

ФОРМУВАННЯ ІНФО-МЕДІЙНОЇ ГРАМОТНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ЗАСОБАМИ МЕДІАОСВІТИ

Ячменик М. М.

ВСТУП

Засоби медіаосвіти мають неабиякий потенціал для розвитку професійних можливостей майбутніх учителів та внеску в глобальний розвиток суспільства задля поширення цифрової грамотності, у тому числі заради національної безпеки держави. За дослідженнями Ради Європи, на сьогодні важливою є медіа та інформаційна грамотність (MIL), що об'єднує три різні виміри: інформаційну грамотність, медіаграмотність, а також ІКТ та цифрову грамотність. Тобто розвиток когнітивних, технічних та соціальних компетентностей, які дозволять швидко та ефективно отримати доступ до якісного контенту на основі критичного аналізу; уміти створювати власні медіаматеріали; ефективно використовувати медіазасоби та розуміти норми етичних кордонів у реальному та віртуальному спілкуванні. Крім того, аналіз шкільних програм та підручників толерує грамотне і свідоме споживання медіаконтенту, творче використання відео-, аудіо-, креолізованого тексту на уроках, у позакласній діяльності. Зокрема, до навчальних програм середньої та старшої школи з української мови введено такий вид письмових робіт, як есе (інформаційне, мотиваційне, критичне, аналітичне, есе-дослідження), що спрямовано на розвиток критичного мислення, лінгвокреативності, формування умінь користуватися засобами медіаосвіти, у тому числі на основі дотримання академічної доброчесності і вмінні пошуку інформації. Так, у п'ятому класі учні повинні вміти скласти замітку в газету інформаційного характеру, у шостому – про вчинки людини, семикласники – замітку дискусійного характеру. Дев'ятикласники – статтю до газети на морально-етичну тему¹. Відтак система освіти потребує програм підготовки майбутніх учителів із формуванням навичок інфо-медійної грамотності.

Аналізуючи досвід європейських організацій звернемося до дослідження Ради Європи «Інформаційний розлад – до міждисциплінарної основи для досліджень і розробки політики» (2017), яке вказуючи на різні типи оманливої та потенційно шкідливої інформації та

¹ Семенов О. М., Ячменик М. М. Інфо-медійна грамотність учителя. *Культуромовна особистість фахівця у XXI столітті* : зб. матеріалів V міжнародної науково-практичної конференції / за ред. О. М. Семенов. Суми, 2022. Вип. 5. 154 с.

повідомлень, водночас надає рекомендації законодавцям, ЗМІ, технологічним компаніям і громадянському суспільству щодо навчання громадськості, задля уникнення поширення дезінформації. Із цією метою на національному рівні заохочуються стандартизовані навчальні програми новинної грамотності.

У звіті Європейської аудіовізуальної обсерваторії “Карта практик і дій із медіаграмотності в ЄС-28” (2016) увагу зосереджено на проєктах із медіаграмотності, пов’язаних із медіа-послугами, що надаються через електронні комунікаційні мережі поза шкільною програмою.

Як показує аналіз, в Україні активно функціонують організації, установи, які опікуються формуванням медіаграмотності на основі методики подвійної імплементації – від майбутнього учителя до учня. Зокрема, проєкт «Вивчай і розрізняй», який виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) у партнерстві з Академією української преси за підтримки посольств США та Великої Британії, популяризує розробку навчальних програм для закладів вищої освіти з елементами інтеграції інфо-медійної грамотності у структуру освітнього компоненту.

Водночас, на формуванні інфо-медійної грамотності студентів на заняттях із фахових дисциплін наголошують Коноваленко Т. В., Надольська Ю.А.² Інфо-медійну грамотність як складову соціальної компетентності майбутнього вчителя розглядає у науковому дослідженні Шаров С. В.³ Мовно-методична підготовка майбутніх учителів до використання засобів медіаосвіти у професійній діяльності є предметом наукових розвідок Семенов О. М., Ячменик М. М.⁴

Отже, сучасне суспільство потребує вчителя з активною та свідомою життєвою позицією, з інноваційно-креативним типом мислення, здатним до реалізації стратегічних завдань НУШ, створення та упровадження нового навчально-методичного забезпечення мовно-літературних предметів, у т. ч. засобами медіаосвіти, спрямованих на формування особистості громадянина України зі стійким медіаімунітетом та розвинутим критичним мисленням, готовим до споживання та фільтрування

² Коноваленко Т., Надольська Ю. Формування інфомедійної грамотності студентів на заняттях фахових дисциплін. *Інфомедійна грамотність – невід’ємна складова навчального процесу закладу вищої освіти* : збірник статей / редкол. : В. Ф. Іванов (голов. ред.) та ін. Київ : Академія української преси, IREX, Центр Вільної преси, 2021. 400 с.

³ Шаров С. В. Інноваційний розвиток вищої освіти: глобальний, європейський та національний виміри змін : матеріали VI міжнар. наук.-практ. конф., 23–24 квіт. 2020 р. С. 266–269.

⁴ Семенов О. М., Ячменик М. М. Мовно-методична підготовка майбутнього вчителя-словесника до використання засобів медіаосвіти. СумДПУ імені АС Макаренка, 2019. 220 с.

медіаконтенту та створення якісного відео-, аудіо, креолізованого медіатексту.

1. Поняття та класифікація засобів медіаосвіти у наукових джерелах

Проаналізовані наукові джерела засвідчують остаточно не окреслене в науковій спільноті поняття засоби медіаосвіти. Зокрема, дослідниця І. Дичківська виокремлює традиційні та інноваційні медіазасоби⁵; Г.Онкович медіазасоби поділяє за каналом сприйняття, за місцем використання, за результатом впливу на особистість⁶; І.Гуріненко розмежовує друковані видання – газети, журнали, листівки, плакати та аудіовізуальні файли – кінофільми, мультфільми, онлайн-платформи⁷.

У межах нашої наукової розвідки цікавою є класифікація засобів медіаосвіти, запропонована О. Кравчишиною⁸.

Таблиця 1

Класифікація засобів медіаосвіти за О. Кравчишиною

за способом передачі інформації	(традиційні: телебачення; кінематограф; відео; радіо; преса: друковані видання, іконічні знаки (фотографії, малюнки, комікси); та новітні: комп'ютерні технології (слайд-шоу, мультимедійні фотоальбоми, презентації, комп'ютерні ігри та ін.
за каналом сприйняття	візуальні, аудіальні, аудіовізуальні
за цілями використання	отримання інформації, освіта, спілкування, вирішення проблем, розвага, соціальне управління.

⁵ Дичківська І. М. Інноваційні педагогічні технології: навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2004.

⁶ Онкович Г. В. Засоби масової комунікації у термінологічному просторі медіа-освіти. *Дивослово*. 2007. № 5. Р. 29–31.

⁷ Гуріненко І. Ю. Педагогічні умови застосування засобів мас-медіа у професійній підготовці майбутніх державних інспекторів з пожежної безпеки : автореф. дис. ... канд. пед. наук. Умань, 2003.

⁸ Кравчишина О. О. Формування готовності майбутніх вихователів до використання засобів медіаосвіти у навчально-виховному процесі дошкільних навчальних закладів : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Старобільськ, 2016.

На основі аналізу класифікацій, у тому числі класифікацій О. Кравчишиної, І. Хижняк⁹, О. Семеног, М. Ячменик, шкільних програм із української мови, Концепції «Нова українська школа» (2016), Концепції упровадження медіаосвіти в Україні (2016) у межах нашого дослідження послугувуватимемося наступною класифікацією засобів медіаосвіти¹⁰.

Таблиця 2

Класифікація засобів медіаосвіти за О. Семеног, М. Ячменик

Засоби медіаосвіти	Класифікація	Формування інфо-медійної грамотності (відповідно до МІГ Ради Європи)
1	2	3
- технічні	засоби, що вдосконалюють процес викладання: технічні й електронні прилади й пристрої, за допомогою яких розробляються й відтворюються електронні засоби навчання	ІКТ та цифрова грамотність
- програмне забезпечення	програми пакету Microsoft Office, які забезпечують підготовку й оформлення навчально-мовного матеріалу до уроків: Microsoft Word, Microsoft Power Point, Microsoft Publisher, рідше – Microsoft Excel; програми обробки графічних зображень (Paint, Corel Draw та ін.); програми обробки, нарізки, відтворення звуку й відео: (програвачі (Adobe Flash Player, AIMP, Winamp, Windows Media Player та ін.); редактори (Windows Movie Maker, Windows Live Movie Maker та ін.); конвертори (Format Factory, Free Studio та ін.) тощо;	медіаграмотність, а також ІКТ та цифрова грамотність

⁹ Хижняк І. А. Теорія і практика підготовки майбутніх учителів початкової школи до використання засобів електронної лінгвометодики в професійній діяльності : монографія. Слов'янськ : Вид-во «Друкарський двір», 2016. С. 410.

¹⁰ Семеног О. М., Ячменик М. М. Мовно-методична підготовка майбутнього вчителя-словесника до використання засобів медіаосвіти. СумДПУ імені АС Макаренка, 2019. 220 с.

1	2	3
	програмне забезпечення лінгвометодичного призначення: для створення, збереження та відтворення презентацій; для запису зображення, їх редагування та відтворення; програмні засоби розроблення електронних навчальних продуктів, до яких належать програми для створення електронних посібників та підручників (AD Tester, BookEditor, Ebook Edit Pro, EхеBook, Hyper Method, Macromedia Authorware, Macromedia Director, ToolBook, ChmBookCreator, Crossword, SunRuv,) та ін.;	
- платформи для створення навчальних вебсторінок, сайтів, порталів:	(Blog, Microsoft Publisher, Front Page та ін.);	ІКТ та цифрова грамотність
- креолізовані	(фотографії, комікси, рекламні буклети, шкільні газети);	інформаційна грамотність, медіаграмотність
- мережеві	(соціальні мережі, блоги, Інтернет-сайти, форум, вебінари, Ютуб);	медіаграмотність, а також ІКТ та цифрова грамотність
- аудіо-візуальні	(теле-; радіопроеграми, кінофільми, мультфільми).	інформаційну грамотність, медіаграмотність, а також ІКТ та цифрова грамотність.

Сучасному вчителю, відповідно до вимог Концепції нової української школи¹¹, важливо уміти використовувати можливості засобів медіаосвіти, як інноваційних дидактичних інструментів організації і забезпечення освітнього процесу, урахувавши особливості

¹¹ Концепція «Нова українська школа» 2016 р. Відновлено з: <http://osvita.ua/doc/files/news/520/52062/new-school.pdf>

педагогічної доцільності, індивідуальних та вікових особливостей учнів із метою не тільки розвитку інфо-медійної грамотності учнів на основі технічних, програмних, мережевих, креолізованих, аудіовізуальних засобів навчання, що сприяють ефективному та результативному вирішенню професійних завдань з формування компетентної мовної особистості школяра, а й його соціалізації, морального, громадянського, естетичного виховання.

2. Формування інфо-медійної грамотності майбутніх учителів засобами медіаосвіти

Відповідно до проекту «Вивчай і розрізняй», який виконується Радою міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) у партнерстві з Академією української преси за підтримки посольств США та Великої Британії, членами Лабораторії інфомедійної грамотності Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка було розроблено низку як навчальних програм для освітньо-професійної програми Середня освіта (Українська мова і література) ОР Бакалавр із елементами інтеграції інфомедійної грамотності у структуру освітнього компоненту, так і створення окремого інтегрованого курсу з урахуванням сучасних потреб здобувачів освіти – грамотно просектувати траєкторію власного медіапростору: критично споживати медіаінформацію, здійснювати комунікації у соціальних мережах, формувати імунітет до кібербулінгу та мови ворожнечі; створювати якісні медіапродукти.

Більш детально зупинимо нашу увагу на програмі навчального курсу вибіркового освітнього компоненту «Інфомедійна грамотність на уроках української мови і літератури» для здобувачів вищої освіти 3 курсу. Програма навчальної дисципліни «Інфомедійна грамотність на уроках української мови і літератури» ґрунтується на сучасних підходах (особистісний, культурологічний, текстоцентричний, компетентнісний), враховує принципи наступності, системності, міждисциплінарної інтеграції, особистісно зорієнтованого навчання, діалогічності й комунікативної спрямованості, текстоцентризму, розвитку критичного мислення, естетичної вартісності медіатекстів, співпраці викладача і студента.

Результати навчання за дисципліною базуються на програмних результатах навчання, визначених відповідною освітньою програмою, є достатніми для компетентного вирішення складних завдань інноваційного та дослідницького характеру в майбутній професійній діяльності, розвитку критичного мислення, soft skills та hard skills.

Актуальність даного навчального курсу визначається переконливою необхідністю вивчення теорії і практики історії, технологій медіа й медіаосвіти як ефективного засобу розвитку творчої, креативної,

свідомої особистості, яка готова шукати, споживати, думати, аналізувати, діяти в умовах інтенсивного інформаційного шуму.

Завдання курсу:

- ознайомитися з понятійним апаратом медіаосвіти;
- розширити уявлення про історію, розвиток медіаосвіти у різних країнах світу;
- розвивати навички критичного мислення;
- сформувати теоретичні та практичні навички медіаграмотності, зокрема технологіями роботи з медіатекстом;
- опанувати технології роботи з медіатекстом, розвивати уміння і навички мовно-стилістичного аналізу медіатексту;
- формувати медіаосвітню компетенцію; виховувати мовний смак і мовне чуття;
- мотивувати щодо використання онлайн-інструментів у професійній діяльності;
- зрозуміти механізми впливу медіа та навчитися розрізняти маніпуляції, пропаганду, фейки в медіа;
- створювати, вести та закривати аккаунти в різних соціальних мережах (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn і т. д.);
- вміння безпечно та ефективно взаємодіяти з сучасною системою мас-медіа;
- вміння ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства, реалізувати активну громадянську позицію;
- вміння свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, сконструйовану медіаджерелами;
- уміння толерантно-етичного спілкування в медіапросторі.

У систему медіаосвітньої підготовки майбутнього вчителя-філолога входять лекції, практичні заняття та самостійна робота. Серед методів оцінювання (презентації, портфоліо, аудіозаписи, відеоролики, блоги, електронні газети, мультфільми, подкасти, фотомеми тощо) поточний, підсумковий контроль, залік.

Варто зазначити, що у робочій програмі подаються матеріали (слайди, схеми тощо), надані проектом IREX «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність» та тренінгом Зимова школа «Інтеграція інфомедійної грамотності у навчальні матеріали». Зупинимось більш детально. Під час вивчення теми «Сутність медіаосвіти та інфо і медіаграмотності» вважаємо за доцільне заповнити таблицю «Шляхи розвитку медіаосвіти». За допомогою інтернет-ресурсів віднайти інформацію про сучасні офіційні документи, установи, організації, сайти, блоги, які популяризують впровадження медіаосвіти в Україні.

**Програма навчальної дисципліни складається
з наступних розділів:**

Тема 1.	Сутність медіаосвіти та інфо та медіаграмотності
Тема 2.	Різновиди медіа
Тема 3.	Маніпуляції в медіа. Пропаганда. Фейк як один з механізмів інформаційної маніпуляції. Реклама
Тема 4.	Соціальні мережі. Безпека в інтернеті.
Тема 5.	Медіагігієна. Медіаекологія.
Тема 6.	Критичне мислення та протидія маніпуляціям мас-медіа.
Тема 7.	Взаємодія медіа й освіти. Імідж вчителя в інтернеті. Виховна робота у школі. Кіноклуб.
Тема 8.	Медіатексти: аналіз, запобіганням маніпуляціям. Медіаторчість.Онлайн-інструменти
	Творчий проєкт

Під час пошуку необхідно відфільтрувати рекламу, судження, фейки за допомогою практичних маркерів контенту. Вправа здатна розвивати критичне мислення, візуальну грамотність, уміння обґрунтувати свою позицію, використовуючи аргументи.

Під час опрацювання теми «Різновиди медіа» для розвитку медіаграмотності, інформаційної грамотності та стійкості до впливів пропонуємо завдання на розвиток критичного та аналітичного мислення:

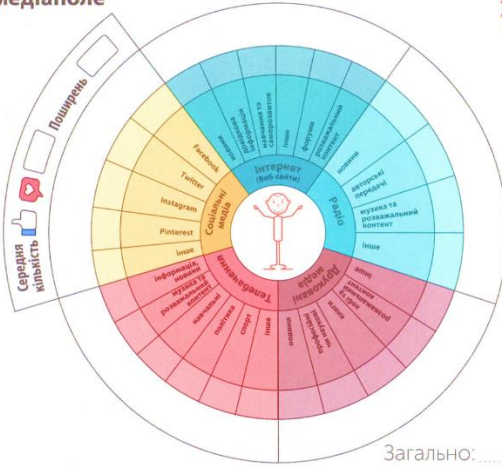
- *Користуючись словниками вишийте поняття: селфі, теги, сторітелінг, кліпове мислення, інсайт, контент-аналіз. Чи всі поняття є у довідкових джерелах? Якими ресурсами користувалися?*

- *Віднайдіть в різних видах медіа (газета, журнал, аудіозапис, відеоролик, інтернет-стаття) інформацію на одну і ту ж подію. Укладіть таблицю. Зазначте: редакційну політику; вплив власника медіа на висвітлення матеріалу; висвітлення інформації в залежності від виду медіа; адресата медіатексту.*

- *Знайдіть телепрограму трьох телеканалів за тиждень та проаналізуйте відсоток розважальних, інформаційних програм і дайте відповідь на запитання: Хто цільова аудиторія? Хто заплатив за ці повідомлення? Яка мета цих повідомлень? Обґрунтуйте яке Ваше ставлення до реаліті-шоу? Як Ви б змінили телепрограму?*

- *Заповніть схему «Мое медіаполе». Проаналізуйте. Які Ваші враження? Чи готові Ви поділитися вправою зі своїми друзями, рідними? Чи буде отримана інформація для них важливою?*

- *Віднайдіть у мережі матеріали, побудовані на основі фейків. За якими критеріями Ви здійснювали пошук. Скористайтеся наступною схемою або таблицею для аналізу:*



Загально:.....

Під час опанування теми «Медіапсихологія впливу. Види маніпуляцій» розглядаємо таблицю «Вивчай і розрізняй» та пропонуємо:



Віднайдіть у мережі матеріали, побудовані на основі фейків. За якими критеріями Ви здійснювали пошук.

- категорія медіа (жанр медіатексту та його характерні особливості)

- агентство медіа (автор та замовник медіатексту) та його позиція (ангажована, незаангажована, упереджена);

◦ контент, підготовлений за кошти і в інтересах замовника («джинса»); його характерні ознаки;

◦ аудиторія, на яку спрямована медіаінформація;

◦ які соціальні групи чи проблеми представлені в медіатексті; політичні та соціальні тенденції, що віддзеркалені в медіатексті;

◦ наявність симпатій чи антипатій авторів;

◦ роль заголовку: чи можна зрозуміти зміст тексту й зробити висновки лише за заголовком; чи відповідає заголовок інформації в тексті; чи містить заголовок категоричні твердження, які не можна перевірити;

◦ факти чи судження переважають у медіатексті;

◦ чи містить медіатекст приховані підтексти, неправдиву або викривлену інформацію (текст-фейк); з якою метою це зроблено: пародія; емоційний тиск; скомпрометувати; упередженість; вигода; вплив; пропаганда тощо;

◦ наявність стереотипних рішень у медіатексті;

◦ способи впливу на користувача та наявність намірів автора скорегувати його позицію;

◦ можливості порівняння окремих епізодів медіатексту з раніше отриманою інформацією із інших джерел;

◦ ознаки маніпуляції свідомістю користувача, ворожнечі, ненависті чи прихованої або відвертої власної позиції автора (авторів);

◦ мова медіаповідомлення, використання візуальних символів, інфографіки, фото, малюнків, графіків, інших позначок; аудіовізуальні, стилістичні особливості мови та їх відповідність конкретному сюжету; рівень їх відповідності змістовній частині медіаповідомлення;

◦ відчуття, ставлення, симпатії чи антипатії користувача (сприйняття медіаповідомлення користувачем). Завдання має на меті розвивати навички критичного мислення, фактчекінгу, інформаційної грамотності, соціальної толерантності, інноваційності, розвитку креативності.

Також пропонуємо підготувати презентацію на тему «Види медіа: телебачення, кінематограф, газети, журнали, радіо, відео, інтернет» урахуовуючи правила створення презентації.

Цікавим є завдання «Опрацюйте пам'ятку «Правила спілкування в електронній пошті». Щоб Ви додали б? Що Ви б змінили? Віднайдіть інформацію в Інтернеті. За допомогою онлайн-інструментів знайдіть першоджерело публікації. Відслідкуйте зміни в процесі поширення матеріалу». під час вивчення правил толерантного спілкування у соцмережах, нетикету тощо.

Для аналізу фейків пропонуємо скористатися наступною таблицею:

ОЗНАКИ

- 🔍 дозвучений характер новини, потужна емоційність повідомлення;
- 🔍 відсутність посилання на будь-яке джерело;
- 🔍 узагальнене посилання/згадування авторитетів, вагомих джерел (*Притомасяє імені, експерти ООН!*);
- 🔍 використання глибоких, аксіоматичних, безапелляційних тверджень без надання аргументації (*розумній завжди не завбачили елаборації*);
- 🔍 конспірологічні версії (*наказатиме завоює, чи ніде про це не промовляють*, *най-менш промовляють інформують*);
- 🔍 заклик до очевидного (обов'язково розумімо, очевидно);
- 🔍 іронічність трактувань, оцінок (*більшою мірою, по суті, як правило*).

ЗАГРОЗИ

- ⚠️ нагнітування матриці сприйняття події, моделі реакції на подію;
- ⚠️ формування стереотипу – «я знаю про подію все» (насправді – я знаю тільки те, що фрагментарно почує від інших джерел);
- ⚠️ здійснення критичного мислення – «нащо мені аналізувати фейк» – за мого це зробить інше;
- ⚠️ сприйняття споживачами інформації скандальних фактів, подій як елемента «розваги», а не фактора спонукування до критичного мислення;
- ⚠️ здійснення «експертів» як носіїв достовірних, ексклюзивних даних;
- ⚠️ руйнування у споживачів інформації сталих морально-етичних норм у зв'язку з різницею кардинальними зазнами до вагомих подій / версій.

3 ШЛЯХ
Робота з токсичним контентом:
аналіз прикладів дезінформації та нетолерантної лексики

Віднайдіть фейк на своїй сторінці у Фейсбуці. Скористайтесь схемою «Фейки». У чому складність визначення фейкових матеріалів?

Не менш важливим є завдання: Сформуйте поради людям, які стали жертвою кібербулінгу, тролінгу?

Скористайтесь наступною схемою:

Стилі поведінки та прийняття рішень в складних ситуаціях (Томас / Кілман)	Стилі поведінки та прийняття рішень в складних ситуаціях (Томас / Кілман)
<p>Ухилення: зберігає енергію та зусилля, але відсутність рішення нагадує про себе пізніше</p> <p>Конкуренція: дає розвиток та окриляє, але не на завжди, та потребує постійних зусиль</p> <p>Пристосування: зберігає відносини, але веде до вигорання</p> <p>Компроміс: швидко вирішення тут і зараз, але не довготривале</p> <p>Співробітництво: довготривале рішення, але потребує часу та підтримки надалі</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Кожен зі стилів має позитивні та негативні наслідки - кожен з нас обирає те, що вважає найбільш доречним в конкретній ситуації - якщо не влаштує результат / наслідки, можливо допоможе змінити стиль поведінки

• *Гра Ток-шоу. Утворіть групи експертів, які будуть дискутувати на тему: «Як медіа впливають на формування наших стереотипів», «Наслідки існування дискримінації». На основі гри сформуєте алгоритм протидії стереотипам.*

• *На основі схеми «Клубок стереотипів» ідентифікуйте 5 власних стереотипів, пов'язаних з медіасвітом.*



• Використовуючи подану схему, проаналізуйте свою сторінку у соціальній мережі: контингент своїх друзів: випишіть скільки незнайомих серед них, чия сторінка є фейковою... Укладіть тематику Top-5 новин, які найчастіше зустрічаються у стрічці: чи не утворився ефект інформаційної бульбашки? Чи не влаштовуєте ви гонитву за «вподобайками»? Чи не є задоволення від кількості зібраних «лайків» більшим від прогулянки на велосипедах, прочитання книги, спілкування з друзями? Укладіть пам'ятку користувача соціальної мережі. Таким чином розвиваємо критичне мислення, візуальну грамотність, медіаграмотність, стійкість до впливів, соціальна толерантність, емоційні впливи.

НА ЩО ВАРТО ЗВЕРТАТИ УВАГУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ?

ДЖЕРЕЛА

- 1 Чи можна знайти першоджерело інформації, яка активно поширюється в мережі?
- 2 Чи поширює інформацію з першоджерела чи бере її чинить інтерпретацію? Вони відрізняються?
- 3 Якщо ви довіряєте джерелу інформації (це для вас лідер думок), чи пропонує він інформацію повністю, чи не перекажує там судження і оцінки над фактами і аналізом?
- 4 Чи не має ознак контроліваної версії, що поширюється? Де саме можна перевірити інформацію? Чи можна порівняти з інформацією з інших джерел?

АНАЛІЗ

- 1 З якого акаунту поширюється інформація? Коли його було створено, чи справдане це ім'я чи реальні фото і історія у цієї особи, скільки у неї підписників?
- 2 Що позначено на сторінці того, хто почав поширення інформації, до цього контенту? Чи можна скласти уявлення про інтереси та фаворитів цієї особи у даному питанні?
- 3 Як швидко поширюється інформаційна хвиля? Чи бачите ви ознаки ботів у поширенні та коментуванні контенту?

БЕЗПЕКА

- 1 Чи не надаєте ви в своєму профілі забагато особистої інформації? Чи може така інформація бути використана проти вас?
- 2 Чи знаєте всіх своїх друзів у соціальній мережі? За яким принципом ви додаєте друзів?
- 3 Чи наділи у вас паролі, чи стежить ви за власною цифровою безпекою?

ЕМОЦІЇ

- 1 Для чого хтось тисне на ваші емоції та спонукає вас до швидких дій, без роздумів і аналізу (максимальний ризик, «проможеть грошима», «виходите всь», «доріть терпіння», «зробимо це!»)?
- 2 Що саме вас «виплес» обурливих емоційних коментарів? Чи це не тріпотіння і «судачить тріпотів своїми емоціями»?
- 3 Чи не варто закритися, взяти паузу і проаналізувати інформацію без емоцій до того, як реагувати (перепостити, коментувати, відповідати)?

ШТУЧНІСТЬ

- 1 Чи можна по вашій сторінці скласти уявлення про вас як людину певних інтересів, занять, уподобань?
- 2 Коли ви шукаєте інформацію, чи не відбираєте ви її за принципом підтвердження своїх поглядів, очікувань, упреджень?
- 3 Чи впливає це на ту інформацію, яку ви бачите у своїх стрічках новин?
- 4 Вас задовольняє повнота тієї інформаційної картини, в якій ви живете?

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

- 1 Як ви думаєте, чи є лідером думок для інших людей? Чи багато їх?
- 2 Чи можлива така ситуація, коли люди, які вам довірили, не будуть перевіряти інформацію, яку ви поширили, і просто зроблять перепост?
- 3 Чи завжди ви перевіряєте інформацію перед тим, як робити поширення?
- 4 Якщо у вас багато підписників, чи відчуваєте ви певну відповідальність, чи контролюєте свою поведінку на особистій сторінці та яким саме чином?

Основними критеріями оцінювання знань бакалаврів із курсу «Інфомедійна грамотність на уроках української мови і літератури» є: характер і якість самостійної підготовки студента до заняття; ступінь усвідомлення навчального матеріалу, розуміння того, про що повідомляється; повнота, правильність і точність відповіді; наявність прикладів (ілюстрацій) до названих положень, визначень зарубіжних і вітчизняних медіапедагогів; уміння застосовувати набуті знання у стандартних і нестандартних ситуаціях; медіаторчість і якість виконання практичного завдання; мовленнєве оформлення відповіді, уміння асертивної аргументації; дотримання в усному мовленні норм літературної мови; оволодіння технологією онлайн-інструментів.

ВИСНОВКИ

Формування інфо-медійної грамотності майбутніх учителів буде ефективнішим через використання засобів медіаосвіти (технічні, програмні, мережеві, креолізовані, аудіовізуальні), як інноваційних дидактичних інструментів організації і забезпечення освітнього процесу, задля формування інформаційної грамотності, медіаграмотності, а також ІКТ та цифрової грамотності. Методичними майданчиками для інтеграції елементів медіаграмотності в освітні програми підготовки майбутніх учителів можуть стати як дисципліни професійного, так і вибіркового блоку. Безумовною перевагою буде освітнє партнерство між закладом вищої освіти та організаціями, які популяризують розвиток інформаційної, медіа- та цифрової грамотності у суспільстві, наприклад, Академії української преси, IREX тощо. Розроблені, у межах такої співпраці, навчальні програми з інфо-медійної грамотності дозволять готувати вчителя з активною та свідомою життєвою позицією, з інноваційно-креативним типом мислення, здатним до реалізації стратегічних завдань НУШ, створення та упровадження нового навчально-методичного забезпечення мовно-літературних предметів, у т. ч. засобами медіаосвіти, спрямованих на формування особистості громадянина України зі стійким медіаімунітетом та розвинутим критичним мисленням, готовим до споживання та фільтрування медіаконтенту та створення якісного відео-, аудіо, креолізованого медіатексту.

Перспективу подальших наукових розвідок убачаємо у підготовці методики формування інфо-медійної грамотності у контексті неформальної освіти.

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена вирішенню проблеми формування інфо-медійної грамотності майбутніх учителів засобами медіаосвіти. У межах

наукового дослідження поняття «інфо-медійної грамотності» потрактовано у єдності з поняттям Ради Європи (МІГ (медіаграмотність, ІКТ та цифрова грамотність). Ефективність формування інфо-медійної грамотності майбутніх учителів засобами медіаосвіти доведено результатом участі у проєкті «Вивчай і розрізняй: інфо-медійна грамотність» IREX та укладанням і упровадженням навчальної програми вибіркової дисципліни «Інструменти інфо-медійної грамотності на уроках української мови і літератури» для здобувачів вищої освіти освітньо-професійної програми Середня освіта (Українська мова і література) ОР Бакалавр. На основі навчального курсу розглянуто методи, форми, завдання формування здатності сприймати, критично читати, аналізувати, інтерпретувати, створювати медіапродукти та медіатексти різних стилів і жанрів шляхом творчого застосування професійно-теоретичних знань та практичних навичок майбутніх учителів.

Література

1. Гуріненко І. Ю. Педагогічні умови застосування засобів мас-медіа у професійній підготовці майбутніх державних інспекторів з пожежної безпеки : автореф. дис. канд. пед. наук. Умань, 2003.
2. Дичківська І. М. Інноваційні педагогічні технології : навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2004.
3. Коноваленко Т. В., Надольська Ю. А. Формування інфомедійної грамотності студентів на заняттях фахових дисциплін. *Інфомедійна грамотність – невід’ємна складова навчального процесу закладу вищої освіти* : збірник статей / редкол. : В. Ф. Іванов (голов. ред.) та ін. Київ : Академія української преси, IREX, Центр Вільної преси, 2021. 400 с.
4. Концепція «Нова українська школа» 2016 р. Відновлено з: <http://osvita.ua/doc/files/news/520/52062/new-school.pdf>.
5. Кравчишина О. О. Формування готовності майбутніх вихователів до використання засобів медіаосвіти у навчально-виховному процесі дошкільних навчальних закладів : дис. канд. пед. наук : 13.00.04. Старобільськ, 2016.
6. Онкович Г. В. Засоби масової комунікації у термінологічному просторі медіа-освіти. *Дивослово*. 2007. № 5. С. 29–31.
7. Семеног О. М., Ячменик М. М., Інфо-медійна грамотність учителя. *Культуромовна особистість фахівця у XXI столітті* : зб. матеріалів V міжнародної науково-практичної конференції / за ред. О. М. Семеног. Суми, 2022. Вип. 5. С. 154 с.
8. Семеног О. М., Ячменик М. М. Мовно-методична підготовка майбутнього вчителя-словесника до використання засобів медіаосвіти. СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2019. 220 с.

9. Хижняк І. А. Теорія і практика підготовки майбутніх учителів початкової школи до використання засобів електронної лінгвометодики в професійній діяльності : монографія. Слов'янськ : Вид-во «Друкарський двір», 2016. 410.

10. Шаров С. В. Інноваційний розвиток вищої освіти: глобальний, європейський та національний виміри змін : матеріали VI міжнар. наук.-практ. конф., 23–24 квіт. 2020 р. № 1. С. 266–269.

Information about the author:

Yachmenyk Maryna Mykhailivna,

Candidate of Pedagogical Sciences,

Senior lecturer at the Department of Ukrainian Language and Literature,

Faculty of Foreign and Slavic Philology

Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko

87, Romenska str., Sumy, 40002, Ukraine