

Донецька обласна державна адміністрація
Департамент освіти і науки
Донецький обласний палац дитячої та юнацької творчості

МЕДІАОСВІТА ЯК СКЛАДОВА ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ



Слов'янськ – 2025

**Донецька обласна державна адміністрація
Департамент освіти і науки
Донецький обласний палац дитячої та юнацької творчості**

Медіаосвіта як складова освітнього процесу

*Друкується за ухвалою науково-методичної ради
Донецького обласного палацу дитячої та юнацької творчості
(протокол № від 11.06.2025.)*

Укладачі:

Аханкіна А. О., практичний психолог Донецького обласного палацу дитячої та юнацької творчості, керівник гуртка «Школа стійкості».

Ліхута О. В., методист методичного відділу Донецького обласного палацу дитячої та юнацької творчості, керівник гуртка «Світ українського слова».

Соколенко Т. М., завідувач методичного відділу Донецького обласного палацу дитячої та юнацької творчості, кандидат педагогічних наук.

Інформаційний гайд «Медіаосвіта як складова освітнього процесу» презентує проблему медіосвіти в сучасному освітньому просторі з акцентом на медіаграмотність та психологічні і соціальні аспекти впливу медіа на особистість.

Інформаційний гайд буде корисним для педагогів, вихованців гуртків та всіх, хто прагне не лише споживати інформацію, а й осмислено взаємодіяти з медіапростором.

ПЕРЕДМОВА

У сучасному світі медіа стали невід’ємною частиною нашого повсякденного життя, впливаючи на формування світогляду, соціальних зв’язків і особистісних переконань. Від новинних ресурсів до соціальних мереж – інформаційний потік є безперервним, але його якість та достовірність далеко не завжди відповідають реальності. Саме тому питання медіаосвіти та формування медіаграмотності набувають особливої актуальності.

Інформаційний гайд є комплексним зібранням, який розглядає ключові аспекти медіаосвіти, її сутність, модель та вплив на формування особистості, детально проаналізовано:

- *сутність медіаосвіти та суміжні поняття* – визначено основні терміни та концепції, що стосуються медіаосвіти, розглянуто її еволюцію та місце в сучасній системі освіти. Окрема увага приділяється різним підходам до медіаосвіти в Україні та за кордоном, а також їх значущості в епоху цифрової трансформації;
- *модель медіаграмотності* – викладено структурований підхід до розвитку медіакомпетенцій. Розглянуто чотири блоки: розуміння, використання, комунікація та стратегія. Особливу увагу приділено формуванню критичного мислення, аналізу медіаконтенту та вмінню захищатися від інформаційних маніпуляцій;
- *психологічні та соціальні аспекти впливу медіа* – презентовано, як медіаформати впливають на когнітивні процеси, емоційний стан, соціальні зв’язки та поведінку. Окремо акцентовано увагу на таких проблемах, як кібербулінг, залежність від соціальних мереж та формування стереотипів через медіаконтент.

Важливим аспектом інформаційного гайду є не лише надання теоретичних знань, а й розвиток практичних навичок критичного аналізу медіапродукції. В сучасному інформаційному суспільстві кожен має бути здатним відрізнити достовірні факти від маніпуляцій, критично оцінювати джерела інформації та розуміти механізми впливу медіа на свідомість.

Донецький обласний палац дитячої та юнацької творчості

МЕДІАОСВІТА: СУТНІСТЬ ТА СУМІЖНІ ПОНЯТТЯ



Тетяна СОКОЛЕНКО,
кандидат педагогічних наук, доцент,
завідувач методичного відділу

Розвиток країни та її входження у всесвітній інформаційний простір спонукає до появи нових напрямків освіти, серед яких актуальною є медіаосвіта.

На меті є актуальність проблеми, визначення підходів до поняття «медіаосвіта» та суміжних понять.

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

1. Високий рівень споживання масмедіа та насиченість сучасних суспільств їх продуктами.
2. Ідеологічна важливість медіа та їхній вплив на свідомість аудиторії.
3. Швидке зростання кількості медійної інформації, посилення механізмів управління нею та її розповсюдження.
4. Інтенсивність проникнення медіа в основні демократичні процеси.
5. Зростання значущості візуальної комунікації та інформації в усіх галузях.
6. Необхідність навчання вихованців/студентів з орієнтацією на відповідність сучасним вимогам.
7. Національні та міжнародні процеси приватизації інформації, що пришвидшуються.

8. До цих причин І. Жилавська додала ще одну: «пожовтіння» масмедіа та зниження загального рівня медійної продукції, яке, як зворотну реакцію, викликає до життя потребу в освітніх технологіях в галузі масмедіа

**АКТУАЛЬНІСТЬ МЕДІАОСВІТИ
У СУЧАСНОМУ СВІТІ**





1. Високий рівень споживання масмедіа
2. Ідеологічна важливість
3. Швидке зростання кількості медійної інформації
4. Інтенсивність проникнення медіа
5. Зростання значущості візуальної комунікації та інформації в усіх галузях
6. Необхідність навчання школярів/студентів
7. Національні та міжнародні процеси приватизації інформації, що пришвидшуються
8. «Пожовтіння» масмедіа та зниження загального рівня медійної продукції




Термін «медіаосвіта» є досить складним для визначення, тому що він має різні інтерпретації та різні відтінки значень в залежності від контексту використання.

Термін «*media*» походить від латинського «*medium*» «посередник» на позначення засобів передавання, зберігання та відтворення інформації.





«медіа»

від латинського

«*medium*» - «посередник»

І тільки з середини XIX ст. «медіа» вживається в сучасному розумінні – поширення повідомлень за допомогою спеціальних технічних засобів зв'язку (пошта, телеграф).

З розвитком радіо, кіно, телебачення на початку XX ст. виникає поняття «масмедіа» як аналог ЗМІ – засобам масової інформації.

Єдиної теорії медіаосвіти у світі не було і немає. Аналіз восьми теорій, виділених О. Федоровим показує їх незаперечне походження від відповідних теорій масової комунікації. Які ж саме теорії були названі?

Перша – ідеологічна теорія медіаосвіти. Її прихильники вважають, що медіа маніпулює громадською думкою, зокрема в інтересах визначених класів, рас та націй. Дитяча аудиторія є найлегшою мішенню впливу медіа. О. Федоров вважає, що на сьогодні ідеологічна теорія частково втратила свої позиції та класовий підхід змінений на національно-регіональний та соціально-політичний.

Друга – протекціоністська (ін'єкційна, захисна, щепленева) теорія медіаосвіти. Ця теорія також називається протекціоністською (захист від шкідливого впливу медіа), громадянського захисту (те саме), культурних цінностей (які протиставляються контенту медіа). Прихильники цієї теорії вважають, що медіа здійснюють сильний та негативний вплив на аудиторію. Зокрема, діти сприймають зображення насилля на екрані за зразок, який запроваджують у реальному житті. Аудиторія тут є масою пасивних споживачів, не здатною зрозуміти сутність медіаповідомлень.

Метою медіаосвіти є пом'якшення негативного ефекту сильного залучення до медіа. Педагоги показують різницю між реальним та віртуальним життям, протистоять негативному медіаконтенту. Основна увага приділяється проблемам негативного зображення насильства та сексизму.

Третя – теорія медіаосвіти як джерело задоволення потреб аудиторії. Тут визнається, що вплив медіа на аудиторії обмежений, вихованці можуть самі обрати та оцінити медіатекст відповідно до своїх потреб. Таким чином, мета медіаосвіти полягає в тому, щоб допомагати вихованцям використовувати медіа з максимальним ефектом.

Четверта теорія – практична теорія медіаосвіти. Ще використовують назву «медіаосвіта як таблиця множення» (мається на увазі таке ж автоматичне вміння працювати з медіа, як і рахувати за допомогою таблиці множення). Вплив медіа тут також визнається обмеженим, а основним завданням є навчити вихованців використовувати медіаобладнання. Тобто головна увага приділяється вивченню технічної сторони та навчанню використання приладів, в тому числі і для створення власного медіаконтенту. Звідси гуртки операторів, фотографів тощо.

П'ята – естетична чи художня теорія медіаосвіти. Її походження йде, мабуть, від культурологічної теорії масової комунікації. Метою медіаосвіти є допомога аудиторії в розумінні основних законів та мови медіа як різновиду мистецтва, розвивати естетичне сприйняття та смак. Тому основний зміст медіаосвіти спирається на вивчення мови медіакультури, її історії, авторського світу творців. Педагоги навчають вихованців критичному аналізу художніх медіатекстів, їх інтерпретації та кваліфікованій оцінці.

Шоста – семіотична теорія. Звичайно, вона ґрунтується на працях структуралістів. Медіапедагоги цього напрямку стверджують, що медіа часто намагаються приховати знаковий характер своїх текстів. Таким чином, роль медіаосвіти допомогти пасивній аудиторії правильно читати тексти медіа. Основним змістом навчання стають коди та «граматика» медіатексту, тобто мова медіа, а стратегією – навчання правилам декодування медіатексту, опис його змісту, асоціацій, особливостей мови тощо. При цьому

знаковий характер мають будь-які тиражовані предмети, наприклад, туристичні путівники, обкладинки журналів. «Непрозорість» тексту пояснюється ще й тим, що медіа не відображають реальність, а представляють її.

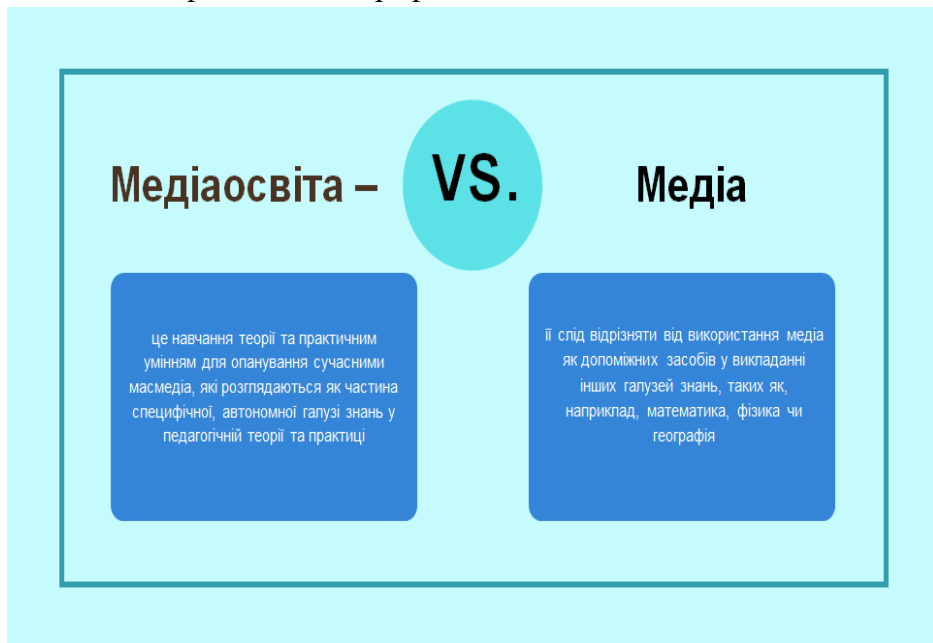
Сьома теорія – медіаосвіта репрезентується як *засіб формування критичного мислення*. Медіа тут представлені як четверта влада, котра може диктувати пріоритети (порядок денний) для аудиторії.

Метою медіаосвіти є захист аудиторії від маніпуляційного впливу медіа, навчання орієнтації в медійному потоці. Педагог у процесі занять вивчає з вихованцями вплив медіа на індивідів та суспільство за допомогою кодів (символів), розвиває критичне мислення стосовно медіаматеріалів. Вихованці мають уміти розпізнавати однобічну чи перекручену інформацію (особливо телевізійну, бо вважається, що та має більший вплив). Тобто у вихованців виробляється імунітет до бездоказовості, замовчування, брехні. Метою є людина, підготовлена до сприйняття інформації масмедіа, здатна повноцінно зрозуміти та проаналізувати її, протистояти маніпуляційним впливам.

Восьма – культурологічна теорія. Її прихильники вважають, що медіа пропонує, а не нав'язує інтерпретацію текстів. Аудиторія завжди перебуває у процесі діалогу з медіатекстами та їхнього оцінювання. Аудиторія самостійно аналізує контент, вкладає в нього свою інтерпретацію. Головною метою медіаосвіти є допомогти вихованцям зрозуміти, як медіа можуть збагатити сприйняття, знання тощо. Відповідно остаточної визначеності в цьому терміні ще немає

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

Медіаосвіта – це навчання теорії та практичним умінням для опанування сучасними масмедіа, які розглядаються як частина специфічної, автономної галузі знань у педагогічній теорії та практиці; її слід відрізняти від використання медіа як допоміжних засобів у викладанні інших галузей знань, таких як, наприклад, математика, фізика чи географія.



Як бачимо, фахівці ЮНЕСКО чітко відокремлюють опанування медіа від їх використання як знаряддя при навчанні іншим наукам.

Медіаосвіта належить до основних прав людини і вона повинна тривати, вдосконалюватися протягом усього життя. Вона має дати людям можливість зрозуміти, як масова комунікація використовується в їхніх соціумах, навчитися використовувати медіа в комунікації з іншими людьми. На думку фахівців ЮНЕСКО, медіаосвіта є *частиною основних прав кожного громадянина* будь-якої країни світу на свободу самовираження і права на інформацію та є інструментом підтримки демократії.

Медіаосвіта належить до основних прав людини і вона повинна тривати, вдосконалюватися протягом усього життя



При цьому медіаосвіта рекомендується для запровадження в національні навчальні плани всіх держав, у систему додаткової, неформальної та «пожиттєвої» освіти.

Звернемось до визначення з сучасної «Енциклопедії освіти», де медіаосвіта – це «технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, розповсюдження, сприйняття інформації та обміну її між суб'єктом (автором медіатексту) і об'єктом (масовою аудиторією), а саме: друк, фотографія, радіо, кінематограф, телебачення, відео, мультимедійні комп'ютерні системи, включаючи Інтернет» Звичайно, таке формулювання абсолютно неправильне. *Автори плутають медіаосвіту та власне масмедіа.*

Енциклопедія освіти

**Медіаосвіта
– це**



технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, розповсюдження, сприйняття інформації та обміну її між суб'єктом (автором медіатексту) і об'єктом (масовою аудиторією), а саме: друк, фотографія, радіо, кінематограф, телебачення, відео, мультимедійні комп'ютерні системи, включаючи Інтернет.

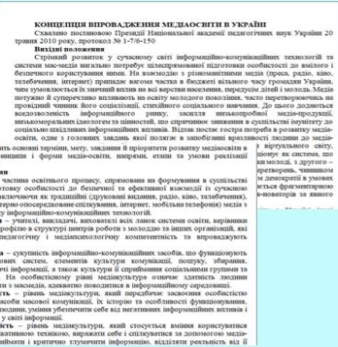
Розуміння медіаосвіти зарубіжними та вітчизняними педагогами суттєво відрізняється. Якщо на Заході наголос робиться на формуванні автономної від медіа особистості, то в Україні – на опануванні медіаобладнанням та використанні можливостей медіа в освітньому процесі.



Щодо становлення медіаосвіти в Україні. 20 травня 2010 року постановою Президії Національної академії педагогічних наук України була схвалена Концепція впровадження медіаосвіти в Україні 2010 р. Згідно з цією Концепцією медіаосвітою вважається *частина освітнього процесу*, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою масмедіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, Інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

МЕДІАОСВІТА

частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою масмедіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, Інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.



Загальні принципи медіаосвіти.

Медіаосвітні принципи формування медіакультури

особистості становлять загальні системо утворюючі психолого-педагогічні вимоги, які розкриваються у наступних положеннях:

- в умовах інформаційного суспільства, повсюдного *поширення медіакультури як нової реальності*, медіаосвіта є обов'язковою;
- медіаосвіта пов'язана з динамічними змінами в інформаційному та медійному просторі й саме тому тривалість медіаосвітнього процесу для кожної особистості має здійснюватися протягом усього життя;
- особливою *місією медіаосвіти є роз'яснення ілюзорності та репрезентативності медіапродукції* й візуальної зокрема, яка не є точним відбиттям реальності; якщо ілюзорність полягає передусім у технічній природі медіавізуального образу, то репрезентативність – у конструюванні іншої «реальності», яка презентує ті чи інші ідеологічні, моральні цінності, інтереси, за якими стоять певні групи людей, впливові авторитети, бізнесові корпорації, політичні сили й просто авторське бачення реальності журналістськими, а тим більше, мистецькими професійними колами;
- *медіаосвіта – дослідницький процес*: практичні завдання мають переважати інформаційно-теоретичну частину; медіаосвіта надає

вихованцям загальні знання з медіаісторії, висвітлює закономірності функціонування ЗМК, сприяє формуванню індивідуального медіаімунітету щодо негативного аспекту медіареальності;

➤ *медіаосвіта має формувати критичне мислення, орієнтувати молодь на критичне сприймання медіапродукції, відчувати від пасивного й безумного її споживання, спрямовувати на розвиток автономного ставлення до інформації загалом й медіапродукції зокрема;*

➤ *медіаосвіта, як особлива галузь знань, формує не лише свідомого компетентного медіаспоживача, а й людину з незалежним від стереотипів мисленням, стимулює розвиток її творчого потенціалу як у процесі сприймання медіатекстів, так і у створенні власних медіаконтентів; набуті знання, навички, уміння повинні мати практичний вихід та здійснюватися у: взаємодії з медіа, навчанні, реалізації власних ідей, побутовій, комунікативній сферах тощо.*

➤ *медіаосвіта є новою формою інтерактивної взаємодії між вихованцями та педагогами, передбачає умови для діалогу, взаємного навчання;*

➤ *медіаосвіта спрямована насамперед на групову форму навчання й оптимізацію комунікативних здібностей вихованців.*

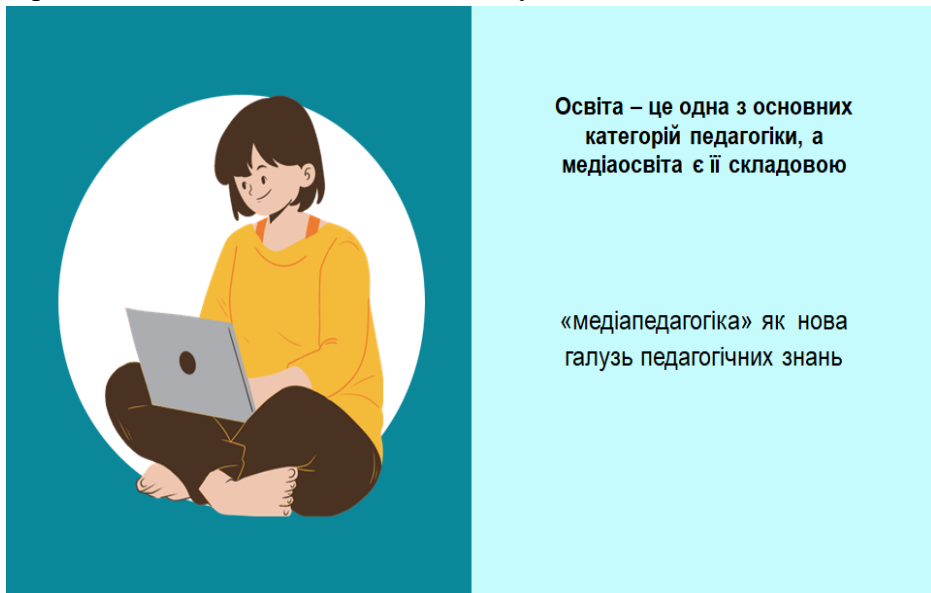
Загальні принципи медіаосвіти:

- поширення медіакультури як нової реальності;
- медіаосвіта пов'язана з динамічними змінами в інформаційному та медійному просторі;
- місією медіаосвіти є роз'яснення ілюзорності та репрезентативності медіапродукції;
- медіаосвіта – дослідницький процес;
- медіаосвіта має формувати критичне мислення;
- особлива галузь знань;
- нова формула інтерактивної взаємодії між вихованцями та педагогами;
- оптимізація комунікативних здібностей вихованців.



Перейдемо до **суміжних понять**. І перше з них – *медіапедагогіка*.

Звертаємо увагу на те, що освіта – це одна з основних категорій педагогіки, а медіаосвіта є її складовою. Це не заперечують більшість авторів, більш за те, вони користуються терміном «медіапедагогіка» як нова галузь педагогічних знань.



На причетність медіаосвіти до педагогічної галузі показує навіть перше визначення явища, запропоноване Радою ЮНЕСКО в 1973 році, де медіаосвіта подається як «навчання теорії та практичним умінням для оволодіння сучасними засобами масової комунікації, що розглядаються як частина специфічної та *«автономної галузі знань у педагогічній теорії та практиці»*.

Для того, щоб провести наукову ідентифікацію медіапедагогіки та медіаосвіти, варто відпрацювати її методологічні засади. Визначити об'єкт, предмет, ціль, задачі та зміст медіапедагогіки. Спираючись на визначення педагогічних категорій, винайти їх специфіку стосовно медіапростору, дати визначення основним категоріям медіапедагогіки.

Об'єктом медіапедагогіки є медіаосвіта. За аналогією з педагогікою, де освіта визначається як процес і результат навчання та виховання, медіаосвіта – це процес і результат медіанавчання та медіавиховання.

За аналогією, предметом медіапедагогіки є взаємодія людини з медіапростором. Визначений таким чином предмет медіапедагогіки диктує мету та завдання останньої – налагодження стосунків особи з медіапростором, при нормальному їх плині – організацію, при певних деформаціях – нормалізацію останніх. Результат освітнього процесу, що лежить у основі медіапедагогіки, становить собою медіакультуру особи та суспільства, як то культуру цінностей (аксіологічну), та культуру діяльності.

Об'єктом медіапедагогіки є медіаосвіта

**Предметом медіапедагогіки є взаємодія людини
з медіапростором**

**Результат освітнього процесу - медіакультура
особи та суспільства**



Виходячи з визначення медіаосвіти, доцільно розглянути її **складові: медіанавчання та медіавиховання.**

Медіанавчання – це процес взаємодії особи з медіапростором, з метою передачі та засвоєння існуючого, і створення нового досвіду медіаспілкування (взаємодії).

Медіанавчання – це

процес взаємодії особи з медіапростором, з метою передачі та засвоєння існуючого, і створення нового досвіду медіаспілкування (взаємодії)

Основні компоненти:

- знання та способи діяльності;
- медіаграмотність;
- інтереси;
- медіаторчість;
- ставлення;
- медіакультура.

Основними компонентами такого досвіду є *знання, способи діяльності* (уміння та навички), *досвід творчої діяльності* та *досвід емоційно-ціннісних відношень* (мотиви, потреби, інтереси, ставлення тощо). Їх поєднання в єдине ціле відбувається шляхом включення попередніх до складу наступних. Два перші компоненти (знання та способи діяльності) в теорії та практиці медіаосвіти фігурують як *медіаграмотність*, третій *інтереси* – як *медіаторчість*, четвертий *ставлення* що поєднує в собі попередні, – як *медіакультура*.

Відповідно до цього, можна сказати, що на сучасному етапі ми умовно знаходимося на рівні формування медіаграмотності, де основний наголос ставиться на *формування умінь і навичок*. Відповідно до класифікації останніх (загальнонавчальні, пізнавальні, комунікативні, специфічні), кожні з них, наповнюючись медіазмістом, формують і доповнюють особистісні механізми – учіння, пізнання, спілкування та творчості.

Медіадидактика – теорія навчання за допомогою медіа, що включає у себе цілі, зміст, організаційні форми, способи і засоби, що допомагають розвитку медіаграмотності та формуванню медіакомпетентності.

МЕДІАДИДАКТИКА – ТЕОРІЯ НАВЧАННЯ ЗА ДОПОМОГОЮ МЕДІА, ЩО ВКЛЮЧАЄ У СЕБЕ ЦІЛІ, ЗМІСТ, ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ, СПОСОБИ І ЗАСОБИ, ЩО ДОПОМАГАЮТЬ РОЗВИТКУ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ТА ФОРМУВАННЮ МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ.

МЕДІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ – ЦЕ СПОСОБИ ПОБУДОВИ ДІЯЛЬНОСТІ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МЕДІА ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ ПЕДАГОГІЧНИХ ЦІЛЕЙ.

Медійні технології навчання – це способи побудови діяльності із застосуванням медіа для досягнення педагогічних цілей. Вони містять й інформаційні технології навчання, що являють собою сукупність сучасної комп’ютерної та медійної техніки, засобів телекомунікаційного зв’язку, інструментальних програмних засобів, що забезпечують інтерактивний програмно-методичний супровід сучасних технологій навчання

Медіавиховання

– розділ медіапедагогіки, покликаний формувати світогляд, інтереси, потреби, ідеали, мотиви, ціннісні орієнтації, свідомість, переконання, судження, а також конкретні риси характеру, якості особистості, моделі поведінки та розвивати культуру людини засобами масової комунікації.



Медіакультура

Концепції впровадження медіаосвіти в Україні: «на особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно комунікувати з масмедіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі».



Характеристиками медіакультури, які розкривають її сутність, є: медіаграмотність та медіакомпетентність.

Більшість учених зауважують, що *медіаграмотність* – це характеристика сучасної особистості; вміння аналізувати та синтезувати медійну реальність, вміння «читати» медіатекст, здатність використовувати медійну техніку, знання основ медіакультури, тобто *результат медіаосвіти*. Відповідно, з останнього визначення випало головне: критичне сприйняття інформації, здатність протистояти маніпуляційним впливам.

Медіаграмотність – характеристика медіакультури, яка стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомоги медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують.



МЕДІАГРАМОТНІСТЬ –

це характеристика сучасної особистості;
вміння аналізувати та синтезувати медійну
реальність, вміння «читати» медіатекст,
здатність використовувати медійну техніку,
знання основ медіакультури, тобто результат
медіаосвіти



Компетентність – це *вимога* до фахівця

Медіакомпетентність – *професійна* медіаграмотність

Взагалі, *медіаосвіта* у ціннісній системі координат представляється як інститут громадянського виховання. Її предметом є взаємодія людини з медіа, система знань та вмінь, необхідних людині для повноцінного сприйняття та аналізу медіатекстів, для соціокультурного розвитку творчої особистості.

**МЕДІАОСВІТА У ЦІННІСНІЙ СИСТЕМІ КООРДИНАТ
ПРЕДСТАВЛЯЄТЬСЯ ЯК
ІНСТИТУТ ГРОМАДЯНСЬКОГО ВИХОВАННЯ**

Проблема медіасоціалізації: негативний вплив засобів масової комунікації на особистість. Нові медіа надали молодим людям нове середовище і засоби для соціалізації.

Визначення медіаосвіти, запропоноване у *Вільній багатомовній енциклопедії*: *медіаосвіта* виступає частиною освітнього процесу, який спрямований на формування в суспільстві її компонентів (медіакультури, медіаграмотності, медіакомпетентності тощо); завданнями *медіаосвіти* є підготовка особистості до безпечної й ефективної комунікації з різноманітними її засобами. (мова йде про вміле використання як традиційних, так і новітніх медіа, з урахуванням

різноманітних нових технологій, що мають відношення до інформаційно-комунікативних процесів).



ВІЛЬНА БАГАТОМОВНА ЕНЦИКЛОПЕДІЯ

Медіаосвіта виступає частиною освітнього процесу, який спрямований на формування в суспільстві її компонентів (медіакультури, медіаграмотності, медіакомпетентності тощо).

Завданнями медіаосвіти є підготовка особистості до безпечної й ефективної комунікації з різноманітними її засобами.

Розуміння медіаосвіти зарубіжними та вітчизняними педагогами суттєво відрізняється. Якщо на Заході наголос робиться *на формуванні автономної від медіаособистості*, то в Україні – на опануванні медіаобладнанням та використанні можливостей медіа в освітньому процесі.

Фахівці ЮНЕСКО вважають, що медіаосвіта як частина прав на самовираження та інформацію належить до основних прав та свобод людини. Медіаосвіта має тривати все життя людини. Медіаосвіта дає людині можливість самозахисту. У наукових працях більшості західних вчених під медіаосвітою розуміють навчання особистості критично-рефлексивному застосуванню ЗМІ.

Теоретичні розробки українських вчених спрямовані на опанування медіаобладнанням та використання можливостей медіа в освітньому процесі, а не на формування автономної від медіа особистості.

**РОЗУМІННЯ МЕДІАОСВІТИ ЗАРУБІЖНИМИ ТА ВІТЧИЗНЯНИМИ
ПЕДАГОГАМИ СУТТЄВО ВІДРІЗНЯЄТЬСЯ**

на Заході

VS.

в Україні

наголос робиться на
формуванні автономної від
медіа особистості

на опануванні
медіаобладнанням та
використанні можливостей
медіа в освітньому процесі

Зважаючи на те, що вітчизняна медіаосвіта знаходиться не лише у стані становлення, а й у «культурному діалозі» з системою світового медіаосвітнього досвіду та практики, вона має певну «перевагу» відбирати та обирати найкраще з досягнутого.

**Медіаосвіта є сучасним викликом сьогодення і
необхідною складовою у професійній
підготовці будь-якого фахівця.**



Донецький обласний палац дитячої та юнацької творчості

МОДЕЛЬ МЕДІАГРАМОТНОСТІ

Оксана ЛІХУТА,

методист методичного відділу,
керівник гуртка "Світ українського слова"

З'ясувавши поняття медіаграмотність та медіакомпетентність, ознайомившись з загальними принципами медіаосвіти, можна дійти висновку про те, що медіаосвіта дійсно сучасний виклик сьогодення у професійній підготовці будь-якого фахівця.

Варто ще раз акцентувати увагу на *критеріях медіаграмотності*:

- розуміння видів впливу медіа на людину і суспільство;
- вміння уникати маніпуляцій;
- уміння здійснювати правильний вибір медіа;
- вміння користуватися різними медіатехнологіями, вести пошук необхідної інформації;
- уміння самому створювати медіапродукти.

Так, безумовно! Критерії медіаграмотності допомагають сучасному фахівцю критично оцінювати інформацію, уникати маніпуляцій, перевіряти джерела та ефективно комунікувати в цифровому середовищі.

КРИТЕРІЇ МЕДІАГРАМОТНОСТІ:

- розуміння видів впливу медіа на людину і суспільство;

- вміння здійснювати правильний вибір медіа;

- вміння уникати маніпуляцій;

- вміння користуватися різними медіатехнологіями;

- вміння самому створювати медіапродукти.

Нідерландською організацією, яка спеціалізується на медіаграмотності, розроблено *модель медіаграмотності педагога*. Вона має 4 блоки:

1. Розуміння
2. Використання
3. Комунікація
4. Стратегія

МОДЕЛЬ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ПЕДАГОГА



Перший блок – **розуміння** (описує пасивне розуміння роботи медіа):

1. розуміння зростаючого впливу ЗМІ на суспільство;
2. розуміння того, як побудовані ЗМІ;
3. розуміння того, як ЗМІ забарвлюють нашу реальність.



1. Розуміння все більшого впливу ЗМІ на суспільство. Вплив медіа на суспільство має як позитивний, так і негативний характер. *Бути медіаграмотним* – це значить чітко розуміти характер впливу медіа на сучасне суспільство, адже медіаграмотність починається з усвідомлення цього процесу та його наслідків.

2. Розуміння того, як побудовані ЗМІ. Велика частина медіаконтенту надходить до нас повністю сформованою. – ми бачимо вже готові газети, фільми й рекламні ролики. Всі вони спрямовані на певну цільову групу. Так, наприклад, телеканали адаптують свої програми на основі отриманих рейтингів, видавці

журналів зосереджують увагу на конкретній тематиці, мові й дизайні, щоб привернути увагу обраних цільових аудиторій.

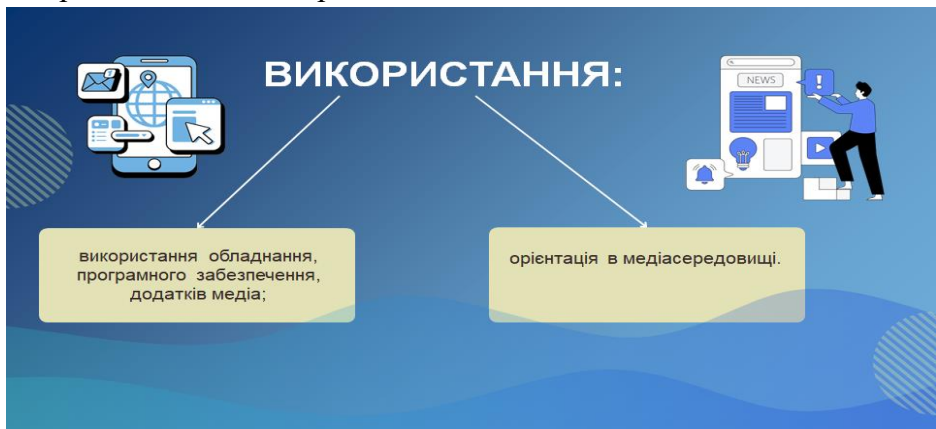
Бути медіаграмотним означає *розуміти, як вибір цільової групи впливає на медіаформати та зміст*, розуміти внутрішню логіку різних ЗМІ і як вона впливає на повідомлення, що передаються.

3. Розуміння того, як медіа забарвлюють реальність. Засоби масової інформації часто, особливо у рекламі не завжди подають адекватну чи релевантну інформацію. Роблять акцент на просуванні товару ідеї тощо. *Бути медіаграмотним означає розуміти, що медіа не завжди презентують дійсність*, щоб мати можливість висловлювати компетентні судження.

Другий блок – **використання** (описує наше *активне* використання медіа).

Складається з двох *чинників*:

1. використання обладнання, програмного забезпечення, додатків медіа;
2. орієнтація в медіасередовищі.



1. Використання обладнання, програмного забезпечення й додатків медіа. Активна участь у житті медійного суспільства починається з технічних навичок використання медіа.

Вони варіюються від простих завдань. Наприклад: використовувати мишку або відкривати вкладення, до складніших навичок –

налаштувати інтернет на мобільному телефоні або створити презентацію, й до дуже складних вмінь, таких як редагування відео або створення вебсайтів. *Бути технічно майстерними означає вміти обмежити користувацькі ризики.* Медіаграмотні люди вибирають безпечні паролі, використовують безпечний перегляд і встановлюють додатки для захисту від крадіжки на свої планшети. *Бути медіаграмотним означає бути відкритим для використання нових засобів масової інформації, при цьому не ставши їхнім рабом.* Це означає активно вивчати нові програми та технології, але не піддаватися на будь-яку нову рекламу.

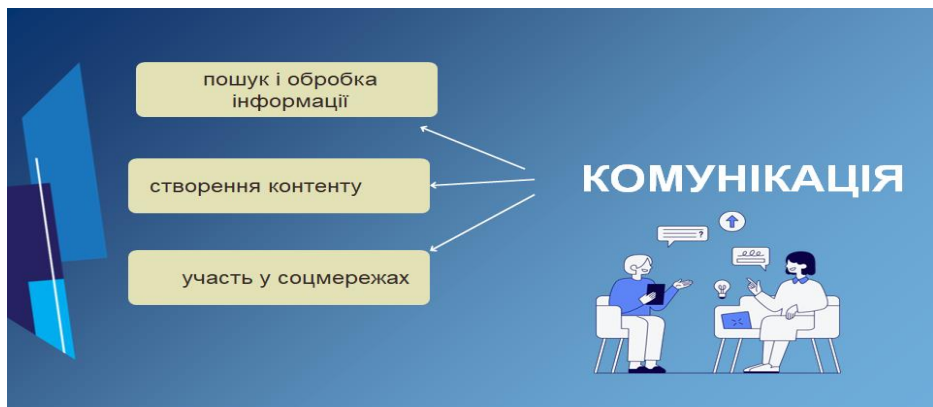
2. Орієнтація в медіасередовищі. Багато педагогів проводять як мінімум чотири години свого робочого дня в інтернеті. *Бути медіаграмотним означає розбиратися в медіасередовищі.*

Спочатку ми намагаємося знайти свій шлях у визначених середовищах, хтось вчиться грамотно знаходити інформацію, на певному сайті, інший розбирається, як створювати та передавати посилання, а хтось вчиться правильно використовувати всі налаштування мобільного телефону. Не всі гарно розуміють залежності медіадодатків. Наприклад, одні знають, що в комп'ютері можна вирізати готову таблицю, зроблену у Word, та вставити її у презентацію PowerPoint, а інші ні, тому вони роблять її «з нуля». Тобто, хтось орієнтується в медіасередовищі досить легко, а комусь ще треба попрактикувати. Тому, медіаграмотні люди досліджують можливості та розвивають навички, щоб оптимально рухатися в медіасередовищах.

Третій блок – **комунікація** (пояснює як ми взаємодіємо з іншими через медіа).

Містить *три чинники*:

1. пошук і обробка інформації;
2. створення контенту;
3. участь у соцмережах.



1. Пошук та обробка інформації. У сучасному інформаційному суспільстві ми завалені інформацією. Громадські та комерційні медіаканали ведуть мовлення 24/7. Щоденно друкуються три мільйони газет. Незліченна кількість книг щорічно береться з бібліотек. Цифри щодо отримання інформації в інтернеті – ще більш астрономічні.

Бути медіаграмотним означає бути спроможним знайти те, що ви шукаєте, вибрати те, що вам потрібно, й визначити, наскільки надійною є ця інформація. А поряд із володінням ефективними стратегіями пошуку ми маємо вміти зберігати, повторно використовувати та поширювати інформацію. Бути медіаграмотним означає бути здатним оптимально використовувати відповідну інформацію, зберігаючи її розумно, й ділитися нею з іншими.

2. Створення контенту. Ми давно еволюціювали від просто споживачів (consumers) до споживачів-виробників (prosumers). Ми не просто дивимося телевизор пасивно, але й реагуємо на те, що ми бачимо, залишаємо свої коментарі, лайки та дизлайки в інстаграм та фейсбук. Ми не просто переглядаємо чуже відео, а й створюємо та транслюємо свої власні в різних соцмережах. Але і для людей, які активно не створюють такого контенту, життєво важливо вміти ефективно спілкуватися. Теперішнє медіасуспільство вимагає нових навичок комунікації та презентації від своїх громадян. Ми

маємо знати, як донести інформацію до нашої цільової аудиторії і які медіа є найбільш придатними, щоби передати наше повідомлення. Також важливо, щоб дизайн нашого повідомлення був привабливим, тому що наше медіасуспільство є візуальним суспільством, у якому картинка варта тисячі слів.

Бути медіаграмотним означає бути спроможним створити функціональний і привабливий контент, щоб найкращим чином передати своє повідомлення цільовій аудиторії.

3. Участь у соцмережах. *Теперішнє медіасуспільство* – це мережеве суспільство. Ми перебуваємо в контакті з іншими в режимі 24/7 через електронну пошту, смартфони, й соціальні медіа. У цих мережах необхідна робота виконується за рахунок співпраці. Якщо ми зовсім не користуємося цими мережами, нам стає дуже складно комунікувати, ми можемо багато пропустити. Тому повна участь у медійному суспільстві означає можливість оптимально використовувати соціальні мережі. Це вимагає нових навичок у різних сферах. Перш за все, ми повинні навчитися, що можна й чого не можна робити, вивчити норми й цінності інтернет-спільноти й адаптувати свою поведінку відповідним чином.

Важливо під час використання соцмереж використовувати етикет: коли і як написати людині? Чітко розуміти, що віртуальні світлина з надписом: - «Доброго ранку!» в робочому чаті недоречні, адже це дратує колег та засмічує робочий чат непотрібною інформацією. Знати етикет також означає бути спроможним уникнути небажаних повідомлень. Соціальні медіа не тільки приносять зв'язки та співпрацю, а й неправомірне використання та зловживання.

Медіаграмотні люди знають, коли інші люди поведуться невідповідним чином, і можуть ефективно покласти цьому край. Так, медіаграмотні люди переслідують свої власні цілі, але вони також поважають інтереси інших людей та спільноти в цілому.

Четвертий блок – **стратегія** (дає відповідь: як ефективно використовувати медіа?).

Містить 2 чинники:

1. Рефлексія щодо власного використання ЗМІ.

2. Досягнення цілей за допомогою ЗМІ.

1. Розмірковування про власне використання медіа. Розуміння, використання і комунікація, зрештою, є лише умовами для успішної взаємодії медіаграмотної людини в соцмережах. Щоб оптимально використовувати можливості, надані засобами масової інформації, ми повинні бути в змозі задуматися про всі аспекти нашого власного використання засобів масової інформації. Перш за все, про вплив пасивного споживання ЗМІ на особистий добробут: що ми дивимосся, читаємо і слухаємо? Як це впливає на нас та наш спосіб життя? Тоді настають наслідки нашого власного активного використання засобів масової інформації. Наскільки ми розбираємось у ЗМІ? Що ми робимо із засобами масової інформації? Де, як, із ким і про що ми спілкуємося через медіа

Медіаграмотність – це розуміти своє застосування засобів масової інформації настільки, щоби ми могли зробити свідомий вибір для оптимізації власних медіадій.

2. Досягнення цілей за допомогою засобів масової інформації. У сучасному медіасуспільстві практично неможливо досягнути особистих, соціальних, професійних або суспільних цілей без використання медіа хоча б у якийсь спосіб. Завершити навчальний курс, побудувати кар'єру, проводити свій вільний час, завести друзів, знайти партнера: у всіх цих речах певну роль відіграють засоби масової інформації.

Часто медіа забезпечують виконання термінової потреби, супутникова навігація, обмін професійним досвідом із колегами в групі телеграм або спілкування через вайбер. А іноді медіа не потрібні взагалі. Власне, це і є те, що описує медіаграмотність.

Бути медіаграмотним означає усвідомити свою власну мету, базовану на усвідомленій оцінці можливостей (і обмежень) медіа, ефективно використовувати медіа для своїх власних цілей. Унікальний власний спосіб, у який ми це робимо, в кінцевому підсумку визначає нашу цифрову ідентичність.



Безумовно модель медіаграмотності може бути доповнена, але в цілому вона дає змогу системно розуміти поняття медіаграмотність. Загальнозрозуміло, що медіаграмотність є невід’ємною складовою медіакультури.

Медіаграмотність педагогів сприяє підвищенню якості освіти, розвитку критичного мислення вихованців і вихованню відповідальних споживачів інформації.

Освітня, які володіють навичками медіаграмотності, здатні створювати безпечний і продуктивний освітній простір, мотивувати дітей до свідомого сприйняття медіа та сприяти їхній інформаційній безпеці. Отже, розвиток медіаграмотності педагогів – це інвестиція в майбутнє освіти, яка забезпечить формування покоління критично мислячих, відповідальних громадян інформаційного суспільства.



Психологічні та соціальні аспекти впливу медіа на формування особистості

Аліна АХАНКІНА
практичний психолог

Медіа займають значне місце в житті сучасних дітей та підлітків, і їхній вплив є не лише інформаційним, але й психологічним та соціальним. Вплив медіа в цьому віці може бути багатограним — від позитивного, що стимулює розвиток, до негативного, який створює соціальні та психологічні проблеми.

Психологічні аспекти впливу медіа

Формування самооцінки та ідеалу зовнішності

Психологічні залежності

Емоційне перевантаження та стрес

Вплив на емоційний розвиток

Підсилення залежності від зовнішньої оцінки

1. Формування самооцінки та ідеалу зовнішності

Підлітки часто порівнюють себе з «ідеальними» образами, які бачать у соціальних мережах, рекламі та телебаченні. Це може призводити до заниженої самооцінки, коли дитина починає сумніватися у своїй зовнішності або здібностях. Наприклад, підлітки можуть хотіти відповідати надмірно відретушованим образам, що призводить до відчуття незадоволеності собою, а іноді навіть до розвитку розладів харчової поведінки (анорексії, булімії) або депресії.

2. Емоційне перевантаження та стрес

Перевантаження інформацією, часте використання соціальних мереж і постійний доступ до новинних стрічок можуть викликати у дітей тривогу, особливо в сучасному світі, де новини часто показують кризові події. Діти і підлітки сприймають негативну інформацію гостріше, а постійне занурення у «потік» інформації викликає емоційне виснаження, стрес і навіть симптоми вигорання.

3. Підсилення залежності від зовнішньої оцінки

У соціальних мережах підлітки швидко звикають до оцінок з боку інших (лайки, коментарі), що формує у них сильну залежність від думки оточення. Вони можуть оцінювати себе не за власними досягненнями, а за реакцією інших людей, що часто формує залежність від популярності і створює у них страх не відповідати очікуванням.

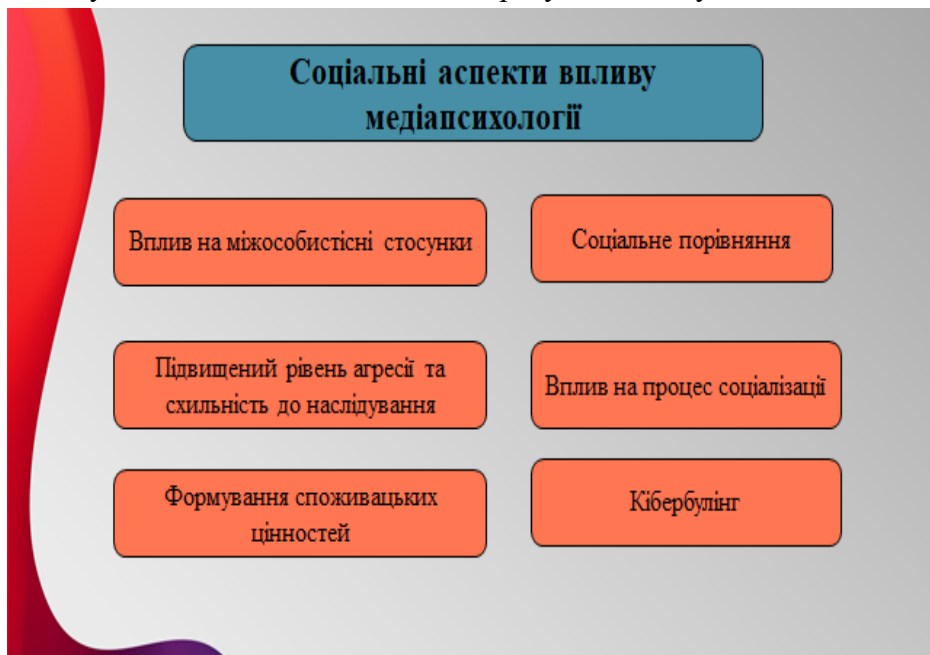
4. Психологічні залежності

Час, який підлітки проводять у соцмережах чи за переглядом відео, іноді переростає в залежність. Особливо це стосується онлайн-ігор та платформ з короткими відеороликами, де часто діти відчують потребу безперервно оновлювати сторінку або переглядати наступний ролик. Це може позначитися на навчанні, спілкуванні з близькими та фізичному здоров'ї.

5. Вплив на емоційний розвиток

У підлітковому віці діти вчаться виражати й розуміти емоції, але коли значну частину комунікації замінює медіа,

емоційний розвиток може гальмуватися. Віртуальне спілкування не дає можливості практикувати живі емоційні взаємодії, що може вплинути на здатність до емпатії та розуміння почуттів інших.



1. Вплив на міжособистісні стосунки

Медіа створює платформу для спілкування, але одночасно може знижувати якість реальних стосунків. Підлітки часто обмежуються онлайн-спілкуванням, уникаючи реальних зустрічей, що може призводити до почуття самотності. Часто підлітки відчують ілюзію широкого кола друзів, але ці стосунки можуть бути поверхневими.

2. Підвищений рівень агресії та схильність до наслідування

Контент із сценами насильства чи негативної поведінки може сприяти агресивності у дітей. Багато досліджень показують, що постійне спостереження агресії в медіа призводить до наслідування подібної поведінки. Водночас це може знизити

чутливість до насильства, коли підліток починає сприймати його як щось звичне і прийнятне.

3. Формування споживацьких цінностей

Медіа, особливо реклама, активно формує у підлітків прагнення до матеріальних благ. Ідея «купуй, щоб бути щасливим» нав'язується через рекламу та соціальні мережі, де популярні блогери часто демонструють дорогі речі, показуючи певний спосіб життя. Це може призводити до того, що діти оцінюють себе та інших не за особистими якостями, а за матеріальним достатком.

4. Соціальне порівняння

Постійне спостереження за успіхами інших у соцмережах може призводити до розвитку комплексу неповноцінності. Підлітки порівнюють себе з ідеалізованими образами, що створює нереалістичні очікування від життя та почуття, що їхнє життя «менш цікаве». Це може стати причиною зниження задоволеності життям і появи соціальних страхів.

5. Вплив на процес соціалізації

Медіа можуть як позитивно впливати на соціалізацію, так і гальмувати її. Позитивно – коли медіа розширюють світогляд, допомагають краще зрозуміти різні культури та звичаї, знайти однодумців за інтересами. Негативно – коли підлітки уникають живого спілкування і віддають перевагу віртуальним відносинам, що може призводити до проблем у спілкуванні в реальному житті.

6. Кібербулінг

Одним з найбільших ризиків соціальних мереж є кібербулінг, коли агресивна поведінка і цькування переносяться у віртуальне середовище. Це може призводити до важких психологічних травм, втрати самооцінки, депресій і навіть суїцидальних думок у підлітків, адже кібербулінг складніше контролювати, а жертва часто не може захистити себе.

Медіапсихологія – це галузь психології, що досліджує, як медіа впливають на емоції, мислення, поведінку та соціальні процеси. Вона охоплює широкий спектр питань: від впливу реклами на споживачів до психологічних наслідків довготривалого користування соціальними мережами.

Медіапсихологія – це галузь психології, що досліджує, як медіа впливають на емоції, мислення, поведінку та соціальні процеси.



Основні завдання:

- Аналізує, як різні типи медіа впливають на свідомість і поведінку людей
- Вивчає механізми маніпуляції через ЗМІ та їхній вплив на громадську думку
- Оцінює роль соціальних мереж у формуванні особистості та міжособистісних відносин
- Вивчає психологічні наслідки кібербулінгу, дезінформації та залежності від медіа



Основні компоненти медіапсихології:

- *когнітивна медіапсихологія* – досліджує, як медіа впливають на сприйняття інформації, пам'ять та мислення.
- *емоційна медіапсихологія* – аналізує, як контент (новини, фільми, реклама) впливає на емоційний стан.
- *поведінкова медіапсихологія* – вивчає зміну поведінки під впливом медіа (наприклад, як відеоігри впливають на агресію).
- *соціальна медіапсихологія* – розглядає вплив медіа на взаємодію між людьми та соціальні процеси.



Медіапсихологія є важливою наукою, що вивчає вплив медіа на свідомість, емоції, поведінку та соціальні процеси. У сучасному світі цей вплив настільки значний, що ігнорувати його неможливо. З одного боку, медіа допомагають розширювати світогляд, підтримувати зв'язки та отримувати інформацію. З іншого боку, вони можуть викликати когнітивні спотворення, емоційний стрес, залежність і маніпулювати свідомістю. Тому важливо розвивати медіаграмотність, критичне мислення та усвідомлене споживання інформації, щоб мінімізувати негативний вплив і використовувати можливості цифрової епохи на благо суспільства.

