

**Методичні рекомендації щодо використання
інформаційно-комунікаційних та медіаосвітніх технологій у процесі
формування національно-соціальних компетентностей учнів на уроках
української мови і літератури**

Медіаосвіта – особлива галузь. Існуючі знання не просто передаються вчителями чи «відкриваються» учнями. Це предмет критичного дослідження і діалогу, у ході яких нові знання активно здобуваються педагогами та учнями.

Стрімкий розвиток у сучасному світі інформаційно-комунікаційних технологій та системи мас-медіа нагально потребує цілеспрямованої підготовки особистості до вмілого і безпечного користування ними. Майбутнє суспільство все більше спиратиметься на інформаційно-комунікаційні технології: хмарні, web-технології, смартфони, штучні інтелекти та інші гаджети. Медіа (книги, преса, радіо, кіно, телебачення, інтернет) потужно й суперечливо впливають на освіту молодого покоління, часто перетворюючись на провідний чинник його соціалізації, стихійного соціального навчання, стають засобом дистанційної і джерелом неформальної освіти. До цього додаються недосконалий захист дитини від медіаконтенту, що може шкодити її здоров'ю та розвитку, відсутність механізмів ефективної саморегуляції інформаційного ринку, які не допускали б недоброякісної медіапродукції, низькоморальних ідеологем та цінностей, інших соціально шкідливих інформаційних впливів. Загострення потреби в інтенсифікації розвитку медіаосвіти зумовлено необхідністю протистояти зовнішній інформаційній агресії та руйнівній зарубіжній пропаганді. У цих умовах медіаосвіта стає фундаментальною складовою інформаційної безпеки країни, відіграє стратегічну роль у вихованні патріотизму молоді, формуванні української ідентичності. Інформаційне суспільство з активним упровадженням мультимедіа в повсякденну реальність вимагає від системи освіти перебудови методів та форм навчання, які дозволять учневі гнучко адаптуватися до умов життя, що змінюються, володіти високим рівнем толерантності, пристосовувати отриманий наратив до власного життєвого простору. За словами М. Маклюєна, «для того, щоб жити в сучасному суспільстві, необхідно бути медіаграмотним».

Головними завданнями медіаосвіти є сприяння формуванню:

- медіаінформаційної грамотності як комплексу умінь, знань, розуміння і відносин, які дають споживачам можливість: ефективно і безпечно користуватися медіа, усвідомлено обирати, розуміти характер контенту і послуг, приймати рішення та користуватися повним спектром можливостей, які пропонують нові комунікаційні технології та медіаінформаційні системи, а також можливість захистити себе і свою сім'ю від шкідливого або вразливого інформаційного матеріалу;
- медіаімунітету особистості, який робить її здатною протистояти агресивному медіасередовищу і деструктивним медіа-інформаційним впливам, забезпечує психологічне благополуччя при споживанні медіапродукції, що передбачає медіаобізнаність, уміння обирати потрібну інформацію, оминати інформаційне «сміття», захищатися від потенційно шкідливої інформації з урахуванням прямих і прихованих впливів;
- рефлексії і критичного мислення як психологічних механізмів, які забезпечують свідоме споживання медіапродукції і саморегуляцію взаємодії з медіа на основі ефективного орієнтування в медіапросторі та осмислення власних медіапотреб, адекватного та різнобічного оцінювання змісту, джерела, форми і якості надання інформації, її повноцінного і критичного тлумачення з урахуванням особливостей сприймання мови різних медіа, розвивають здатність протистояти зовнішній інформаційній агресії і пропаганді, деструктивним медіаінформаційним впливам;
- здатності до медіаторчості для компетентного і здорового самовираження особистості та реалізації її життєвих завдань, розвитку патріотизму, української ідентичності, згуртованості, солідарності, покращення якості міжособової комунікації і приязності соціального середовища, доброзичливості в мережі стосунків, а також якості життя в значущих для особистості спільнотах.



- спеціалізованих аспектів медіакультури: візуальної медіакультури (сприймання кіно, телебачення), аудіальної і музичної медіакультури, розвинених естетичних смаків щодо форм мистецтва, опосередкованих мас-медіа, сучасних напрямів медіа-арту тощо.

Медіаосвіта в Україні є важливим засобом формування і зміцнення національної ідентичності, консолідації суспільства, формування свідомої громадянської патріотичної позиції особистості. У науковій літературі висвітлено різні проблеми адаптації та використання ІКТ та мультимедіа в контексті шкільного навчання, методології і теорії комп'ютеризації освіти (В. Биков, В. Гузєєв, Ю. Жалдак, Ю. Жук, І. Захарова, О. Полат, С. Раков, А. Федоров). Не залишаються осторонь означеної проблеми й учені-методисти, які пропонують свої варіанти в системі інформатизації: О. Ісаєва, Ю. Ковбасенко, О. Куцевол, О. Пронкевич, А. Уліщенко, В. Шуляр. Учителі-практики Сумщини теж представляють власні моделі уроків мови та літератури з використанням інформаційно-комунікаційних та медіаосвітніх технологій, але, в основному, обмежуються ілюстративними й наочними функціями.

Рекомендуємо вчителям використовувати різноформатний медіаконтент для формування умінь критичного сприймання, аналітичного опрацювання, оцінювання достовірності та об'єктивності інформації; підвищення якості комунікативної компетентності; зміцнення національної ідентичності, формування свідомої патріотичної особистості:

- відеоролики;
- ментальні карти;
- медіатексти (інтерв'ю, коментарі, есе, реклама);
- анімаційні фільми;
- креолізовані тексти (буктрейлер, комікс (манга), постер, буклет, фото колаж, логотип, скрапбукінг, «дуддл», кардмейкінг тощо);
- мультфільми;
- відеокліпи;
- флешмоби;
- веб-квести;
- медіа-акції;
- скайп-конференції;
- флеш-ігри;
- постери;
- плейкасти тощо).

Учитель повинен дати учневі спеціальні пошукові знання, навчити навігації в інформаційному просторі – тобто формувати діяльнісно-ціннісний підхід до освіти й самоосвіти.

Звертаємо увагу на те, що діяльність учнів у системі ІКТ передбачає роботу з інтернет-бібліотеками, ілюстрування навчального матеріалу, обробку даних – дидактичні матеріали з екрану, використання відео-матеріалів,

фрагментів теле-, художніх фільмів як основи формування інтерпретаційної культури учнів, що породжує новий жанр уроку – комп'ютерно орієнтований урок, основою якого є гіпертекст. Дидактичні та композиційні можливості такого уроку полягають в урахуванні особливостей сприйняття сучасних підлітків та молоді (візуалізація сприйняття). Поняття «гіпертексту» дозволяє класифікувати урок літератури як навчальний гіпертекст, у якому вчитель пропонує текст художнього твору, літературно-критичні матеріали щодо його інтерпретації, асоціативні зв'язки типу «слово – символ – метафора», «епізод – герой – ідея», «ілюстрація – образ», «кінофрагмент – інтерпретація», «візуальний ряд – асоціативний ряд», «жанр в історичній ретроспекції – індивідуальні авторські особливості роботи в жанрі» і т. п. Таким чином інформація на уроці вибудовується як на лінійному, так і на тематичному рівнях, уключаються мисленнєві операції аналізу, синтезу з власними узагальненнями й висновками. Таким чином, процес навчання набуває творчого характеру.

Також рекомендуємо використовувати широкі можливості медіаосвітніх технологій для порівняння широких можливостей культурних зразків різних літератур і культур. Найбільш оптимальними різновидами інтеграції літератури та медіаосвіти є:

- тексти підручника;
- дидактичні матеріали;
- тексти художніх творів;
- критична література;
- автобіографічні джерела;
- періодична преса;
- телевізійні передачі;
- аудіо- та відеозаписи;
- музичні твори;
- довідкова та енциклопедична література;
- освітні сайти;
- віртуальні музеї;
- електронні підручники та посібники тощо.

Учителям української мови та літератури пропонуємо використовувати такі методичні прийоми створення власних медіатекстів:

- підготовка (електронних, рукописних, друкованих) випусків шкільної газети на літературну тематику;
- видання літературного журналу чи альманаху на тему ролі книги та читання в житті людини;

- створення мультимедійної презентації на тему підготовка телевізійної передачі чи короткого відеофільму на літературні теми;
- написання анотацій на книгу (твір) до шкільної газети, альманаху;
- підготовка фотографій, малюнків, колажів на літературні теми;
- малювання афіші літературних подій, обкладинки до книжки;
- створення рекламних продуктів на тему читання і книги;
- підготовка інтерактивних коментарів до твору створення блогів (інтернет-щоденників).

Варто вчителям пропонувати учням домашні завдання, що мотивують до створення власної медіапродукції:

- підготувати комікси за мотивами літературних творів;
- прорекламувати художній твір, дотримуючись всіх вимог, що висуваються до рекламного продукту (буктрейлер);
- створити міні-фільм (анімаційний ряд);
- дібрати музику, яка б відповідала настрою поезії, передавала основну думку, відображала б внутрішній світ автора;
- опрацювати за допомогою Інтернет-ресурсів додаткові джерела інформації про письменника; створити домашню інтернет-сторінку (блог), на якій розмістити власні міні-роздуми про особистість митця;
- укласти бібліографію з теми, що вивчається, використовуючи паперові носії та мережеві ресурси;
- створити ментальну карту художнього твору тощо.

Готуючись до уроку із застосуванням медіатекстів, слід керуватись такими критеріями відбору інформації:

- зміст, глибина і обсяг навчальної інформації медіатексту повинні відповідати пізнавальним можливостям учнів, враховувати їх інтелектуальну підготовку й вікові особливості;
- у медіатексті повинні міститися тільки основні моменти (визначення, схеми, анімаційні та відеофрагменти, що відбивають сутність тем, що вивчаються);
- потрібно уникати великих текстових фрагментів;
- виділяти в текстах найбільш важливі моменти, використовуючи напівжирний чи курсивний шрифт;
- не варто перенавантажувати медіатексти різноманітними спецефектами, інакше увага учнів буде зосереджена саме на них, а не на інформаційному наповненні ;
- на рівень сприйняття матеріалу великий вплив має кольорова гама, тому необхідно дібрати правильне забарвлення, щоб текст добре «читався»;

– необхідно чітко розрахувати час на показ того чи іншого фрагменту, щоб медіатекст був доповненням до пояснення учителя, а не навпаки.

Сучасні школярі досить вільно орієнтуються в інформаційному просторі. Тому завдання сучасного педагога: розвивати критичне мислення дитини, його вміння аналізувати та відбирати важливу інформацію, структурувати, узагальнювати, використовувати й осмислено створювати для інформаційного середовища власні медіатексти, формувати медіакультуру школярів. Діяльність кожного педагога, спрямована на формування медіа-культури сучасного учня, повинна починатися з формування його власної медіакомпетентності.

Медіаосвіту вчителя можна розглядати як ресурс, що спроможний забезпечити підвищення ефективності навчання учнів у загальноосвітній школі. Сучасні електронні медіа (насамперед, телебачення, персональні комп'ютери й Інтернет) і відповідні їм медіапродукти, поєднуючи в собі можливості всіх існуючих до цього засобів масової інформації й комунікації, реалізують комплекс функцій і впливів на аудиторію. З одного боку, ця багатофункціональність, дійсно, відкриває широкий діапазон можливостей для вдосконалення навчально-виховного процесу. З іншого боку, вимагає від педагогів, що використовують електронні медіа й ресурси у своїй роботі, ретельного планування й чіткого розуміння цілей і завдань своїх занять. Умовою позитивного впливу масмедіа на результативність навчання школярів є володіння вчителем інформацією про існуючі медіапродукти навчального призначення й вмінням ефективно їх використовувати у навчальному процесі, а також вмінням створювати власні ресурси.



Отже, підготувати дитину до ефективної взаємодії з медіа, навчити учнів критично мислити, інтерпретувати медіа тексти, навчити не лише користуватися різноманітними медійними засобами, а й розумітися на закономірностях їх функціонування, особливостей технологій впливу засобів масової інформації – одна з задач сучасного вчителя.

Основні терміни

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

Медіакультура – культура сприймання і виробництва соціальними групами та соціумом у цілому сукупності інформаційно-комунікаційних засобів, що функціонують у суспільстві, знакових систем, технологій комунікації, пошуку, збирання, виробництва і передавання інформації. На особистісному рівні медіакультура означає здатність людини ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі, здійснювати ціннісно-вольову рефлексивну регуляцію інформаційної поведінки.

Медіаобізнаність – складова медіакультури, яка передбачає засвоєння особистістю системи знань про засоби масової комунікації, їх історію та особливості функціонування, користь і шкоду для людини, уміння убезпечити себе від деструктивних медіаінформаційних впливів і вільно орієнтуватись у світі інформації.

Медіаграмотність – складова медіакультури, яка стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, успішно здобувати необхідну інформацію, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, отриману з різних медіа, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують.

Медіакомпетентність – рівень медіакультури, що забезпечує розуміння особистістю соціокультурного, економічного і політичного контексту функціонування медіа, засвідчує її здатність бути носієм і передавачем медіакультурних цінностей, смаків і стандартів, ефективно взаємодіяти з медіапростором, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства, реалізувати активну громадянську позицію.

Медіаосвітні технології – методично-організаційні засоби навчального процесу з використанням періодичних видань, радіо, телебачення, кіно, а також програмно-апаратних засобів і пристроїв, що забезпечують операції збирання, оброблення, накопичення, збереження й передавання інформації.

Медіаінформаційна грамотність – МІГ (mediaandinformationalliteracy – MIL) – сучасна стратегія ЮНЕСКО, яка полягає у поєднанні традиційних

концептів «медіаграмотності» та «інформаційної грамотності» в спільний концепт МІГ, що позначає комбінований набір компетенцій (знань, навичок і відносин), необхідних на сьогоднішній день для життя і роботи. МІГ розглядає всі види засобів масової інформації та інших постачальників інформації, таких як бібліотеки, архів, музеї та інтернет, незалежно від використовуваних технологій. МІГ спрямована на розширення прав і свободи самовираження людей, забезпечення рівноправного доступу до інформації та знань і сприяння формуванню вільної, незалежної і плюралістичної медіа- та інформаційної системи.

Концепт МІГ передбачає визнання провідної ролі інформації і медіа в повсякденному житті. МІГ лежить в основі свободи слова та інформації, оскільки дає змогу громадянам зрозуміти функції засобів масової інформації та інших постачальників інформації, критично оцінювати їх зміст, а також ухвалювати обґрунтовані рішення, будучи як користувачами, так і виробниками інформації та медіаконтенту.

Методист з української мови та літератури
Сумського ОППО
Шерстюк

Л.М.