформаційних потоків, дозування правди: висвітлення лише тієї достовірної інформації, яка потрібна маніпуляторіві. Навмисне замовчування суспільно значущої інформації, ігнорування фактів, їх фільтрація.

2. Фабрикування фактів. Фабрикувати означає виготовляти, штучно створювати «факти», а не відображати реальний стан справ. Для позначення неправдивої, сфальшованої інформації існує поняття «фейк». Сучасні медіа масово поширюють рейкову інформацію.

3. Відсутність у ЗМІ альтернативної (іншої, несхожої на офіційну) інформації. така інформація може дати аудиторії змогу зробити власний вибір.

4. Навішування (наклеювання) ярликів: безпідставно звинувачувати когось у чомусь, приписувати негативні якості, соціально не схвалювані вчинки, ганебну поведінку для дискредитації особи, соціальних РУП тощо.

5. Оманливість (ілюзія) плюралізму висвітлення подій, суспільно-політичних питань. Вона створюється за рахунок подачі однієї і тієї самої інформації в різноманітних форматах. Як наслідок – у недійному просторі з'являється багато подібних одне до одного повідомлень за відсутності в них різних поглядів на проблему. Сюди ж належать ігнорування діалогу й суспільних дебатів (обміну думками щодо певного питання).

6. Посилання на авторитетів, від імені яких поширюються вигідна маніпуляторіві інформація (коментарі, думки, оцінні висловлювання) для схвалення чи засудження якихось фактів. До різновидів цього прийому належать посилання на анонімного авторитета (відомого науковця, письменника, політика і т.д.).

7. Відволікання уваги від головного на другорядне. Наприклад, подача суспільно важливої інформації серед незначної у результаті цього розсіюється увага й губиться смисл попередньо сприйнятого, як це відбувається в політичних дебатах, які регулярно перериваються рекламою.

8. Контрастна подача інформації в медіа повідомленні за принципом «про себе – гарне, про інших – погане».

9. Прикриття універсальними (безпрограшними) поняттями, які мають позитивну реакцію в аудиторії, тих явищ, які насправді не мають нічого спільного з ними: демократія, свобода, законність, патріотизм, перемога, успіх тощо.

10. Зміна змісту інформації через втрату її справжнього контексту. Так буває тоді, коли цитату, фрагмент відео спеціально виривають із цілісного тексту або коли медіаповідомлення конструюють із різних фрагментів.

11. Повторення однієї і тієї самої інформації, врешті-решт, осідає не лише в пам'яті, а й у підсвідомості реципієнтів.

12. Подача суперечливих одне одному повідомлень, швидка зміна повідомлень, швидкий темп подачі повідомлень, невідповідність заголовка повідомлення його змісту.

13. Використання стереотипів – спрощених, примітивних, схематичних образів, кліше, лозунгів або ж, навпаки, специфічної, складної термінології.

Саме в пропаганді маніпулятивні прийоми виявляються найдієвішими, ігноруються моральні й гуманістичні норми Термін «пропаганда» в перекл. з лат.

(propaganda – те, що має бути поширено), в самому слові жодного негативного забарвлення. Пропаганда здорового способу життя, корисних знань, комерційна пропаганда – все це «безпечна пропаганда». Зовсім іншу роль відіграє політична й ідеологічна пропаганда. Нині величезна роль пропаганди в інформаційних війнах.

Інформаційна війна – це сукупність інформаційних дій, застосовуваних сторонами, які протистоять одна одній, для досягнення певних цілей. Зазвичай мета інформаційної війни полягає в досягненні інформаційної переваги над супротивником і формуванні такого інформаційного середовища, що сприяло б реалізації інших (неінформаційних) дій (політичних, дипломатичних, економічних тощо). Способи, засоби та прийоми ведення інформаційної війни насамперед спрямовані на індивідуальну й масову свідомість людей, щоб мінімізувати їхні переконання, погляди, цінності, викликати відповідний настрій (наприклад, страх, паніку), зрештою вплинути на поведінку.

Найбільшу небезпеку несе в собі пропаганда війни, національної, расової, релігійної ненависті, що підбурює до дискримінації, ворожості, насилля. Така пропаганда порушує норми міжнародного права. Пропаганда – навмисний цілеспрямований вплив на аудиторію через поширення різними комунікативними каналами недостовірної (неповної, неточної) інформації, спрощених (однобічних) суджень, спеціально створених міфів, стереотипів, оцінок, а також прихованого чи відкритого нав'язування якоїсь однієї позиції, ідеї для спонукання й змушування людей робити те, на що вони не наважилися б, маючи достовірну (повну, різнобічну) інформацію. Шляхи подолання пропагандистського впливу:

- міжнародний рівень боротьби з пропагандою охоплює міжнародне законодавство, міжнародні суди, діяльність міжнародних організацій, міжнародний діалог;

- внутрішньодержавний (національний) рівень

- відстоювання ідеї плюралізму мас-медіа, переслідування з боку законодавства небезпечної пропаганди, відмовлення від державних засобів масової інформації, розвиток медіа освіти.

Маніпуляції, пропаганда у своїй діяльності широко використовують стереотипи. Вони не лише їх поширюють; вони ще й формують їх. Творці маніпуляцій і пропаганди в мас-медіа розуміють, що через стереотипи інформація фільтрується, спрощується, а те, що не відповідає стереотипам, відкидається. Чому аудиторією, яка мислить стереотипами, легко маніпулювати, управляти? Тому що в основі стереотипного мислення лежать спрощені уявлення, схеми, образи, які не впливають з власного досвіду людини. Натомість вони нав'язуються їй, закріплюються в її свідомості засобами масової інформації.

Тема 5. Інфомедійна та аудіовізуальна грамотність учнів початкових класів

1. Соціальна толерантність.
2. Стійкість до впливів, фактчекінг.
3. Інформаційна грамотність та цифрова безпека.

4. Візуальна грамотність.
5. Роль медіа у формуванні сучасної картини світу.
6. Аудіовізуальна грамотність, аудіальне сприйняття медіаінформації.

1. Соціальна толерантність.

Соціальна толерантність у медіапросторі – це не лише поняття, а й життєва потреба, особливо в сучасних реаліях, коли інформація швидко поширюється та впливає на свідомість людей. Медіа, як потужний інструмент, може сприяти, або навпаки, перешкоджати вихованню толерантності в суспільстві.

Толерантність (терпимість) – це здатність поважати та розуміти різноманітність думок, поглядів, переконань та способів життя інших людей. Це не означає згоду з усіма, а скоріше, здатність не принижувати та не дискримінувати.

Роль медіа у формуванні толерантності:

- Вплив на свідомість: медіа формують настрій і думки людей, через які вони сприймають інші групи людей.
- Виховна функція: медіа можуть виховувати в людей толерантність, демонструючи позитивні приклади та сприяючи розумінню інших культур.
- Етичні стандарти: медіа повинні дотримуватися високих етичних стандартів, уникнути дискримінації та сприяти соціальній гармонії.
- Нав'язування стереотипів: на жаль, не всі медіа витримують ці стандарти. Деякі нав'язують стереотипи, поширюють фейкову інформацію, що може призвести до нетерпимості та конфліктів.

Приклади толерантного медіапростору:

- Репортажі про різноманітність: медіа можуть показувати реалії різних культур, релігійних груп, соціальних шарів, щоб створити розуміння та повагу.
- Позитивні образи: в рекламних кампаніях, наприклад, можна використовувати моделі з різних етнічних груп, щоб показувати, що всі рівні.
- Дискусії на актуальні теми: медіа можуть організовувати дискусії та дебати на важливі теми, щоб слухачі мали змогу вислуховувати різні точки зору.
- Підтримка меншин: захист прав меншин, висвітлення їхніх проблем – важливий аспект толерантного медіапростору.

Загрози толерантності у медіа:

- Дискримінація: негативні стереотипи, пропаганда нетерпимості, дискримінація за будь-якими ознаками.
- Фейкові новини: дезінформація та маніпуляції, які можуть призвести до невіри та нерозуміння.
- Негативні образи: створення образів, що принижують або викривлюють реальність.

Толерантність у медіапросторі – це не лише про те, що медіа повинні не дискримінувати, а й активно сприяти формуванню толерантного суспільства. Вона вимагає від медіа представників високих етичних стандартів, відповідальності та надання повноцінної інформації, яка сприяє розумінню та повазі до інших.

2. Стійкість до впливів, фактчекінг.

Фактчекінг (від англ. fact checking – перевірка фактів, даних, відомостей) – формат журналістики розслідувань, що активно розвивається і поширюється в світовому медіапросторі останні півтора десятиліття. За відносно невеликий час фактчекінг з інструменту розслідувань перетворився на окремий медіатренд, який має свої особливості, структуру, методологію.

Переважає більшість фактчек-ресурсів у світі зосереджена на перевірці фактів та даних, що оголошуються у публічних заявах, обіцянках, містяться в інформаційних повідомленнях, суспільних наративах. Розуміння журналістською спільнотою того, що не всі вищезгадані об'єкти зручно перевіряти звичайними інструментами журналістики, а головне – зростання впливу на суспільство публічної риторики знакових персон, дало поштовх до кристалізації методики фактчекінгу.

Основними завданнями фактчеку є:

- перевірка та викриття недостовірних фактів та даних, причино-наслідкових зв'язків між ними;
- виявлення ознак маніпуляції фактами та даними, причино-наслідковими зв'язками між ними, підміну фактів фейками;
- відновлення та демонстрація справжньої картини явищ, подій, тенденцій.
- поглиблення та розширення знань споживача інформації про факти та явища, які розслідуються;
- відновлення та демонстрація справжньої картини явищ, подій, тенденцій;
- поглиблення та розширення знань споживача інформації про факти та явища, які розслідуються.

3. Інформаційна грамотність та цифрова безпека.

Інформаційна грамотність – це здатність ефективно шукати, оцінювати та використовувати інформацію. Це також може включати здатність розуміти та оцінювати джерела інформації. Вміння визначати та розрізняти достовірні джерела інформації є надзвичайно важливим.

Інформаційна грамотність допомагає уникати підводних каменів, шахрайства та маніпуляцій, що можуть спотворити прийняття раціональних рішень. Крім того, ця навичка дозволяє бути більш свідомими стосовно прав та обов'язків в Інтернеті, а також захищати конфіденційність інформації.

Розвиток інформаційної грамотності може відбуватись через постійне навчання та практику. Цілком важливо використовувати критичне мислення та аналізувати інформацію з різних точок зору, щоб отримати об'єктивне уявлення про ситуацію. Усвідомлення важливості інформаційної грамотності допоможе ї приймати кращі рішення, зменшувати ризики та досягати успіху у своїй професійній діяльності.

Цифрова безпека – це безпека в онлайн-середовищі, захист персональних даних та онлайн-активностей від кіберзагроз.

Вона передбачає забезпечення конфіденційності та захищеності пристроїв і мереж, запобігання несанкціонованому доступу до вашої цифрової інформації та захист вашої онлайн-ідентичності від хакерів і шкідливих програм.

В інтернеті часто можна зустріти три подібні терміни: цифрова безпека, кібербезпека та інформаційна безпека. Яка ж між ними різниця?

Інформаційна безпека – найширше поняття. Воно охоплює безпеку будь-якої інформації, розміщеної на будь-яких носіях. Ваша флешка містить якусь інформацію. Тека з документами в офісі бухгалтера теж містить інформацію. Інформаційна безпека охоплює обидва випадки. Питання інформаційної безпеки найчастіше актуальне для бізнесу та організацій, значна частина з них мають окремого менеджера з інформаційної безпеки, або навіть цілий департамент.

Цифрова безпека – це більш вузьке поняття, що охоплює вашу безпеку суто в цифровому світі. Захист ваших персональних даних, вашої активності в інтернеті, всіх ваших файлів на комп'ютері – все це про цифрову безпеку. Найчастіше такий термін використовують стосовно конкретної людини, коли йдеться про безпеку особистих пристроїв та інформації на них.

Кібербезпека – найчастіше використовується як синонім цифрової безпеки. Але все ж є фундаментальна відмінність: кібербезпека – це про комп'ютерні системи, мережі, програмно-апаратні комплекси, а також їхній захист.

Найпоширеніші цифрові загрози

- Фішингові атаки – підроблені листи або повідомлення для викрадення ваших даних;

- Злам облікових записів – зокрема, через слабкі паролі або повторне використання одного пароля;

- Віруси та шкідливі програми – через зараження можуть викрасти ваші дані або, до прикладу, видалити ваші файли;

- Атаки на сайти – першочергово, з метою отримати доступ до конфіденційної інформації.

Отже, цифрова безпека – це не технічна забаганка, а життєво важлива навичка. Злам акаунту, викрадення коштів чи втрата файлів може статися з кожним. Тому варто діяти превентивно.

4. Візуальна грамотність

«Візуальна грамотність – це здатність сприймати, аналізувати, оцінювати, брати участь у комунікативному процесі з допомогою будь-якого зображення». Дане визначення дає змогу включити, але не обмежувати, будь-які комбінації синтезу засобів візуальної комунікації, як, наприклад, фотографія і малюнок, виставкова експозиція і схеми, архітектура та ін.

При цьому, візуальна грамотність, як галузь освіти, яка має справу з тим, що ми бачимо і як це інтерпретуємо, в своїй основі має три процеси:

- 1) вивчення психологічних процесів, що залучаються до процесу візуального сприйняття;

- 2) використання технологій створення візуальних повідомлень;

- 3) вивчення інтелектуальних методів, що дають змогу інтерпретувати, розуміти візуальну інформацію.

Розгляд візуальної грамотності як «розуміння природи візуального повідомлення, знання законів його сприйняття і пізнання, володіння технікою створення й артикуляції візуального образу» дає підстави Л.Г.Масімовій запропонувати в ролі базових елементів моделі візуальної компетентності:

- 1) вміння перевести візуальні образи в вербальну мову;
- 2) вміння створити на основі зображення вербальний текст;
- 3) розуміння символічної природи візуального образу;
- 4) знання загальнолюдських і національних візуальних стереотипних образів-символів;
- 5) обізнаність з візуальними жанрами сучасного медіаконтенту;
- 6) трактування смислового навантаження композиції;
- 7) розроблення комунікативних ідей;
- 8) створення власної візуальної інформації;
- 9) уміння мотивувати доцільність форми подання інформації.

Якщо вірити статистиці, то від 35 % до 60 % (різні джерела дають різні дані) усього населення Землі – візуали. Такі люди найкраще сприймають інформацію через текст, малюнок, фотографію, ілюстрацію, карикатуру, схему, діаграму тощо. «Побачив, зрозумів, запам'ятав» – саме такий принцип світосприйняття для них найдієвіший. Але й медіавплив на людей за допомогою візуальних засобів, мабуть, наймасштабніший – тексти, малюнки, ілюстрації, фото, карикатури, комікси (все, що може побачити око) трапляються нам повсюди. Погляньте уважно на своїх учнів: скільки серед них візуалів? Вони відрізняються від аудіалів та кінестетиків, навіть коли ви просите записати домашнє завдання:

- візуал слухняно розгорне щоденника і перепише з дошки те, що задано додому;
- аудіал перепитає в сусіда і запише зі слуху або не буде взагалі нічого писати, а вдома зателефонує і дізнається в однокласників, що задано;
- кінестетик довго риєтьс в портфелі, знаходить потрібні підручники, в них – задані сторінки і прямо в підручниках позначає, що задано.

Тож у вас обов'язково визначиться група найзацікавленіших та найвмотивованіших до роботи з візуальною інформацією учнів, які в команді з аудіалами та кінестетиками дослідять певні джерела інформації та навчаться створювати медіапродукти. Цікаві справи та інтерактивні форми роботи саме цього розділу виконують ще одну надзвичайно важливу роль – допомагають учителям активізувати читацьку діяльність молодшого школяра.

Цікавинки для вчителя: «Вислів про те, що всі люди різні, не просто фраза. Кожен з нас по-різному сприймає інформацію і реагує на неї. Але якщо реакції – це більше до визначення інтровертів і екстравертів, то залежно від способу сприйняття ми ділимося на візуалів, аудіалів і кінестетиків. Це три основних типи мислення людини і дуже важливо враховувати цей фактор, особливо викладачам у процесі навчання дитини. Три типи людей – три способи мислення. Кожен з них кардинально відрізняється один від одного. Якщо коротко, то візуал сприймає інформацію картинками, аудіал – звуками, а кінестетик – емоціями. Але розберімося детальніше, можливо, саме ця інформація допоможе вам краще

пізнати своїх учнів. Згідно зі статистикою, серед населення 25 % – аудіали, 35 % – візуали і 40 % – кінестетики.

Аудіал у процесі спілкування звертає найбільше свою увагу на мову. Його цікавлять слова, але головне він розуміє вас через інтонації. Його вухо вловлює найменші зміни тону, висоти голосу. Найчастіше розповідаючи про що-небудь, вони оперують словами: «чув», «говорили» і подібними. Існує дуже хитра пастка, щоб вивести на чисту воду аудіала. Запитайте в нього про те, наприклад, що він робив учора ввечері. Якщо ваш розмовник дивиться вліво – згадує правдиву інформацію, якщо праворуч – щось вигадує.

Серед візуалів більшість творчих людей, які сприймають зовнішній світ через образи, фантазію, уяву. В цьому процесі основну роль грає зір. Досить часто вони відрізняються від підвищеною жестикуляцією, адже їм не вистачає слів, щоб повністю описати свої думки. Все це від того, що візуали думають картинкою, а вона має набагато більше фарб, ніж слів. Такі люди відрізняються відмінною візуальною пам'яттю. Досить часто вони, подивившись на сторінку книжки, можуть легко відновити її в пам'яті і проказати потрібну інформацію. Людина з типом мислення кінестетика – заручник почуттів та емоцій. Таких людей більшість. Для них дуже важливий тактильний контакт. Вони трохи довше ухвалюють рішення, деколи нездатні оперативно оцінити ситуацію. Визначити кінестетика досить просто. Під час розмови він буде час від часу намагатися доторкнутися до розмовника. Для них дуже важлива зовнішня ситуація, вона повинна бути максимально комфортною.

Та існує ще один тип людей. Дискрети – люди з особливим типом мислення. Такі люди трапляються досить рідко, тому не вписуються в загальну теорію. Дискрети мислять, виходячи з корисності та функціональності. Вони оцінюють світ з точки зору сенсу. Фактично, три попередніх типи людей здобувають досвід через слова, в разі дискрета – слова і є досвід. Вони сприймають усю інформацію буквально, не замислюючись над тим, що за нею може стояти.

Варто зазначити, що осіб, які повністю належать до одного типу мислення, не існує. У кожному з нас є частинка від кожного з них, але водночас ми володіємо домінантним типом сприйняття. Саме за ним прийнято відносити людину до однієї з категорій. Особливості запам'ятовування: Візуал пам'ятає те, що бачив, запам'ятовує картинками (образне мислення добре розвинене). Аудіал – те, що обговорював, запам'ятовує, слухаючи. Кінестетик пам'ятає загальне враження; запам'ятовує, рухаючись, обмацуючи, нюхаючи. Приклад поведінки на перерві: Візуал найчастіше залишається в класі (якщо там не дуже шумно) або виходить у коридор і розглядає інформацію на стінах, спостерігає за іншими дітьми. Аудіал використовує перерву, щоб наговоритися і погаласувати. Кінестетику перерва потрібна, щоб розім'ятися, порухатися.

Звісно ж, при навчанні, вихованні необхідно враховувати особливості сприйняття і перероблення інформації. Це стосується і батьків, і педагогів. Важливо спілкуватися з дитиною на «його мові».

При виконанні дитиною домашнього завдання рекомендується:

- візуалові дозволити мати під рукою листок, на якому він у процесі роботи може креслити, штрихувати, малювати тощо;
- аудіалові не робити зауважень, коли він у процесі запам'ятовування видає звуки, ворухить губами;
- кінестетика не змушувати сидіти довгий час нерухомо, давати можливість моторно розряджатися (сходити в іншу кімнату, встати і пострибати ...).

При спілкуванні використовуйте методи, зрозумілі та близькі дитині:

- з візуалами вживайте слова, що описують колір, форму, місце розташування, можна виділяти кольором пункти в книжці, використовувати таблиці, схеми, наочні посібники;
- з аудіалами використовуйте варіації голосу (гучність, паузи, інтонації);
- з кінестетиками використовуйте жести, дотики, досить повільну мову, дозволяйте йому "обігравати" інформацію.

5. Роль медіа у формуванні сучасної картини світу.

Формування картини світу сучасної людини неможливо уявити без участі медіа. У медійному дискурсі віддзеркалені практично усі сторони буття, трансльовані посередництвом каналів, здатних працювати за допомогою емоційного налаштування, тому викликають різну реакцію: довірливого, переляканого, скептичного, агресивного, лінивого, сльозливого тощо або байдужого спостерігача за подіями чи нестримного споживача усілякого продукту. У такій ситуації, очевидно, взаємодіють два різновиди картини світу – медіа та рекламний, які мають багато спільного, суміжного та окремішнього. На тлі широкого обговорення проблеми існування, формування, трансформації картини світу цілком логічно виникають дискусії щодо типів, видів, різновидів самої картини світу. Не випадково дослідники різних наукових галузей залежно від власних пошукових інтересів виділяють наукову, релігійну, побутову, концептуальну, мовну та ін. картини світу. Цей термін далеко не вичерпний. Цілком логічно говорити про такі різновиди, що формуються відповідно до того, який фрагмент навколишнього середовища чи свідомості людини відображений у загальній картині світу.

6. Аудіовізуальна грамотність, аудіальне сприйняття медіаінформації.

Аудіовізуальна грамотність і аудіальне сприйняття медіаінформації – це важливі компоненти медіаграмотності, які дають змогу критично оцінювати та розуміти медійні повідомлення, які включають як візуальні, так і аудіальні елементи.

Аудіовізуальна грамотність – уміння аналізувати та синтезувати просторово-часову аудіовізуальну реальність, уміння «читати» аудіовізуальний медіатекст, здатність використовувати аудіовізуальну техніку, знання основ аудіовізуальної культури. Це включає розуміння мови зображень (візуальних ефектів, кольорів, композиції), а також аудіального ландшафту (музики, звуків, мови).

Аудіальне сприйняття медіаінформації зосереджується на розумінні та аналізі аудіальних елементів медіа, включаючи музику, звукові ефекти, мову, які використовує медіатекст. Це дає змогу розпізнавати наявність певних емоційних намірів, оцінювати якість звуку та розуміти його вплив на аудиторію.

Медіаграмотність, до якої належать ці складові, дає змогу не тільки краще сприймати, але й критично оцінювати медіаінформацію, розпізнавати маніпуляції, розуміти авторські наміри та ефективно використовувати медіа в повсякденному житті.

Жанрова класифікація застосовується до всіх видів медіаповідомлень. Звісно, жанри насамперед асоціюються з літературою і саме під час вивчення цього предмета учні вперше вивчають жанр казки чи оповідання. Проте зазвичай частіше ми маємо справу з різними типами журналістських, телевізійних чи інтернетповідомлень. Медіажанр – це тип медіаповідомлення, що розрізняється залежно від форми створення: його конструкції (структури) та стилістики. Конструкція жанру пов'язана з використовуваними елементами та їх конкретною метою. Приклад жанру з дуже простою структурою – онлайновий мем, що містить зображення або фотографію та короткий текст. Набагато складніші, наприклад, телевізійні новини. На цих прикладах можна розглянути відмінності в стилі подання різних жанрів: мем – гумористичний, а повідомлення в новинах – серйозні, такі, що претендують на довіру до інформації. Один і той же жанр можуть реалізовувати різні види мас-медіа. Це найбільше стосується журналістики: наприклад, репортаж може бути у вигляді газетної статті, радіопередачі, телевізійної програми або документального фільму. І всюди він матиме іншу форму залежно від використовуваних технічних засобів та носіїв. Проте репортаж завжди повинен відповідати журналістським стандартам, покладатися на документи, свідків та учасників подій, показувати багатовимірну та достовірну реальність. Уміння ідентифікувати жанри медіа – одна з основних навичок сучасного реципієнта.

Тема 6. Безпечний медіапростір учнів початкових класів ЗЗСО.

1. Загрози медіапростору.
2. Безпечна поведінка в Інтернеті.
3. Принципи безпечної поведінки в медіапросторі.
4. Як отримати допомогу та захист в разі виникнення небезпеки.

1. Загрози медіапростору.

Інтернет може бути дієвим інструментом для навчання, розвитку та спілкування. Але він також приховує в собі певні ризики та небезпеки.

- Кібербулінг і онлайн-тролінг. Негативні коментарі, цькування й погрози в соціальних мережах можуть зашкодити емоційному стану.

- Спам і фішинг. Без добре розвиненої медіаграмотності діти можуть стати жертвами шахраїв. Недбале використання особистих даних часто призводить до витоку інформації, що своєю чергою підвищує ризик кіберзлочинів.

- Соціально неприйнятний контент. Діти можуть випадково зіткнутися з несанкціонованим або непридатним для них контентом.

- Залежність. Інтенсивне використання гаджетів здатне викликати проблеми та психологічні розлади.

- Онлайн-знайомства. Ризик небезпечних знайомств і використання особистої інформації зі злими намірами.

- Психологічний тиск. Соціальні мережі можуть змушувати дітей відповідати певним віртуальним стандартам або навпаки – почувати себе недостатньо популярними й успішними.

2. Безпечна поведінка в Інтернеті.

Цифрове середовище, зокрема мережа Інтернет, сьогодні є не лише важливим джерелом інформації, але і способом комунікації, який нівелює перепони для спілкування.

Зауважуємо, що право дитини на безпеку та захист є базовим та поширюється на її життєдіяльність як онлайн, так і офлайн. Разом з тим, не кожна дитина в Україні володіє достатнім рівнем знань щодо існуючих ризиків в цифровому середовищі та навичками безпечної поведінки в цифровому просторі. Діти мають право отримувати знання та підтримку у використанні цифрового середовища. Надавати таку підтримку є спільною відповідальністю батьків, педагогічних працівників, громади загалом. Залучення батьків до освітнього процесу, налагодження ефективних партнерських відносин сприятиме не лише ефективному досягненню результатів навчання, а й формуванню безпечного освітнього та родинного середовища для дитини.

Комунікація у віртуальному просторі має свої особливості. Так, інформаційно-комунікаційні технології є важливим інструментом у житті дітей під час здобуття освіти, соціалізації, самореалізації. Водночас, безконтрольне та безвідповідальне їх використання містить ризики для здоров'я, розвитку та благополуччя дітей, зокрема:

- контактні ризики (сексуальні експлуатації та зловживання, домагання для сексуальних цілей («грумінг», розбещення), онлайн-вербування дітей для вчинення злочинів, участь у екстремістських політичних чи релігійних рухах або для цілей торгівлі людьми);

- ризики контенту (принизливе та стереотипне зображення та надмірна сексуалізація жінок та дітей; зображення та популяризація насильства та нанесення собі ушкоджень, зокрема, самогубств; принизливі, дискримінаційні або расистські вирази або заклик до такої поведінки; реклама, контент для дорослих);

- ризики поведінки (залякування, переслідування та інші форми утисків, розповсюдження без отримання згоди сексуальних зображень, шантаж, висловлювання ненависті, хакерство, азартні ігри, незаконне завантаження або інші порушення прав інтелектуальної власності, комерційна експлуатація);

- ризики для здоров'я (надмірне використання призводить до позбавлення сну та фізичної шкода).

Всі перераховані вище ризики не є вичерпними, постійно оновлюються та здатні негативно вплинути на фізичне, емоційне та психологічне благополуччя дитини.

Так, одними з розваг серед підлітків в соціальних мережах, що, зокрема за умови відсутності компетентностей безпечної поведінки в цифровому просторі, можуть призвести до непоправної шкоди здоров'ю та життю дитини, стали Інтернет-челенджі та «групи смерті».

Челендж (англ. Challenge) – жанр інтернет-роликів, в яких блогер виконує завдання на відеокамеру і розміщує його в мережі, а потім пропонує повторити завдання своєму знайомому або необмеженому колу користувачів. Саме слово челендж зазвичай перекладається як «виклик» у контексті словосполучення «кинути виклик».

Найбільш небезпечними останнім часом стали челенджі:

- «вогняний челендж» (Fire challenge);
- «падіння в стрибку» (Tripping jump challenge);
- «проломити-череп-челендж» (Skull-breaker challenge);
- «отруєння капсулами для прання» (Tide pods challenge);
- «суїцидальний челендж Момо»;
- «удушення/непритомність/втрата свідомості» (Choking/fainting/pass-out challenge);
- «контрольована задуха» (Blackout challenge);
- «вибух розетки» (Outlet Challenge);
- «вистрибни з автомобіля» (Drake «In My Feelings»);
- «я без свідомості» (Pass out prank, Shocking games) тощо.

Вірусний характер поширення цих челенджів дозволяє їм швидко розповсюджуватись та продовжувати існувати, незважаючи на смертельну небезпеку. Служби технічного обслуговування та контролю за контентом популярних соціальних мереж не завжди вчасно виявляють та блокують контент, що закликає до небезпечних дій. Однак кожен користувач, помітивши контент, який може загрожувати життю та безпеці інших, може звернутися до адміністрації сайту зі скаргою, і врятувати комусь життя.

3. Принципи безпечної поведінки в медіапросторі.

Принципи безпечної поведінки в медіапросторі включають обережність при поширенні особистої інформації, перевірку на достовірність джерел інформації, обережність при спілкуванні зі незнайомими людьми онлайн, а також знання правил безпечного користування Інтернетом.

1. Не публікуйте особисту інформацію – не вказуйте свій домашній адрес, номер телефону, дані про школу, або будь-яку іншу особисту інформацію на сайтах, у соціальних мережах, або в онлайн-спілкуванні.

2. Будьте обережними з незнайомцями онлайн – не додавайте незнайомих людей у свої контакти, не погоджуйтесь на зустрічі без дозволу батьків, та не розмовляйте з незнайомцями без їхнього дозволу.

3. Перевіряйте джерела інформації – не вірте всьому, що читаєте в Інтернеті. Завжди перевіряйте достовірність джерел, особливо якщо йдеться про важливі або особисті для вас питання.

4. Не переходьте за підозрілими посиланнями – не натискайте на посилання в електронних листах або соціальних мережах, якщо ви не впевнені в їх безпеці.

5. Захищайте свої паролі – використовуйте складні паролі, не використовуйте одні й ті ж паролі для різних облікових записів, та не діліться паролями з незнайомими людьми.

6. Будьте пильними щодо шахрайства – не надавайте свої банківські дані або інші особисті відомості, якщо не впевнені в безпеці сайту.

7. Підтримуйте безпеку ваших пристроїв – регулярно оновлюйте програмне забезпечення та використовуйте антивірусні програми.

8. Пам'ятайте про наслідки – не робіть в Інтернеті те, чого ви не зробили б в реальному житті.

9. Підтримуйте безпеку дітей – якщо у вас є діти, навчіть їх основам безпеки в Інтернеті та розмовляйте з ними про небезпеки, які їх можуть оточувати.

10. Допмагайте іншим – якщо ви помітили, що хтось знаходиться в небезпеці в Інтернеті, повідомте про це батьків або компетентні органи.

4. Як отримати допомогу та захист в разі виникнення небезпеки.

У разі виявлення, що дитина стала жертвою будь-яких проявів насильства чи експлуатації, вербування чи маніпуляцій в цифровому просторі, варто одразу звернутись до Національної поліції України та надіслати повідомлення про правопорушення до департаменту кіберполіції Національної поліції України (цілодобово) Служби підтримки дітей Національна гаряча лінія для дітей та молоді (тел.: 0-800-500-225 або 116111). Онлайн-консультації з фахівцями. Психологічна підтримка : звернення до шкільного психолога, соціального педагога або психологічних центрів для роботи з емоційними травмами.

РОЗДІЛ II. ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ ДО ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ОСНОВИ МЕДІАОСВІТИ У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ»

2.1. Загальна інформація про дисципліну

Заклад вищої освіти	Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя
Факультет/інститут	психології та соціальної роботи
Кафедра	педагогіки, початкової освіти та освітнього менеджменту
Мова навчання	українська
Розробник/и	к.пед.н., доц. Бобро А.А.
Освітня програма	013 Початкова освіта
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Затверджено	Засіданням кафедри педагогіки, початкової освіти та освітнього менеджменту протокол № 1 від 30.08.2024
Обсяг дисципліни	Денна: 3 кредити ECTS, що відповідає 90 академічним годинам, з яких 30 годин – аудиторне навчання (лекції – 12 год., практ. – 18 год.) і 60 год. – самостійна робота. Заочна: 3 кредити ECTS, що відповідає 90 академічним годинам, з яких 10 години – аудиторне навчання (лекції – 4 год., практ. – 6 год.) і 80 год. – самостійна робота.
Статус дисципліни	обов'язкова

Мета вивчення дисципліни формування у студентів системи знань, умінь та навичок безпечної роботи учнів початкової школи в сучасному медіапросторі, яка передбачає такі **фахові компетентності (здатності)**:

Інтегральна компетентність: здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі початкової освіти з розумінням відповідальності за свої дії.

ЗК-3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

ЗК-4. Здатність працювати в команді.

ЗК-5. Здатність виявляти, ставити та вирішувати проблеми.

ЗК-6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК-7. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

ЗК-8. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

СК-1. Здатність спілкуватися державною та іноземною мовами як усно, так і письмово.

СК-2. Здатність орієнтуватися в інформаційному просторі, використовувати відкриті ресурси, інформаційно-комунікаційні та цифрові технології, оперувати ними в професійній діяльності.

СК-13. Здатність організовувати та керувати професійним розвитком: власним і молодших школярів.

СК-14. Здатність адаптуватися до змін під час професійної діяльності, бути спроможним до професійної мобільності та самовдосконалення.

Очікувані результати навчання з навчальної дисципліни:

ПР-01. Організовувати монологічну, діалогічну та полілогічну форми спілкування з молодшими школярами, іншими учасниками освітнього процесу, представниками громади,

поважаючи права людини та суспільні цінності; формувати судження, що враховують соціальні, наукові та етичні аспекти.

ПР-02. Управляти складною професійною діяльністю та проєктами в умовах початкової школи, виробляти та ухвалювати рішення в непередбачуваних робочих та навчальних контекстах.

ПР-03. Критично оцінювати достовірність та надійність інформаційних джерел, дотримуватися юридичних і етичних вимог щодо використання інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій у перебігу педагогічної діяльності в початковій школі.

ПР-05. Організовувати освітній процес із використанням цифрових технологій та технологій дистанційного навчання молодших школярів, розвивати в учнів навички безпечного використання цифрових технологій та сервісів.

ПР-17. Виявляти професійну мобільність та здатність до адаптації й самовдосконалення в професійній діяльності.

Методи та засоби навчання

Методи навчання

Викладач використовуватиме комплекс методів навчання. Організовувати та реалізовувати освітній процес буде за допомогою таких методів: розповідь, бесіда, лекція, ілюстрація, демонстрація; самостійна робота з книгою, письмова робота. Стимулювати та мотивувати освітню діяльність студентів за допомогою таких методів: навчальні дискусії, створення ситуацій емоційно-моральних переживань, створення ситуацій пізнавальної новизни, створення ситуацій зацікавленості, заохочення, покарання (додаткове завдання). Контролювати освітню діяльність студентів буде за допомогою письмових контрольних робіт, творчого НДЗ, захисту фрагменту мультимедійного уроку, заліку, за необхідності може бути застосований машинний контроль.

Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачає навчальна дисципліна

- навчальна програма з дисципліни;
- навчальні посібники;
- мультимедійне обладнання, комп'ютери;
- ресурси Google.

Форми підсумкового контролю

- виготовлення та презентація пам'ятки на тему «Як працювати безпечно у медіасередовищі» – 0-30 балів;
- тестова контрольна робота до розділу I – 0-20 балів;
- тестова контрольна робота до розділу II – 0-20 балів;
- проведення фрагменту мультимедійного уроку – 0-30 балів.

2.2. Тематика практичних занять

Теми практичних занять:

№ п/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна	Заочна
1.	Медіаосвіта: історія виникнення, основні напрямки	2	2
2.	Теорії і технології медіа та медіаосвіти	4	
3.	Загальне поняття про медіа в учнів початкових класів	2	2
4.	Медіаграмотність та розвиток критичного мислення учнів початкових класів	4	
5.	Інфомедійна та аудіовізуальна грамотність учнів початкових класів	2	
6.	Безпечний медіапростір учнів початкових класів ЗЗСО	4	2
	Всього	18	6

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕДІАОСВІТИ.

Тема 1. Медіаосвіта: історія виникнення, основні напрямки.

Предмет, мета і завдання курсу. Сутність понять «медіаосвіта», «медіапедагогіка», «медіакультура», «медіаграмотність», «аудіовізуальна грамотність». Медіапедагогічні концепції та моделі, основні етапи розвитку медіаосвіти у світі. Стан і перспективи розвитку медіаосвіти в Україні. Практична медіалогія. Законодавчі та нормативноправові акти щодо адаптації молоді до соціально-економічних умов інформаційного суспільства.

Ключові поняття: медіаосвіта, медіапедагогіка, медіакультура, медіаграмотність, інформаційне суспільство.

Рекомендовані джерела:

1. Баришполец О. Т., Найдьонова Л. А., Мироненко Г. В. та ін. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчально-методичний посібник. К.: Міленіум, 2018. 440 с. URL: <http://mediaosvita.org.ua/-book/mediakulturaosobystosti-sotsialn> (дата звернення: 04.09.2024).

2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) (2016) URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya (дата звернення: 06.09.2021).

3. Медіаосвіта. Енциклопедія освіти / головний ред. В. Г. Кремень. К.: ЮрінкомІнтер, 2008. С. 481-482.

4. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. К.: Центр вільної преси,

2012. 352 с. URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf> (дата звернення: 04.09.2024).

5. Череповська Н. Візуальна медіакультура учнів ЗОШ. Київ, 2010. С.112–125.

6. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: підручник для вчителя/ Сінді Шейбе, Фейс Рогоу/ Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В.Ф. Іванова. К.: Центр вільної преси, Академія української преси. 2014. 319 с.

7. Літостанський В. В., Даниленко В. І., Мележик В. П., Іванова Т. В., Волошенюк О. В., Іванов В. Ф. Сходінки до медіаграмотності: Програма для загальноосвітніх навчальних закладів 2 – 4 класів / Інститут інноваційних технологій і змісту освіти Міністерства освіти і науки України, Національної академії педагогічних наук України, Академія української преси. К.: АУП, ЦВП, 2014. 28 с. URL: http://www.aup.com.ua/ml/progr_2_4.pdf (дата звернення: 01.09.2024).

8. Медіаграмотність у початковій школі: посібник для вчителя / Волошенюк О. В., Ганик О. В., Голощапова В. В., Дегтярьова Г. А., Іванова І. Б., Кожанова А. Ю., Пиза Г. Ю., Шкребець О. О., Янкович О. І. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. Київ : ЦВП, АУП, 2018 234 с. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/Pochatkova_school_2018.pdf (дата звернення: 01.09.2024).

9. Нова українська школа: організація медіаосвіти в початковій школі : навчально-методичний посібник / Старагіна І. П., Волошенюк О. В., Мокрогуз О. П., Ганик О. В. Київ : ПРОПАПІР, 2021. 160 с.

10. Про Національну програму інформатизації: Закон України: із змінами, внесеними згідно із Законом № 5463-VI від 16.10.2012, ВВР, 2014, № 4, с. 152, т. 61 // Відомості Верховної Ради (ВВР). 1998. № 27, т. 181 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 04.09.2024).

11. Малюємо комікси щодо сталого розвитку. URL: <http://esd.org.ua/sites/esd.org.ua/files/programs/comix.pdf> (дата звернення: 04.09.2024).

Додаткові:

1. Закон України «Про освіту» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2017, № 38-39, ст.380). URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення: 05.09.2024).

Закон України «Про загальну середню освіту». URL: <http://mon.gov.ua/-/activity/education/zagalna-serednya/normativno-pravovabaza1.html> (дата звернення: 05.09.2024).

2. Лист МОН від 10.03.2021 р. № 1/9-128 «Рекомендації для проведення додаткових профілактичних заходів закладами освіти серед дітей та інформування батьків щодо компетентностей безпечної поведінки в цифровому середовищі»

3. Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої школи. Офіційний сайт Міністерства освіти і науки України, 2016. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf> (дата звернення: 10.10.2021).

4. Нова українська школа: poradnik dla vchitelja / za zag. red. Bibik N. M. K.: TOB «Vidavnicnij dim «Plejadi», 2017. 206 s.

5. Profesiijnij standart «Vchitel' počatkovikh klasiv zakladu zagalnoj serednoj osviti» URL: <http://education-ua.org/ua/tsifri-ifakti/1230-profesijnij-standard-vchitel-pochatkovikh-klasiv-zakladu-zagalnoji-serednoji-osviti> (data zvernennja: 04.09.2024).

6. Derzavnij standart počatkovoj osviti. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/688-2019-%D0%BF> (data zvernennja: 04.09.2024).

Тема 2. Теорії і технології медіа та медіаосвіти.

Роль медіа та медіаосвіти у сучасному світі. Теорії медіа та медіаосвіти. Медіаосвітні технології. Медіаосвіта і основи медіаграмотності як психолого-педагогічна складова підготовки вчителя початкової школи. Нові медіа: цифрові, комп'ютерні, інформаційні, мережеві технології. Можливості використання багатоманітних медіа технологій. Технології Web-2.0 та сучасні медіаресурси. Носії і платформи нових медіа, їх характеристики (мобільність, мультимедійність, конвергентність, інтерактивність). Мультимедійний урок у початкових класах.

Ключові поняття: медіаосвіта, нові медіа, медіатехнології, нові медіа, медіаресурси.

Рекомендовані джерела:

1. Баришполець О. Т., Найдьонова Л. А., Мироненко Г. В. та ін. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчально-методичний посібник. К.: Міленіум, 2018. 440 с. URL: <http://mediaosvita.org.ua/book/mediakulturaosobystosti-sotsialn> (data zvernennja: 04.09.2024).

2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) (2016) URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya (data zvernennja: 06.09.2021).

3. Медіаграмотність у початковій школі: посібник для вчителя / Волошенюк О. В., Ганик О. В., Голощапова В. В., Дегтярьова Г. А., Іванова І. Б., Кожанова А. Ю., Пиза Г. Ю., Шкребець О. О., Янкович О. І. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. Київ : ЦВП, АУП, 2018 234 с.

4. Медіаосвіта. Енциклопедія освіти / головний ред. В. Г. Кремень. К. : ЮрінкомІнтер, 2008. С. 481-482.

5. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. К. : Центр вільної преси, 2012. 352 с. URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf> (data zvernennja: 04.09.2024).

6. Практична медіаосвіта: авторські уроки : збірка / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ : Академ. укр. преси, Центр вільної преси, 2013. 447 с.

7. Червінська І.Б. Медіадидактика початкової школи: концепція та методичні вказівки: методичний посібник/ handbook. Івано-Франківськ: Вид-во

НАІР, 2019. 72 с. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: підручник для вчителя/ Сінді Шейб Фейс Рогоу/ Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В.Ф. Іванова. К.: Центр вільної преси, Академія української преси. 2014. 319 с.

Додаткові:

1. Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої школи. Офіційний сайт Міністерства освіти і науки України, 2016. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf> (дата звернення: 10.10.2021).

2. Нова українська школа: поради для вчителя / за заг. ред. Бібік Н. М. К.: ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2017. 206 с.

РОЗДІЛ II. ПРАКТИЧНІ ОСНОВИ МЕДІАОСВІТИ УЧНІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ ЗЗСО

Тема 1. Загальне поняття про медіа в учнів початкових класів.

Види медіа. Традиційні та нові медіа. Аналіз медіа. Аналіз медіатекстів різних видів медіа. Стандарти в медіа. Інформація та мас-медіа.

Ключові поняття: медіаосвіта, медіа, медіатексти, стандарти, мас-медіа.

Рекомендовані джерела:

1. Баришполець О. Т., Найдьонова Л. А., Мироненко Г. В. та ін. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчально-методичний посібник. К.: Міленіум, 2018. 440 с. URL: <http://mediaosvita.org.ua/book/mediakulturaosobystosti-sotsialn> (дата звернення: 04.09.2024).

2. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. К. : Центр вільної преси, 2012. 352 с. URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf> (дата звернення: 04.09.2024).

3. Практична медіаосвіта: авторські уроки : збірка / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ : Академ. укр. преси, Центр вільної преси, 2013. 447 с.

4. Червінська І.Б. Медіаосвітній простір гірської школи: змістове наповнення та соціокультурна трансформація. Гірська школа Українських Карпат. Наукове фахове видання з педагогічних наук. 2018. №18. С.83-89. URL: http://mountainschool.pu.if.ua/sites/default/files/Issue_18/19.pdf (дата звернення: 06.09.2024).

5. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: підручник для вчителя/ Сінді Шейбе, Фейс Рогоу/ Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В.Ф. Іванова. К.: Центр вільної преси, Академія української преси. 2014. 319 с.

6. Медіаграмотність у початковій школі: посібник для вчителя / Волошенюк О. В., Ганик О. В., Голощапова В. В., Дегтярьова Г. А., Іванова І. Б., Кожанова А. Ю., Пиза Г. Ю., Шкребець О. О., Янкович О. І. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. Київ : ЦВП, АУП, 2018 234 с. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/Pochatkova_school_2018.pdf (дата звернення: 01.09.2024).

7. Нова українська школа: організація медіаосвіти в початковій школі : навчально-методичний посібник / Старагіна І. П., Волошенюк О. В., Мокрогуз О. П., Ганик О. В. Київ : ПРОПАПР, 2021. 160 с.

8. Thoman E., Jolls T. Literacy for the 21st Century: An Overview & Orientation Guide To Media Literacy Education. Centre for Media Literacy. Tessa Jolls 2008. 87 p.

Додаткові:

1. Бобро А.А., Бугаєць Н.О. Формування медіа компетентності майбутніх вчителів початкових класів у процесі вивчення інформатичної освітньої галузі. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика». 2022. № 47.

2. Закон України «Про освіту» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2017, № 38-39, ст.380). URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення: 05.09.2024).

3. Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої школи. Офіційний сайт Міністерства освіти і науки України, 2016. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf> (дата звернення: 10.10.2021).

4. Нова українська школа: poradnik dla vchitelja / za zag. red. Bibik H. M. K.: TOB «Видавничий дім «Плеяди», 2017. 206 с.

5. Професійний стандарт «Вчитель початкових класів закладу загальної середньої освіти» URL: <http://education-ua.org/ua/tsifri-ifakti/1230-profesijnij-standart-vchitel-pochatkovikh-klasiv-zakladu-zagalnoji-serednoji-osviti> (дата звернення: 04.09.2024).

6. Державний стандарт початкової освіти. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/688-2019-%D0%BF> (дата звернення: 04.09.2024).

Тема 2. Медіаграмотність та розвиток критичного мислення учнів початкових класів.

Медіаосвіта як засіб розвитку критичного мислення. Теорії впливу медіа. Маніпуляції в медіа. Стереотипи. Інформаційна війна і пропаганда. Свобода медійної творчості та її соціальні виміри в освітньому процесі.

Ключові поняття: критичне мислення, маніпуляції, стереотипи, пропаганда, освітній процес.

Рекомендовані джерела:

1. Медіаграмотність та критичне мислення в початковій школі: посібник для вчителя. Бакка Т., Голощапова В., Дегтярьова Г., Євтушенко Р., Іванова І., Крамаровська С., Мелешенко Т, Шкребець О. / За редакцією Волошенюк О., Іванова В. К.: ЦВП, АП, 2017. 197 с URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf> (дата звернення: 04.09.2024).

2. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна.К. : Центр вільної преси,

2012. 352 с. URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf> (дата звернення: 04.09.2024).

3. Череповська Н. Візуальна медіакультура учнів ЗОШ. Київ, 2010. С.112–125.

4. Червінська І.Б. Медіадидактика початкової школи: концепція та методичні вказівки: методичний посібник/ handbook. Івано-Франківськ: Вид-во НАІР, 2019. 72 с.

5. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: підручник для вчителя/ Сінді Шейбе, Фейс Рогоу/ Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В.Ф. Іванова. К.: Центр вільної преси, Академія української преси. 2014. 319 с.

6. Медіаграмотність у початковій школі: посібник для вчителя / Волошенюк О. В., Ганик О. В., Голощапова В. В., Дегтярьова Г. А., Іванова І. Б., Кожанова А. Ю., Пиза Г. Ю., Шкребець О. О, Янкович О. І. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. Київ : ЦВП, АУП, 2018 234 с. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/Pochatkova_school_2018.pdf (дата звернення: 01.09.2024).

7. Нова українська школа: організація медіаосвіти в початковій школі : навчально-методичний посібник / Старагіна І. П., Волошенюк О. В., Мокрогуз О. П., Ганик О. В. Київ : ПРОПАПІР, 2021. 160 с.

8. Про Національну програму інформатизації: Закон України: із змінами, внесеними згідно із Законом № 5463-VI від 16.10.2012, ВВР, 2014, № 4, с. 152, т. 61 // Відомості Верховної Ради (ВВР). 1998. № 27, т. 181 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 04.09.2024).

9. Masterman, L. A rationale for Media Education // Media Literacy in the InformationAge: Current perspectives (pp. 15-68). New Brunswick, 1997.

Додаткові:

1. Лист МОН від 10.03.2021 р. № 1/9-128 «Рекомендації для проведення додаткових профілактичних заходів закладами освіти серед дітей та інформування батьків щодо компетентностей безпечної поведінки в цифровому середовищі»

2. Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої школи. Офіційний сайт Міністерства освіти і науки України, 2016. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf> (дата звернення: 10.10.2021).

3. Нова українська школа: poradnik dla vchytelja / za zag. red. Bibik H. M. K.: TOB «Vydavnychij dim «Plejady», 2017. 206 s.

Тема 3. Інфомедійна та аудіовізуальна грамотність учнів початкових класів.

Соціальна толерантність. Стійкість до впливів, фактчекінг. Інформаційна грамотність та цифрова безпека. Візуальна грамотність. Роль медіа у формуванні сучасної картини світу. Аудіовізуальна грамотність, аудіальне сприйняття медіаінформації.

Ключові поняття: фактчекінг, цифрова безпека, картина світу, медіаінформація.

Рекомендовані джерела:

1. Батьки, діти та медіа: путівник із батьківського посередництва / О. Волошенюк, О. Мокрогуз; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. К. : ЦВП, АУП, 2017. 79 с.

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

3. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. К. : Центр вільної преси, 2012. 352 с. URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf> (дата звернення: 04.09.2024).

4. Практична медіаосвіта: авторські уроки : збірка / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ : Академ. укр. преси, Центр вільної преси, 2013. 447 с.

5. Медіаграмотність у початковій школі: посібник для вчителя / Волошенюк О. В., Ганик О. В., Голощапова В. В., Дегтярьова Г. А., Іванова І. Б., Кожанова А. Ю., Пиза Г. Ю., Шкребець О. О, Янкович О. І. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. Київ : ЦВП, АУП, 2018 234 с. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/Pochatkova_school_2018.pdf (дата звернення: 01.09.2024).

6. Нова українська школа: організація медіаосвіти в початковій школі : навчально-методичний посібник / Старагіна І. П., Волошенюк О. В., Мокрогуз О. П., Ганик О. В. Київ : ПРОПАПР, 2021. 160 с.

7. Про Національну програму інформатизації: Закон України: із змінами, внесеними згідно із Законом № 5463-VI від 16.10.2012, ВВР, 2014, № 4, с. 152, т. 61 // Відомості Верховної Ради (ВВР). 1998. № 27, т. 181 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 04.09.2024).

8. Gonnet, J. (2001). Education aux medias: Les controversies fecondes. Paris: CNDP, Hachette, 144 p. URL: <https://www.degruyter.com/view/j/commun.2018.43.issue-4/commun-2017-0051/commun2017-0051.xml> (дата звернення: 21.09.2024).

Додаткові:

1. Бобро А.А., Бугаєць Н.О. Формування медіа компетентності майбутніх вчителів початкових класів у процесі вивчення інформатичної освітньої галузі. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика». 2022. № 47.

2. Лист МОН від 10.03.2021 р. № 1/9-128 «Рекомендації для проведення додаткових профілактичних заходів закладами освіти серед дітей та інформування батьків щодо компетентностей безпечної поведінки в цифровому середовищі»

3. Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої

школи. Офіційний сайт Міністерства освіти і науки України, 2016. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf> (дата звернення: 10.10.2021).

4. Нова українська школа: poradnik dla vchitelja / za zag. red. Bibik N. M. K.: TOB «Vidavnicnij dim «Plejadi», 2017. 206 s.

Тема 4. Безпечний медіапростір учнів початкових класів ЗЗСО.

Загрози медіапростору. Безпечна поведінка в Інтернеті. Принципи безпечної поведінки в медіапросторі. Як отримати допомогу та захист в разі виникнення небезпеки.

Ключові поняття: загрози, безпечна поведінка, допомога, виникнення небезпеки.

Рекомендовані джерела:

1. Баришполець О. Т., Найдьонова Л. А., Мироненко Г. В. та ін. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчально-методичний посібник. К.: Міленіум, 2018. 440 с. URL: <http://mediaosvita.org.ua/book/mediakulturaosobystosti-sotsialn> (дата звернення: 04.09.2024).

2. Батьки, діти та медіа: путівник із батьківського посередництва / О. Волошенюк, О. Мокрогуз; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. К.: ЦВП, АУП

3. Литовченко І. В., Максименко С. Д., Болтівець С. І. Діти в Інтернеті: Як навчити безпеці у віртуальному світі : посібник для батьків. К.: Видавництво ТОВ «Видавничий Будинок «Аванпост-Прим», 2010. 48 с. URL: https://rvo-kolomak.ucoz.ua/Informatizacija/kijiv_star.pdf (дата звернення: 06.09.2024).

4. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. К.: Центр вільної преси, 2012. 352 с. URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf> (дата звернення: 04.09.2024).

5. Червінська І.Б. Завдання для самостійної та проектної роботи студентів з навчальної дисципліни «Медіадидактика»: навчально-методичний посібник. ІваноФранківськ, 2019. 48 с.

6. Нова українська школа: організація медіаосвіти в початковій школі : навчально-методичний посібник / Старагіна І. П., Волошенюк О. В., Мокрогуз О. П., Ганик О. В. Київ : ПРОПАПР, 2021. 160 с.

7. Посібник із безпеки дітей в Інтернеті, розроблений компанією Google у співробітництві з організаціями The Net Safety Collaborative та Internet Keep Safe Coalition. URL: [/gweb-interland.appspot.com/ukua/hub/pdfs/Google_BeInternet-Awesome_DigitalCitizenshipSafety_Curriculum_](https://gweb-interland.appspot.com/ukua/hub/pdfs/Google_BeInternet-Awesome_DigitalCitizenshipSafety_Curriculum_) (дата звернення: 21.09.2024).

Додаткові:

1. Лист МОН від 10.03.2021 р. № 1/9-128 «Рекомендації для проведення додаткових профілактичних заходів закладами освіти серед дітей та інформування батьків щодо компетентностей безпечної поведінки в цифровому середовищі»

2. Нова українська школа: poradnik dla vchitelja / za zag. red. Bibik N. M. K.: TOB «Vidavnicnij dim «Plejadi», 2017. 206 s.

2.3. Завдання до самостійної роботи

Розподіл за темами

№ п/п	Назва теми	Кількість годин	
		Денна	Заочна
	РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МЕДІАОСВІТИ.		
1.	Тема 1. Медіаосвіта: історія виникнення, основні напрямки. Предмет, мета і завдання курсу. Сутність понять «медіаосвіта», «медіапедагогіка», «медіакультура», «медіаграмотність», «аудіовізуальна грамотність». Медіапедагогічні концепції та моделі, основні етапи розвитку медіаосвіти у світі. Стан і перспективи розвитку медіаосвіти в Україні. Практична медіалогія. Законодавчі та нормативноправові акти щодо адаптації молоді до соціально-економічних умов інформаційного суспільства.	10	12
2.	Тема 2. Теорії і технології медіа та медіаосвіти. Роль медіа та медіаосвіти у сучасному світі. Теорії медіа та медіаосвіти. Медіаосвітні технології. Медіаосвіта і основи медіаграмотності як психолого-педагогічна складова підготовки вчителя початкової школи. Нові медіа: цифрові, комп'ютерні, інформаційні, мережеві технології. Можливості використання багатоманітних медіа технологій. Технології Web-2.0 та сучасні медіаресурси. Носії і платформи нових медіа, їх характеристики (мобільність, мультимедійність, конвергентність, інтерактивність). Мультимедійний урок у початкових класах.	10	16
	РОЗДІЛ II. ПРАКТИЧНІ ОСНОВИ МЕДІАОСВІТИ УЧНІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ ЗЗСО.		
3.	Тема 1. Загальне поняття про медіа в учнів початкових класів Види медіа. Традиційні та нові медіа. Аналіз медіа. Аналіз медіатекстів різних видів медіа. Стандарти в медіа. Інформація та мас-медіа.	10	12
4.	Тема 2. Медіаграмотність та розвиток критичного мислення учнів початкових класів Медіаосвіта як засіб розвитку критичного мислення. Теорії впливу медіа. Маніпуляції в медіа. Стереотипи. Інформаційна війна і пропаганда. Свобода медійної творчості та її соціальні виміри в освітньому процесі.	10	15

5.	Тема 3. Інфомедійна та аудіовізуальна грамотність учнів початкових класів Соціальна толерантність. Стійкість до впливів, фактчекінг. Інформаційна грамотність та цифрова безпека. Візуальна грамотність. Роль медіа у формуванні сучасної картини світу. Аудіовізуальна грамотність, аудіальне сприйняття медіаінформації.	10	15
6.	Тема 4. Безпечний медіапростір учнів початкових класів ЗЗСО Загрози медіапростору. Безпечна поведінка в Інтернеті. Принципи безпечної поведінки в медіапросторі. Як отримати допомогу та захист в разі виникнення небезпеки.	10	10
	Всього	60	80

Тема 1. Медіаосвіта: історія виникнення, основні напрямки.

Завдання:

- 1.Відобразити схематично основні положення «Концепції впровадження медіаосвіти в Україні».
- 2.Створити словничок до теми, розкрити зміст понять. Результати порівняти зі словником до теми №1.
3. Шляхом аналізу різних медіаресурсів, дослідити специфіку процесу формування медіакомпетентності майбутнього вчителя початкових класів. Описати показники.
4. Створити міні-проект «Вправи, спрямовані на сприймання та аналіз різних видів медіапродуктів».

Тема 2. Теорії і технології медіа та медіаосвіти.

Завдання:

1. Створити таблицю методичні прийоми організації мультимедійного уроку в початковій школі
2. Знайти в інформаційних джерелах та охарактеризувати основні медіаосвітні технології та медіаресурси.
3. Створити алгоритм проведення дискусії на тему: «Техніка зворотнього зв'язку на мультимедійному уроці».
4. Підготувати Smart-кейс з дидактичними матеріали для конструювання змісту, форм, методів і засобів навчання медіаграмотності у початковій школі.
5. Підготувати творчий проект «Мікс медіаосвітніх технологій», актуальних для застосування в освітньому процесі початкової школи.

Тема 3. Загальне поняття про медіа в учнів початкових класів

Завдання:

1. Проаналізувати Державний стандарт загальної початкової освіти.
2. Опрацювати Навчальні програми для учнів 1-4 класів початкової школи, проаналізувати змістові лінії «Взаємодіємо усно», «Читаємо», «Взаємодіємо письмово», «Досліджуємо медіа», «Досліджуємо мовні явища».

1. Описати типи інтеграції медіаосвіти в освітній процес Нової української школи.

3. Підготувати електронні опорні сигнальні картки для аналізу нормативно-правових документів, доступних джерел та ресурсів з теми «Робота з медіапродукцією».

Творчий рівень: Підготувати повідомлення, есе за темою: «Критерії та рівні медіакомпетентності майбутніх учителів початкової освіти».

Тема 4. Медіаграмотність та розвиток критичного мислення учнів початкових класів

Завдання:

1. Обґрунтувати або спростувати тезу створивши письмове повідомлення: «Використання медіатехнологій в освітньому процесі як мотивація до навчання чи інноваційний піар-хіт».

2. Проаналізувати та представити таблицю змістові лінії навчальних предметів початкової школи. Змістова лінія «Досліджуємо медіа», «Досліджуємо і взаємодіємо з медіапродукцією» (Типова освітня програма, розроблена під керівництвом Савченко О. Я. 3- 4 клас).

Тема 5. Інфомедійна та аудіовізуальна грамотність учнів початкових класів

Завдання:

1. Підготувати методичні рекомендації для вчителя початкових класів для створення:

- електронного портфоліо вчителя;
- навчальної мультимедійної презентації,
- медіа-кейсів педагога. Продемонструвати підготовлені зразки на заняттях.

2. Створити Smart-кейс на тему: «Рольові ігри: диктор, журналіст, розповсюджувач візуальної інформації».

Тема 6. Безпечний медіапростір учнів початкових класів ЗЗСО

Завдання:

1. Знайти в інформаційних джерелах, створити порівняльну таблицю та охарактеризувати основні можливості та загрози Інтернету.

2. Створити алгоритм проведення дискусії на тему: «Переваги й небезпеки сучасного світу інформації».

3. Створити відеосюжет, повідомлення-скрайбінг на тему: «Приклади маніпуляцій в ЗМІ».

2.4. Орієнтовні питання до контрольних робіт за розділами

1. Коли виникли перші ідеї медіаосвіти?

- A) У середині XX століття
- B) У середині XIX століття
- C) На початку XXI століття
- D) У стародавньому світі

2. Якою країною вважається «піонером» медіаосвіти?

- A) Німеччина
- B) Канада
- C) США
- D) Італія

3. Яке визначення найкраще підходить до поняття медіаосвіти?

- A) Це вивчення засобів масової інформації та їх впливу на людину.
- B) Це навчання користуванню комп'ютерами.
- C) Це курс журналістики.
- D) Це навчання художньої майстерності.

4. До основних напрямків медіаосвіти НЕ належить:

- A) Критичне мислення
- B) Створення власних медіапродуктів
- C) Вивчення природи і географії
- D) Аналіз змісту медіа

5. Яка мета медіаосвіти?

- A) Підвищити рівень знань з математики
- B) Допомогти людям краще розуміти й оцінювати медіаконтент
- C) Розвивати технічні навички
- D) Використовувати лише традиційні друковані ЗМІ

6. Яка з наведених теорій вважається базовою для розвитку критичного мислення у медіаосвіті?

- A) Теорія культури споживання
- B) Теорія активного сприйняття
- C) Теорія магичної кулі
- D) Теорія ігор

7. Що таке «медіаграмотність»?

- A) Вміння грамотно писати тексти для медіа
- B) Вміння створювати та розуміти медіаконтент
- C) Вміння робити тільки фотографії
- D) Технічне вміння користуватися комп'ютером

8. Яка з технологій найчастіше використовується для інтерактивної медіаосвіти?

- A) Розповідь вчителя без медіа
- B) Інтерактивні платформи та ігри
- C) Тільки аудіоуроки
- D) Переписування підручників

9. Що вивчає теорія «активної аудиторії»?

- A) Пасивне сприйняття медіа
- B) Те, як аудиторія критично аналізує медіаконтент
- C) Лише роль ЗМІ у суспільстві
- D) Технічні аспекти створення фільмів

10. До яких технологій належать мультимедійні презентації та відеоуроки у медіаосвіті?

- A) Традиційні технології
- B) Інтерактивні технології
- C) Технології минулого
- D) Механічні технології

11. Що можна вважати медіа?

- A) Телевізор
- B) Дерево
- C) Стілець
- D) Ручка

12. Що допомагає нам дізнаватися новини?

- A) Телевізор і газета
- B) Олівець і гумка
- C) М'ячик і лялька
- D) Ковдра і подушка

13. Який із цих предметів можна використовувати для перегляду мультфільмів?

- A) Книга
- B) Посуд
- C) Комп'ютер
- D) Ваза

14. Що з наведеного є прикладом інтернет-медіа?

- A) Газета
- B) Сайт з мультфільмами
- C) Щоденник
- D) Дошка оголошень

15. Чому важливо знати про медіа?

- A) Щоб не вчитися у школі
- B) Щоб правильно користуватися ними і дізнаватися нове
- C) Щоб не грати на вулиці
- D) Щоб не пити воду

16. Що означає бути медіаграмотним?

- A) Вміти швидко бігати
- B) Уміти працювати з різними медіа та розуміти їх зміст
- C) Мати багато друзів
- D) Уміти малювати картинки

17. Як називається здатність самостійно думати і перевіряти інформацію?

- A) Мріяти
- B) Спати
- C) Критичне мислення
- D) Гратися

18. Що означає «перевіряти інформацію»?

- A) Дивитися на красиві картинки
- B) Дізнаватися, чи правдива вона, і з яких джерел вона взята
- C) Питати тільки у друзів
- D) Не звертати уваги

19. Яке з медіа може допомогти дізнатися правдиву інформацію?

- A) Стілець
- B) Газета, інтернет
- C) Ліхтарик
- D) Олівці

20. Що потрібно зробити, коли бачиш нову інформацію у медіа?

- A) Сразу вірити у все написане
- B) Зовсім не звертати уваги
- C) Подумати: чи це правда, чи є інші джерела
- D) Показати її всім, навіть не думаючи

21. Що таке інфомедійна грамотність?

- A) Вміння користуватися тільки паперовими книжками
- B) Уміння знаходити, розуміти і правильно використовувати інформацію з медіа
- C) Вміння малювати олівцем
- D) Грати у м'яч

22. Що означає «аудіовізуальна грамотність»?

- A) Уміння співати пісні
- B) Уміння слухати і розуміти звуки та відео
- C) Здатність розфарбовувати картинки
- D) Стрибати на місці

23. Який приклад аудіовізуальних медіа?

- A) Телевізійні програми та мультфільми
- B) Тільки книжки
- C) Іграшки
- D) Підручники

24. Що означає «бути обережним з інформацією у медіа»?

- A) Дивитися тільки цікаві мультфільми
- B) Не вірити всьому одразу, перевіряти інформацію
- C) Закривати очі під час перегляду
- D) Не слухати нічого

25. Чому важливо розуміти аудіовізуальні матеріали?

- A) Щоб навчитися малювати
- B) Щоб краще сприймати, розуміти і правильно користуватися медіа

- С) Щоб перестати говорити з друзями
- Д) Щоб грати в ігри

26. Що означає «безпечний медіапростір»?

- А) Місце, де можна грати у футбол
- В) Використання медіа без шкоди для себе
- С) Місце для танців
- Д) Простір для малювання

27. Що треба робити, щоб бути безпечним у медіа?

- А) Не розповідати особисту інформацію незнайомим людям
- В) Говорити всім свою адресу
- С) Вірити у всі реклами
- Д) Ділитися всім без дозволу

28. Що робити, якщо хтось незнайомий пише тобі в інтернеті?

- А) Розповідати все про себе
- В) Не відповідати і сказати про це дорослим
- С) Відразу йти гуляти
- Д) Дзвонити всім друзям

29. Чому не можна ділитися своїми фото у медіа без дозволу батьків?

- А) Тому що це може бути небезпечно
- В) Тому що це смішно
- С) Щоб було більше лайків
- Д) Щоб усі знали твої секрети

30. Як правильно користуватися медіа, щоб бути у безпеці?

- А) Перевіряти інформацію, ділитися тільки з дозволу дорослих, бути уважним
- В) Бути першим у всіх іграх
- С) Дивитися відео цілий день
- Д) Ділитися всім без дозволу

2.5. Критерії оцінювання

Система оцінювання

Форми проміжного та підсумкового контролю

Вид	Кількість балів
Виготовлення пам'ятки на тему «Як працювати безпечно у медіасередовищі»	30
Тестова контрольна робота за розділом І	20
Тестова контрольна робота за розділом ІІ	20
Проведення фрагменту мультимедійного уроку	30
Разом	100

Методи та засоби діагностики результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання з навчальної дисципліни є: виступи на практичних заняттях; виконання індивідуальних та групових практичних завдань під час аудиторних занять та самостійної роботи; виконання контрольних тестових завдань.

Аудиторна та самостійна робота забезпечується всіма необхідними навчально-методичними засобами, задля належного вивчення навчальної дисципліни чи окремої її теми, а саме: навчальними та навчально-методичними посібниками, презентаціями лекцій, науковою літературою та періодичними виданнями. Вивчення дисципліни включає в собі й дистанційну організацію навчання, зокрема, в системі віртуального навчального середовище НДУ ім. Миколи Гоголя – Уніком, та за допомогою платформ Google, Zoom тощо.

Поточний контроль з навчальної дисципліни проводиться в таких формах: активна робота на практичних заняттях (зокрема, активна участь у дискусії та презентації матеріалу), виконанні практичних завдань тощо.

Методи поточного контролю: усний та письмовий.

Форма модульного контролю: тестові завдання в аудиторії або у системі віртуального навчального середовище НДУ ім. Миколи Гоголя – Уніком.

Критерії оцінювання самостійної роботи: рівень знань; якість виконання практичних завдань; самостійність виконання; володіння понятійно-категорійним апаратом; вміння узагальнювати набуті знання за окремими темами та вміння робити обґрунтовані висновки тощо.

Критерії поточного (формуального) оцінювання на практичних заняттях:

Відмінно «5» – студент має системні, дієві знання, виявляє неординарні творчі здібності у навчальній діяльності, користується широким арсеналом засобів-доказів своєї думки, вирішує складні проблемні завдання, схильний до наукового аналізу та прогнозування; уміє самостійно розв’язувати проблеми й практичні завдання; самостійно знаходить і використовує інформацію, виявляючи власне ставлення до неї; логічно й творчо використовує навчальний матеріал.

Добре «4» – студент володіє глибокими і міцними знаннями, здатний використовувати їх у нестандартних ситуаціях; може визначати тенденції та протиріччя розвитку процесів і явищ; робить аргументовані висновки; критично оцінює окремі факти, явища, ідеї; використовує додаткові джерела інформації; самостійно визначає окремі цілі власної навчальної діяльності та творчо вирішує практичні завдання; відрізняє упереджену інформацію від об’єктивної; здатен сприйняти іншу позицію як альтернативну.

Задовільно «3» – знання студента є достатньо повними, він вільно застосовує матеріал у стандартних ситуаціях, логічно висвітлює події з точки зору смислового взаємозв’язку, уміє аналізувати, встановлювати найсуттєвіші зв’язки і залежності між явищами, фактами, робити висновки. Відповідь повна, логічна, обґрунтована, але з деякими неточностями. Студент здатен на рецензію відповіді

іншого студента; здатен вирішувати практичні завдання самостійно, але за зразком.

Незадовільно «2» – студент виявляє недостатні знання й розуміння основних положень навчального матеріалу з навчальної дисципліни, поверхово аналізує події, процеси, явища; не робить самостійно узагальнень і висновків; відповідь містить часткові помилки, недостатньо осмислена; застосовує знання під час розв’язуванні завдань за зразком з допомогою.

Критерії проміжного та підсумкового оцінювання

Розподіл балів	Форми роботи
0-30	Виготовлення пам’ятки на тему «Як працювати безпечно у медіасередовищі» (може бути виготовлена вручну чи за допомогою різних компю’терних програм). Оцінюється: знання й розуміння теоретичного матеріалу – 5б. (відповідність темі, володіння науковою термінологією, доступність), візуальне представлення – 5б. (відповідність вимогам, щодо оформлення; яскравість, зрозумілість), чітка спрямованість на цільову аудиторію – 5б. (учням, вчителям, батькам чи інтегрована). Презентація розробки. Оцінюється: захист роботи – 5б. (чіткість, логіка викладу, представлення; наявність самостійних висновків), вміння презентувати роботу – 5б. (володіння навичками ораторського мистецтва, навичками само презентації як автора (ів) розробки), використання нестандартного (творчого) підходу до презентації – 5б.
0-20	Тестова, або усна контрольна робота до розділу I (10 запитань, за кожную правильну відповідь – 2б.)
0-20	Тестова, або усна контрольна робота до розділу II (10 запитань, за кожную правильну відповідь – 2б.)
0-30	Проведення фрагменту мультимедійного уроку: Урок засвоєння нових знань, умінь та навичок (або комбінований урок; або урок узагальнення й систематизації знань, умінь і навичок або урок розвитку критичного мислення. Оцінюється: використані цифрові інструменти – 5б., вміння доступно подати матеріал – 10б., самоаналіз – 5б.
0-100	ЗАГАЛЬНА КІЛЬКІСТЬ БАЛІВ

2.6 Термінологічний словник медіаосвіти

Анімація – вид кіномистецтва, твори якого створюються шляхом знімання послідовних фаз руху намальованих (графічна анімація), об'ємних (об'ємна анімація) або цифрових (комп'ютерна анімація) об'єктів.

Аудиторія медіа – стійка сукупність людей, об'єднаних спільними інформаційними потребами.

Відеогра – непродуктивна діяльність, мотив якої полягає в самому процесі. Дії гравців координує комп'ютерна програма, що організовує ігровий простір і може виступати в ролі партнера або встановлювати зв'язок між гравцями.

Інформація – будь-які дані, які закріплені людиною на матеріальному носії для передавання в часі та/чи просторі.

Кіберпростір – поняття, введене в ужиток письменником Вільямом Гібсоном у творі «Нейромант»; являє собою віртуальний простір, в якому циркулюють електронні дані всіх комп'ютерів світу.

Комунікація – процес передавання інформації як механізм взаємин між людьми. Розрізняють міжособистісну, групову, масову комунікацію, а також автокомунікацію.

Критичне мислення (бачення, оцінювання) – психологічний механізм медіаграмотності, здатність до сприймання повідомлень такими, якими вони є, подальше оцінювання у відповідному середовищі, глибоке й детальне розуміння історичного, економічного та художнього контекстів систем, поданих у повідомленні, вміння вловлювати нюанси в поданні інформації, бачити відмінність від форм подання інших повідомлень на цю тему, здатність зробити висновки про сильні та слабкі сторони повідомлення.

Маніпуляція – спеціальний спосіб, що впливає на поведінку індивіда чи групи осіб у суспільстві, змушує їх піддаватися впливові.

Масмедіа, медіа – засоби одночасного передавання інформації групі людей, тобто канали масової інформації (радіо, телебачення, преса, кіно, фотографія, відео, мультимедійні комп'ютерні системи, інтернет тощо).

Медіаграмотність – розуміння способів, за допомогою яких медіа створюють різні типи повідомлень, а також того, як вони подають інформацію і які методи використовують для організації матеріалу, критичний погляд на медіаконтент.

Медіаосвіта – формування медіаграмотності на матеріалах та за допомогою масмедіа, кінцева мета якої – критичне сприйняття медіаповідомлень.

Медіарепрезентація – інтерпретація медіаканалом певних подій, фактів та явищ.

Медіатекст – повідомлення, текст будь-якого медійного виду і жанру. Меседж – найважливіша ідея, яку має взяти з новини, публікації, блогу, інтерв'ю, репортажу, ток-шоу, фільму, літературного чи музичного твору, реклами тощо цільова аудиторія.

Мультимедіа – комбінування різних форм подання інформації на одному носії, наприклад, текстової, звукової, графічної або, впродовж останнього часу, – анімаційної і відео.

Нові медіа – термін, який у кінці XX століття почали застосовувати до

інтерактивних електронних видань і нових форм комунікації виробників контенту зі споживачами для позначення відмінностей від традиційних медіа (наприклад, газет); цим терміном також позначають процес розвитку цифрових та мережевих технологій і комунікацій.

Реклама (від лат. *reclamare* – поновлювати крик, знову кричати, кликати, голосно заперечувати) – спеціальна інформація про осіб чи продукцію, що розповсюджується у будь-якій формі та будь-яким способом із метою прямого чи опосередкованого одержання прибутку або привернення уваги до соціальних проблем.

Фотографія – зафіксована за допомогою фотокамери в електронному або плівковому вигляді миттєвість життя.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ТА РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

Основні:

1. Баришполець О. Т., Найдьонова Л. А., Мироненко Г. В. та ін. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчально-методичний посібник. К.: Міленіум, 2018. 440 с. URL: <http://mediaosvita.org.ua/book/mediakulturaosobystosti-sotsialn> (дата звернення: 04.09.2024).
2. Батьки, діти та медіа: путівник із батьківського посередництва / О. Волошенюк, О. Мокрогуз; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. К. : ЦВП, АУП, 2017. 79 с.
3. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) (2016) URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhennya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya (дата звернення: 06.09.2021).
4. Медіаграмотність та критичне мислення в початковій школі: посібник для вчителя. Бакка Т., Голощапова В., Дегтярьова Г., Євтушенко Р., Іванова І., Крамаровська С., Мелещенко Т, Шкребець О. / За редакцією Волошенюк О., Іванова В. К.: ЦВП, АП, 2017. 197 с URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf> (дата звернення: 04.09.2024).
5. Литовченко І. В., Максименко С. Д., Болтівець С. І. Діти в Інтернеті: Як навчити безпеці у віртуальному світі : посібник для батьків. К. : Видавництво ТОВ «Видавничий Будинок «Аванпост-Прим», 2010. 48 с. URL: https://rvo-kolomak.ucoz.ua/Informatizazija/kijiv_star.pdf (дата звернення: 06.09.2024).
6. Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін : посібник для вчителя / за ред. В. Іванова, О. Волошенюк, О. Мокрогуза К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2016. 201 с.
7. Медіаосвіта. Енциклопедія освіти / головний ред. В. Г. Кремень.К. : ЮрінкомІнтер, 2008. С. 481-482.
8. Медіаосвіта та медіаграмотність : підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна.К. : Центр вільної преси, 2012. 352 с. URL: <http://www.aup.com.ua/uploads/momg.pdf> (дата звернення: 04.09.2024).
9. Практична медіаосвіта: авторські уроки : збірка / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за науковою редакцією В. В. Різуна. Київ : Академ. укр. преси, Центр вільної преси, 2013. 447 с.
10. Череповська Н. Візуальна медіакультура учнів ЗОШ. Київ, 2010. С.112–125.
11. Червінська І.Б. Медіадидактика початкової школи: концепція та методичні вказівки: методичний посібник/ handbook. Івано-Франківськ: Вид-во НАІР, 2019. 72 с.
12. Червінська І.Б. Медіаосвітній простір гірської школи: змістове наповнення та соціокультурна трансформація. Гірська школа Українських Карпат. Наукове фахове видання з педагогічних наук. 2018. №18. С.83-89. URL: http://mountainschool.pu.if.ua/sites/default/files/Issue_18/19.pdf (дата звернення: 06.09.2024).

13. Червінська І.Б. Завдання для самостійної та проектної роботи студентів з навчальної дисципліни «Медіадидактика»: навчально-методичний посібник. ІваноФранківськ, 2019. 48 с.
14. Шейбе С., Рогоу Ф. Медіаграмотність: підручник для вчителя/ Сінді Шейбе, Фейс Рогоу/ Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В.Ф. Іванова. К.: Центр вільної преси, Академія української преси. 2014. 319 с.
15. Літостанський В. В., Даниленко В. І., Мележик В. П., Іванова Т. В., Волошенюк О. В., Іванов В. Ф. Сходінки до медіаграмотності: Програма для загальноосвітніх навчальних закладів 2 – 4 класів / Інститут інноваційних технологій і змісту освіти Міністерства освіти і науки України, Національної академії педагогічних наук України, Академія української преси. К.: АУП, ЦВП, 2014. 28 с. URL: http://www.aup.com.ua/ml/progr_2_4.pdf (дата звернення: 01.09.2024).
16. Медіаграмотність у початковій школі: посібник для вчителя / Волошенюк О. В., Ганик О. В., Голощапова В. В., Дегтярьова Г. А., Іванова І. Б., Кожанова А. Ю., Пиза Г. Ю., Шкребець О. О., Янкович О. І. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. Київ : ЦВП, АУП, 2018 234 с. URL: http://www.aup.com.ua/uploads/Pochatkova_school_2018.pdf (дата звернення: 01.09.2024).
17. Нова українська школа: організація медіаосвіти в початковій школі : навчально-методичний посібник / Старагіна І. П., Волошенюк О. В., Мокрогуз О. П., Ганик О. В. Київ : ПРОПАПР, 2021. 160 с.
18. Про Національна програма інформатизації: Закон України: із змінами, внесеними згідно із Законом № 5463-VI від 16.10.2012, ВВР, 2014, № 4, с. 152, т. 61 // Відомості Верховної Ради (ВВР). 1998. № 27, т. 181 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 04.09.2024).
19. Посібник із безпеки дітей в Інтернеті, розроблений компанією Google у співробітництві з організаціями The Net Safety Collaborative та Internet Keep Safe Coalition. URL: http://gweb-interland.appspot.com/ukua/hub/pdfs/Google_BeInternetAwesome_DigitalCitizenshipSafety_Curriculum_ (дата звернення: 21.09.2024).
20. Thoman E., Jolls T. Literacy for the 21st Century: An Overview & Orientation Guide To Media Literacy Education. Centre for Media Literacy. Tessa Jolls 2008. 87 p.
21. Gonnet, J. (2001). Education aux medias: Les controversies fecondes. Paris: CNDP, Hachette, 144 p. URL: <https://www.degruyter.com/view/j/commun.2018.43.issue-4/commun-2017-0051/commun2017-0051.xml> (дата звернення: 21.09.2024).
22. Малюємо комікси щодо сталого розвитку. URL: <http://esd.org.ua/sites/esd.org.ua/files/programs/comix.pdf> (дата звернення: 04.09.2024).
23. Masterman, L. A rationale for Media Education // Media Literacy in the Information Age: Current perspectives (pp. 15-68). New Brunswick, 1997.

Додаткові:

1. Бобро А.А. Медіаосвіта – необхідна складова професіоналізму вчителя нової української школи *«Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір»*: матеріали II міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених, 13-14 травня 2021 р., Хортиця: Хортицька національна навчально-реабілітаційна академія, 2021р. С.247-249.
2. Бобро А.А., Бугаєць Н.О. Формування медіа компетентності майбутніх вчителів початкових класів у процесі вивчення інформатичної освітньої галузі. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика». 2022. № 47.
3. Закон України «Про освіту» (Відомості Верховної Ради (ВВР), 2017, № 38-39, ст.380). URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення: 05.09.2024).
4. Закон України «Про загальну середню освіту». URL: <http://mon.gov.ua/activity/education/zagalna-serednya/normativno-pravovabaza1.html> (дата звернення: 05.09.2024).
5. Лист МОН від 10.03.2021 р. № 1/9-128 «Рекомендації для проведення додаткових профілактичних заходів закладами освіти серед дітей та інформування батьків щодо компетентностей безпечної поведінки в цифровому середовищі»
6. Нова українська школа. Концептуальні засади реформування середньої школи. Офіційний сайт Міністерства освіти і науки України, 2016. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/nova-ukrainska-shkola-compressed.pdf> (дата звернення: 10.10.2021).
7. Нова українська школа: poradnik dla vchitelja / za zag. red. Бібік Н. М. К.: ТОВ «Видавничий дім «Плеяди», 2017. 206 с.
8. Професійний стандарт «Вчитель початкових класів закладу загальної середньої освіти» URL: <http://education-ua.org/ua/tsifri-ifakti/1230-profesijnij-standart-vchitel-pochatkovikh-klasiv-zakladu-zagalnoji-serednoji-osviti> (дата звернення: 04.09.2024).
9. Державний стандарт початкової освіти. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/688-2019-%D0%BF> (дата звернення: 04.09.2024).

Інформаційні ресурси:

1. <http://mon.gov.ua/> – сайт Міністерства освіти і науки України.
2. <http://osvita.ua> – освіта в Україні та за кордоном (новини освіти, конкурси, олімпіади, корисні посилання, початкова освіта, середня освіта, вища освіта).
3. <http://surl.li/rgwi> Програми НУШ 1-4 класи
4. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/688-2019-%D0%BF#Text> – Державний стандарт початкової освіти
5. <http://www.nbuv.gov.ua> Національна бібліотека України ім. В.І.

Вернадського

6. <https://cyberpolice.gov.ua> Департамент кіберполіції Національної поліції України.

7. <https://www.facebook.com/childhotline.ukraine> Національна дитяча «гаряча» лінія від «Ла-Страда Україна» у Facebook.

Перелік безпечних онлайн-ресурсів, рекомендованих для дітей

Спеціалізовані інтернет-сайти дитячої літератури

www.childbooks.blox.ua – веб-сайт „Книги для дітей”;

www.abetka.ukrlife.org – веб-сайт для дітей „Весела абетка”;

www.kazka.in.ua – веб-сайт „Українська казка”;

www.ae-lib.org.ua/_lit_child.htm – веб-сайт „Дитяча література”;

www.levko.info – дитячий сайт „Левко”;

www.mysl.lviv.ua – веб-сайт „Країна міркувань”;

www.dytjachi-virshi.org.ua – авторський сайт „Віршики пана Назара.

Інтернет-сайти бібліотек та електронних бібліотек

<http://www.4uth.gov.ua> – веб-сайт Державної бібліотеки України для юнацтва (м. Київ);

<http://www.chl.kiev.ua> – веб-сайт Національної бібліотеки України для дітей;

<http://www.nbuv.gov.ua> – веб-сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського (м. Київ);

<http://www.bukvoid.com.ua> – веб-сайт “Буквоїд”;

<http://www.nplu.org> – веб-сайт Національної парламентської бібліотеки України (м. Київ);

<http://www.ukrbook.net> – веб-сайт Книжкової палати України імені Івана Федорова (м. Київ);

<http://library.zntu.edu.ua/res-libr-el.html> – веб-сайт “Бібліотеки в мережі Internet”;

<http://www.loc.gov> – веб-сайт Бібліотеки Конгресу США;

www.bnf.fr – Bibliotheque Nationale или BNF) — веб-сайт Національної бібліотеки Франції;

www.bl.uk – веб-сайт Британської бібліотеки.

Інтернет-сайти музеїв та картинних галерей України

<http://prostir.museum> – портал “Музеи Украины”;

<http://www.prostir.museum/sites/ua> – веб-сайт “Музейний простір України”;

<http://namu.kiev.ua> – веб-сайт Національного художнього музею України;

<http://www.warmuseum.kiev.ua> – веб-сайт Національного музею історії Великої Вітчизняної війни 1941 – 1945 років;

<http://hutsul.museum> – веб-сайт Національного музею народного мистецтва Гуцульщини та Покуття;

<http://museum.odessa.net/fineartsmuseum> – веб-сайт Одеського художнього музею;

<http://www.archaeology.odessa.ua> – веб-сайт Одеського державного археологічного музею;

<http://www.oweamuseum.odessa.ua> – веб-сайт Одеського музею західного і східного мистецтва;

<http://muzey.vn.ua> – веб-сайт Вінницького обласного краєзнавчого музею;

<http://www.museum.lviv.ua> – веб-сайт Львівського музею історії релігії;

<http://lvivgallery.org> – веб-сайт Львівської національної галереї мистецтв;

<http://honchar.org.ua> – веб-сайт Музею І.М. Гончара;

<http://www.chersonesos.org> – веб-сайт Національного заповідника “Херсонес Таврійський”;

<http://www.tmf-museum.kiev.ua> – веб-сайт Державного музею театрального, музичного і кіномистецтва України.

Періодичні видання:

1. Початкова школа
2. Початкова освіта
3. Початкове навчання та виховання
4. Учитель початкової школи

ДОДАТКИ

Додаток А

Конспект мультимедійного уроку з української мови

Клас: 3

Тема: Частини мови.

Мета уроку:

- Ознайомити учнів з поняттям «частини мови» та їхньою роллю у реченні.
- Навчити розрізняти іменник, дієслово та прикметник.
- Розвивати мовлення, увагу, спостережливість.
- Виховувати любов до рідної мови.

Обладнання та матеріали: комп'ютер, проектор, інтерактивна дошка, презентація PowerPoint «Частини мови», відео з YouTube (короткий мультик або пісенька про частини мови, наприклад: «Пісенька про частини мови»), інтерактивні вправи у LearningApps, роздатковий матеріал (картки зі словами).

Хід уроку

1. Організаційний момент (2 хв)

- Привітання, налаштування на роботу.
- Невеличка руханка (під мультимедійний супровід).

2. Мотивація та актуалізація знань (5 хв)

- Відкрите запитання: «А як ви думаєте, що таке частини мови?»
- Перегляд веселого відео «Пісенька про частини мови».

3. Вивчення нового матеріалу (10 хв)

- Демонстрація презентації:
- Слайд 1: Загальна назва – «Частини мови».
- Слайд 2: Іменник – «це слово, що називає предмети» + приклади (відео/анімація з ілюстраціями).
- Слайд 3: Дієслово – «слово, що означає дію».
- Слайд 4: Прикметник – «слово, що описує предмет».

Пояснення вчителя з використанням мультимедійних матеріалів.

4. Закріплення знань (10 хв)

Інтерактивна вправа:

1. У LearningApps – завдання «Знайди іменники, дієслова, прикметники».
2. Діти працюють у парах або групах: сортують картки зі словами (іменники – у зелену коробку, дієслова – у червону, прикметники – у жовту).

5. Рефлексія (5 хв)

Запитання:

- Що нового дізналися сьогодні?
- Яка частина мови вам найбільше запам'яталася?
- Міні-вікторина «Частини мови» (інтерактивна дошка).

6. Підсумки уроку (3 хв)

- Повторення основних понять.
- Підбадьорююче слово вчителя.

7. Домашнє завдання

- Вивчити визначення частин мови.
- У зошиті скласти по 3 приклади до кожної частини мови.

Додаткові поради:

1. **Візуальні елементи:** мультимедійні слайди мають бути барвистими й короткими, з мінімумом тексту.
2. **Руханка:** можна обрати інтерактивну з піснею, щоб діти розім'ялися й переключилися.
3. **Відео:** підбирайте відео до 3 хвилин, щоб не перевантажувати урок.
4. **Інтерактив:** робіть урок діалогічним – частіше питайте дітей, щоб вони були залучені.

Урок творчості «створюємо комікси»

Під час творчої роботи учні створюватимуть комікс, підготують сценарій, обговорять зовнішній вигляд героїв, спланують сюжет для коміксу, малюватимуть.

Вправа 1. «Знайди суперсилу» (2-3 хв) – робота в парах.

Вчитель роздає парам карточки з розмальовками супергероїв (у кожній парі – інший герой).

Вчитель дає завдання парі записати назву супергероя та його суперсилу (надздібність). Пара, яка виконала завдання раніше обумовленого часу, має хвилинку на розмальовку. Після 2 хв праці діти вивішують виконані завдання на дошку.

Вправа 2. «Суперсили для моєї родини» (10 хв) – фронтальний.

Учитель пропонує створити комікси про супергероїв. Кожен з учнів має обрати для членів своєї родини обрати необхідну суперсилу (надздібність). Тоді а мама стане не просто мамою, а – супермамою! Тато – супертатом! А ти – супердонькою або суперсином!!! Учитель роздає учням буклети (Додатки). Учні читають(фронтально) буклет “10 надздібностей супергероїв”. Після прочитання кожної надздібності вчитель обговорює з учнями кому з членів сім’ї потрібна саме ця надздібність (суперсила). Вчитель пропонує учням, щоб не забули, обвести номер обраної надздібності кружечком або записати поруч, кому з членів сім’ї, на їх погляд, вона необхідна.

Вправа 3. «Ми супер сім’я» (15-20 хв) – індивідуальна робота.

Вчитель роздає учням картки (Додаток 3) і пропонує визначитись з однією суперсилою, яка, на їх думку, найбільш необхідна їх мамі, татові, їм самим. Діти дописують в картці прізвище своєї сім’ї (Суперсім’я Ганик), ім’я кожного члена сім’ї і обрану для нього суперсилу, наприклад, Супермама Оксана володіє самокопіюванням. Діти придумують і малюють відповідну картинку, яка ілюструє обрану суперсилу.

Вправа 4 (3-5 хв) – презентація.

Вчитель пропонує учням, які швидше обумовленого часу виконали завдання представити перед класом результати роботи і повішати буклет на дошку (за допомогою магнітиків), щоб інші учні на перерві могли ближче ознайомитись.

З якими вміннями учні виходять із заняття:

- вміють складати історії за поданим планом, описувати героїв;
- розуміють як спланувати сюжет коміксу;
- володіють практичними навичками передачі створеної історії через малюнок (комікс).

Аудіальні медіа як людина пізнає світ через звук

Вправа 1. «Почуй і вгадай» (3-5 хв) – інтерактивне спілкування.

Учитель пропонує дітям прослухати кілька аудіотреків і вгадати, що саме вони озвучують.

Наприклад:

- авторалі;
- ричання ведмедя;
- плач немовляти;
- дзюркотіння струмочка;
- гудіння літака;
- скачки на іподромі;
- гуркіт грому, тощо.

До вправи додається інтерактивна бесіда:

- Чи легко було вгадати сюжет за звуком?
- Що виявилось найлегшим?
- Що не змогли вгадати?

Діти доходять висновку: якщо людина знайома з предметом, істотою чи явищем, які створюють певне звучання, то назвати їх за звуком неважко. Діти більше «візуали», ніж «аудіали». Тому бажано кожен запропонований сюжет, після вгадування його за звуком, показати на екрані. Діти зможуть проаналізувати, які візуальні картинки уявляли, коли слухали, або познайомляться з новими для них предметами, істотами, явищами.

Вправа 2. «Вгадай настрій за інтонацією» (5-7 хв) – рольова гра, робота в групах.

Учитель заздалегідь готує картки з однаковим нейтральним текстом (опис природи, явища, будівлі, рослини; розповідь про певну ситуацію; правило з підручника тощо). Але кожна картка містить завдання, з якою інтонацією слід прочитати цей текст. Діти в групі повторюють 1–2 хвилини. Потім кожна група по черзі представляє свій варіант звучання заданого тексту, а інші учні вгадують інтонацію. Представляти може один учень, якого обрала група, або це буде хорове читання. Якщо діти не можуть самостійно вгадати представлену інтонацію, вчитель може запропонувати картки з переліком різних видів інтонацій, а діти виберуть необхідну. Наприклад: «По всій території України живуть їжаки. Вони населяють ліси, луки, поля, захисні лісосмуги, сади, городи. Вдень їжаки проводять у кублі, полюють пізно ввечері та вночі. Живляться ці звірки здебільшого комахами. Окрім цього, їжаки поїдають жаб, ящірок, дрібних гризунів, нерідко яйця птахів, що гніздяться на землі. Вони навіть гадюк отруйних не бояться. Зимують їжаки проводять у сплячці, накопичивши для цього багато жиру. За період сплячки маса тіла їжачка зменшується на третину, а то й на половину». Прочитати текст: сердито, злякано, замріяно, хвальковито, здивовано, весело тощо.

До вправи додається інтерактивна бесіда:

- Чи легко було відтворити задану інтонацію?

- Чи легко було впізнати інтонацію?
- Чи змінювалося ваше ставлення до їжачка залежно від того, з якою інтонацією про нього говорили? Які почуття він у вас викликав?
- А як ми в житті ставимося до ситуацій, про які розповідають різними інтонаціями?

Наприклад: хлопчик-третьокласник швидко біг сходами, зіткнувся зі старшокласником і впав на підлогу. Учитель розповідає цю історію з різною інтонацією: весело, сумно, сердито. Учні доходять висновку, що від інтонації залежить їхнє ставлення до цього хлопчика: можна посміятися з такого «бігуна»; можна пожаліти, бо йому, можливо, боляче; можна розсердитися, бо не можна так необережно бігати по сходах. У будь-якої аудіальної новини є змістова наповнюваність та інтонаційне забарвлення, яке теж може маніпулювати нашим ставленням до цієї інформації.

Вправа 3. «Мамина колискова» (5-10 хв) – рольова гра з інтерактивним обговоренням. Ця вправа потребує попереднього підготування. Учитель ставить дискусійне питання: «Які звуки чує людина в своєму житті найпершими і чи можуть (і яким чином) вони вплинути на долю людини?» Під час обговорення діти дійдуть висновку, що перші звуки ще ненароджене немовля відчуває в материнському лоні. А коли дитинча народжується, з ним розмовляють усі члени родини, про щось розповідають. А малюк запам'ятовує спочатку тембр голосу, потім реагує на інтонацію (може заплакати від грубого звертання або посміхатися від ласкавих слів, якщо ще навіть не розуміє їх значення) і набагато пізніше усвідомлює вже зміст сказаного. Можна принести на заняття ляльку-немовля і попросити дітей (на бажання) щось їй розповісти (бо старші братики і сестрички теж виконують важливу роль у передаванні звукової інформації маленькій дитинці). Зазвичай найкраще це виходить у школярів, які мають у родині маленьких братів та сестер. Вони швидко зімітують те, як розмовляють з ними самі, і те, що бачать від батьків.

- Якою інтонацією ви розмовляєте з немовлям?
- Чому майже всі слова вживаєте в пестливій формі або змінюєте на «дитячий» лад?
- Що станеться, якщо голосно крикнути?
- Ви вже не немовлята. Як ви реагуєте на інтонацію співбесідника?
- Що можна зробити, щоб ваш роздратований (злий, сердитий) співбесідник змінив свою інтонацію на спокійнішу?

Далі вчитель розказує, як мама, співаючи колискові, не тільки присипляє малюка, а й передає йому певну інформацію про довколишній світ. Можна запропонувати послухати мамині колискові:

- запросити на заняття кілька мам (бабусь), щоб вони заспівали;
- заспівати самій учительці;
- зробити заздалегідь відео- або аудіозапис і продемонструвати дітям.

Сучасні діти дуже галасливі. Не перерві вони дуже голосно розмовляють (інколи кричать) навіть з дитиною, що стоїть поруч. Заспокоїти їх важко. Учитель підвищує свій голос, щоб його почули. Але цим просто додає загального галасу. Після цієї вправи домовтеся з дітьми провести «науковий експеримент»

(їм сподобається така мотивація): забезпечити на перерві режим «мамина колискова». Якщо тембр маминого лагідного, спокійного, доброго голосу під час співання колискової може заспокоїти крикливого малюка, то можна спробувати так само (тихо, лагідно, спокійно, по-доброму) розмовляти з усіма під час перерви. Чи зможуть учні вашого класу зробити перерву «тихішою» (але при цьому рухатися, гратися, розмовляти)? Проблемне питання: що треба зробити, щоб людина, до якої ти звертаєшся, тебе почула?

Вправа 4. «Музика як медіатекст» (3-5 хв) – активний відпочинок. Учитель пропонує дітям порухатися (рухи будь-які – від танцювальних до спортивних). Але є умова – вони повинні відповідати «музичному настроєві». Для цього вчитель вмикає добірку музичних уривків різного жанру і стилю (4–5 уривків по 15–20 секунд).

Після вправи обговорення:

- Яка музика на що вас спонукала?
- Чи бачили ви, що хтось з однокласників робив невідповідні до музичного стилю рухи? Чому?
- Які пристрої дають нам можливість слухати музику?
- Якщо музика так впливає на нашу поведінку, спробуйте скласти «музичне меню» на день: під яку музику прокидатися; під яку збиратися до школи; яку можна послухати на перерві; яка допоможе прибратися в кімнаті; яку варто увімкнути перед сном?
- Як ви розумієте поняття «режим тиші» і коли його, на вашу думку, необхідно вмикати?

Вправа 5. «Як жити, коли не чуєш» (5-10 хв) – перегляд мультфільму з обговоренням. Учитель питає дітей, чи змогли б вони виконати попередню вправу, якби не чули музики? Він розповідає, що на плані є багато дітей, які зовсім нечують (або дуже поганочують).

- У якому разі їм буде важко сприймати навколишній світ?
- Як ми можемо їм допомогти? Учитель пропонує переглянути мультфільм «Тамара» про глухоніму дівчинку та її мрію. Завантажити або переглянути можна за посиланням: <https://www.youtube.com/watch?v=nCQawIqi3Z0>.

Після перегляду інтерактивне обговорення:

- Які почуття викликав мультфільм?
- Яке життя Тамари?
- Яка в неї мрія?
- Чи здійсненна ця мрія?
- Чи підтримує її мама?
- Уявіть, що Тамара стала вашою однокласницею. Як їй буде в нашому колективі? Чому?
- Чи знаєте ви, як розмовляють глухі люди? Учитель пропонує переглянути відео, на якому показано алфавіт мовою жестів і пропонує показати своє ім'я.

Безпечний медіапростір: як медіа формують сприйняття світу

Необхідне обладнання: тест «Наскільки ти медіазалежний», зображення кошика, аркуші паперу А-4, олівці, стікери.

Вправа 1 (10 хв) – гра «Знайомство».

Учитель запитує учнів чи зареєстровані вони у соціальних мережах? Під справжнів чи під вигаданим? Вигадане ім'я, прізвисько, яке вживають користувачі соціальних мереж зоветься «нік», або «нікнейм» Учням пропонується придумати собі нік, або взяти вже існуючий, зобразити його за допомогою малюнка на стикері та презентувати асоціативний образ, прикріпивши листочок на дошку. Якщо у когось виникають запитання до самопрезентації, вони можуть задати питання.

- Чи важко було придумати собі нік? Чому?
- Чи виникали труднощі під час зображення асоціацій до нього?
- Яку форму передачі інформації ви обрали? Чому?

Вправа 2 (15 хв) – тестування «Наскільки ти медіазалежний».

Учитель пропонує дітям перевірити наскільки вони залежні від сучасних гаджетів. Для цього їм потрібно дати відповідь на запропоновані запитання, використовуючи оцінювальну шкалу. Шкала записана на дошці: «дуже рідко» – 1 бал «інколи» – 2 бали «часто» – 3 бали «дуже часто» – 4 бали «завжди» – 5 балів

1. Чи ти порушуєш часові рамки, встановлені батьками для користування інтернетом?

2. Наскільки часто не виконуєш свої обов'язки по дому, щоб провести більше часу в онлайн?

3. Наскільки часто обираєш онлайн розваги замість спілкування з родиною?

4. Наскільки часто знайомишся онлайн?

5. Наскільки часто батьки нарікають на кількість часу, проведеного тобою в інтернеті?

6. Наскільки часто твоє навчання страждає через кількість часу проведеного в інтернеті?

7. Наскільки часто передовсім перевіряєш електронну скриньку, перш ніж зайнятись чимось іншим?

8. Наскільки часто обираєш інтернетспілкування замість спілкування з оточуючими?

9. Наскільки часто не відповідаєш на запитання про те, що чим займався онлайн?

10. Наскільки часто батьки заставляли тебе, коли заходив(ла) в інтернет без їх дозволу?

11. Наскільки часто проводиш час в своїй кімнаті, граючи в комп'ютерні ігри?

12. Наскільки часто відповідаєш на «дивні» дзвінки від нових «інтернет-друзів»?

13. Настільки часто огризаєшся, кричиш чи дратуєшся, якщо тебе потурбували під час перебування в інтернеті?

14. Настільки часто відчуваєш пригнічення, погіршення настрою, нервуєш, коли знаходишся поза інтернетмережею, а коли повертаєшся в інтернет, це все зникає?

Підсумок. Якщо набрано 30-49 балів, варто врахувати серйозний вплив Інтернету на твоє життя. Якщо 50 балів і більше, у тебе можна діагностувати інтернетзалежність із необхідно звернутися до фахівця.

Вправа 3 (5 хв) – бесіда.

В інформаційному суспільстві на психіку людини тисне надмірний обсяг інформації. Медіаінформація, представлена у вигляді поліформатної та різнозмістової медіапродукції, не завжди конструктивна. Часто-густо, це інформація, яка: принижує честь і гідність особистості; викликає роздратування або інші негативні емоції; намагається здійснити підміну цінностей; нав'язує позицію, що суперечить поглядам і переконанням людини; намагається впливати на вчинки та поведінку особистості, маніпулювати нею. Психологічна медіагігієна спрямована на те, що медіаспоживач має розуміти й розрізняти на практиці медіаінформацію із вказаними ознаками. (Згадаймо прийом «фільтрування»!) Не знайома із захисними засобами людина може стати жертвою інформаційної обробки, підпасти під маніпулятивний вплив, перенаситити свою свідомість непотрібними образами та смислами, що у свою чергу може призвести до руйнування її як особистості. Гігієна у сфері медіа – медіагігієна спрямована на запобігання шкідливому впливу медіаінформації на здоров'я людини. Навички психологічної медіагігієни досить специфічні. Вони проявляються не як здатність якісно обробляти медіаінформацію, а як уміння обмежувати її вплив на власну свідомість, контролювати емоції та відчуття, об'єктивно оцінювати вчинки, до яких підштовхують контакти з медіа, та передбачати можливі негативні наслідки. Особистість, у якої відсутні ці уміння, стає об'єктом впливу, маніпулювання.

- Наведіть знайомі вам вправи для захисту від непотрібної інформації?

- Чи використовуєте ви їх під час користування гаджетами?

Вправа 4 (20 хв) – робота в групах «Кошик ідей».

Учитель об'єднує дітей в 3 групи для виконання практичної роботи: складання рекомендацій як уникнути медіазалежності. Свої поради вони записують на окремих аркушах, а потім презентують. Вчитель наголошує на тому, аби кожна група фіксувала ті поради, які схожі або співзвучні з їх. Під час презентації учасники можуть ставити питання, а також уточнювати певні деталі. Потім колективно під керівництвом учителя складають загальні рекомендації і записують їх на одному аркуші, а за можливістю роздруковують для всіх учасників. З якими вміннями учні виходять із заняття:

- усвідомлюють, що медіа маніпулятивні і створюють штучну реальність, наслідки неконтрольованого контакту з медіа;

- з початковими уявленнями про медіагігієну;

- вмінням аналізувати інформацію про себе, свій стан, свої потреби в процесі контактів з медіасередовищем.

Навчальне видання

Укладач:
А. А. БОБРО

ОСНОВИ МЕДІАОСВІТИ У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ

Навчально-методичний посібник

Технічний редактор – І. П. Борис
Верстка та макетування – О. В. Борщ

Підписано до друку 19.06.25 р.
Гарнітура Computer Modern.
Замовлення № 147

Формат 60x84/16
Обл.-вид. арк. 4,6
Ум. друк. арк. 4,7

Папір офсетний
Ел. вид-ння



Ніжинський державний університет
імені Миколи Гоголя.
м. Ніжин, вул. Воздвиженська, 3^А
(04631)7–19–72
E-mail: vidavn_ndu@ukr.net
www.ndu.edu.ua

Свідectво суб'єкта видавничої справи
ДК № 2137 від 29.03.05 р.