**Методичні рекомендації щодо формування медіаграмотної особистості на уроках української мови і літератури в умовах нової української школи**

Зміни, які сьогодні відбуваються в суспільстві, багато в чому залежать від засобів масової інформації, які, створюючи інтенсивні інформаційні потоки, з одного боку, забезпечують доступність інформації, дають більші можливості для самоосвіти, комунікації, поширення ідей, самореалізації, а з другого – через можливості маніпуляції, пропаганду, мову ворожнечі, кіберзалякування створюють загрозу як в індивідуальних, так і в глобальних масштабах. Знаходячись під впливом різновекторної інформації, стаючи частиною глобальних мереж, людина втрачає здатність цілісно сприймати медіатексти, оскільки в неї формується «багатошарова» калейдоскопічна свідомість, що позбавляє можливості мислити панорамно і критично.

Усвідомлюючи серйозність викликів сучасності, освітяни активно шукають шляхи формування медіаграмотної людини, яка була б здатна перетворити загрози, спричинені можливостями цифрового суспільства, на ресурс для саморозвитку. Дитина не в змозі самостійно одразу розібратися у всьому потоці медіаінформації, навчитися критично мислити стосовно медіатекстів. Учителі української мови та літератури як одна з рушійних сил формування особистості школяра повинні конструювати урок так, щоб задовольнити вимоги сучасного суспільства. З огляду на світові тенденції, в умовах активного реформування освіти в Україні на державному рівні, закладено підґрунтя для формування медіаграмотної особистості учня. Так, у 2016 р. Президією Національної академії педагогічних наук України було схвалено нову редакцію Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, у якій декларується «впровадження медіаосвіти в педагогічну практику на всіх рівнях», а також «поширення практики інтеграції медіаосвітніх елементів у навчальні програми з різних предметів».

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 медіатворчості 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 [5].

Ця тема не є новою, але потребує глибшого вивчення, теоретичного обґрунтування та пошуку шляхів практичної реалізації питання впровадження медіаграмотності в практику навчання української мови та літератури.

Важливу роль у формуванні медіаграмотності школярів на уроках української мови та літератури відіграє робота над медіатекстами, сприйняття та аналіз творів медіакультури, різноманітні творчі медіазавдання.

Рекомендуємо вчителям використовувати різноформатний медіаконтент для формування умінь критичного сприймання, аналітичного опрацювання, оцінювання достовірності та об’єктивності інформації; підвищення якості комунікативної компетентності:

* 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;
* вебквести;
* медіа-акції;
* скайп-конференції;
* флеш-ігри;
* постери;
* плейкасти тощо).

Рекомендуємо вчителям використовувати різні види самостійної роботи на матеріалі аудіовізуальних медіа:

– зображувально-імітаційні творчі завдання (створення кіноафіш за допомогою колажів з домальовуваннями, малюнки і колажі на тему творів екранних мистецтв, мальовані комікси на тему творів екранних мистецтв) [3];

– рольові ігри («Теленовини», «Репортаж»);

– творчі завдання на відновлення в пам’яті динаміки просторово-часових, аудіовізуальних образів кульмінаційних епізодів медіатекстів у процесі колективного обговорення (добір прозових, поетичних, живописних, музичних творів, що асоціюються з тим чи іншим медіатекстом, обґрунтування свого вибору тощо);

* проблемні колективні обговорення та рецензування медіатекстів (фільмів, телепередач, кліпів, комп’ютерних ігор, сайтів) (зіставлення та обговорення рецензій, статей, книг професійних кінознавців; підготовка рефератів, присвячених проблемам медіакультури).

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.

Рекомендуємо використовувати творчі завдання (за матеріалами засобів масової інформації):

– добір інформації з певної теми з доступних джерел;

– ознайомлення з телепрограмою з наступним складанням анонсів передач за їх назвами;

– ранжування запропонованої інформації за її соціальною значущістю;

* складання тематичної добірки інформаційних матеріалів із газет і журналів з будь-якої тематики.

Учням старших класів на уроках української мови в контексті вивчення програмового матеріалу рекомендуємо запропонувати такі види роботи та прийоми:

− здійснити компресію медійного повідомлення згідно з особливостями представлення тексту (від аналітичної статті (в журналі) – до анонсу (на сайті); від телерепортажу – до бліцновини …);

− підготувати медіатексти на одну тему (рекламного характеру) з урахуванням різної цільової аудиторії (екотуризм для молоді, для людей поважного віку, для бізнесменів, для молодих сімей з дітками тощо);

− здійснити «інтерактивне включення» в запропонований медіаконтекст і представити тему з погляду очевидця, учасника інформаційної події;

– прийом «німе кіно» (озвучування слайдів, уривку з мультфільму);

– прийом «екскурсовод» (добір та озвучування відеоматеріалу);

– прийом «інтерв’ю» (складання питань за враженнями від фільму, мультфільму, теле- та радіопередачі);

– прослуховування усної інформації з наступним її ілюструванням малюнками, складання сценарного плану відеосюжету;

* виклад запропонованої інформації із змінами її таким чином, щоб вона стала доступною дитині.

Формування медіаграмотності – це не ще одне додаткове навантаження для вчителя, а нагода урізноманітнити, осучаснити, зробити уроки ближчими до життя, покращити академічні показники через залучення учнів до їхньої власної культурної території, задовольняючи їхні інтереси. Важливим також є урахування сенситивних періодів учнів, їхніх потреб, захоплень, досвіду, актуальної медіаситуації, залучення учнів до добору медіатекстів. Цікавими дослідженнями щодо цього є стаття О.П. Глазової «Робота над відгуком про твір мистецтва із застосуванням елементів медійної освіти (на прикладі кінофільму «Незламна»), у якій авторка пропонує формувати медіаграмотність у процесі написання есе, публіцистичних статей, торкаючись сучасних, достатньо дискусійних і цікавих для підлітків тем [1].

Пропонуємо приклади освітніх продуктів колективної роботи під час вивчення теми «Лексикологія» у 10 класі:

– коментарі до публікації у соціальній мережі «15 влучних українських фразеологізмів на всі випадки життя» тощо;

* власна публікація в мережі щодо складних випадків слововживання;
* віртуальна екскурсія «Музей одного слова» (систематизація інформації про певне слово з різних лексикографічних джерел);
* сторінка в соціальній мережі на тему культури мовлення або ораторського мистецтва (на кшталт «СловОпису»);
* соціальний ролик на тему «Слова-конфліктогени»;
* відеосюжет у журналістському жанрі стендап («Лінгвопуризм: за і проти», «Мовна стійкість: соціальний експеримент»);
* відеоскрайбінг на тему «Просто про омоніми і багатозначні слова»;
* буктрейлер до книги О. Авраменка «100 уроків української» або теми «Лексикографічне багатство нашої мови»;
* реклама до блогу професора Пономарева;
* інтерактивний плакат «Народження й життя фразеологізмів»   
  тощо [4].

Сучасна мовна особистість існує в просторі різноманітних медіатекстів, тому, орієнтуючись на положення навчальної програми про те, що знання, які здобуватимуть учні, мають бути інструментом у розв’язанні життєвих проблем, засобом особистісного розвитку, соціалізації учнів, вважаємо, що під час навчання української мови варто більшої ваги надавати роботі з медіатекстами і, використовуючи певні методи, вчити дітей аналізувати, створювати, використовувати медіатексти, а також презентувати їх у різних формах.

Для презентації авторських медіатекстів та зворотного зв’язку можна використовувати різні інтерактивні платформи: група в соціальній мережі, сайт закладу, сайт учителя, учня, блоги. Написання дописів на різноманітних ресурсах розвиватиме комунікативну компетентність, мотивуватиме до вивчення мови та літератури.

Насамкінець варто зауважити, що уроки української мови та літератури можуть стати сучасною платформою для формування медіаграмотної особистості, водночас використання елементів медіаосвіти сприятиме вихованню національно-мовної особистості, надаватиме можливість більш ефективно формувати мовну, комунікативну, мовленнєву та соціокультурну компетенцію в різних сферах і жанрах мовлення, повноцінно застосовувати диференційований особистісно орієнтований та розвивальний підходи, враховуючи психологічні особливості кожного учня.

Головна функція вчителя – навчити вчитися, створити умови для кращого засвоєння матеріалу, тому медіа-урок є продуктивною формою навчання, що в близькому майбутньому поступово витіснятиме традиційні уроки, синтезуючи в собі вже набутий досвід з новими методами й прийомами.

**Глосарій**

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 [2].

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 [2].

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 [2].

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 [2].

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 [2].

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 [2].

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. MIГ 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 [2].

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.

**Використані джерела**

1. Глазова О. Робота над відгуком про твір мистецтва із застосуванням елементів медійної освіти (на прикладі кінофільму «Незламна») [Електронний ресурс] / О. Глазова. – Режим доступу: <http://biog.in.ua/robota-nad-vidgukom-pro-tvir-mistectva-iz-zastosuvannyam-eleme.html>

2. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (нова редакція) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/>

3. Онкович Г. Професійно-орієнтована медіаосвіта у вищій школі /   
Г. Онкович // Вища освіта України. – 2014. – № 2. – С. 80–87. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/vou_2014_2_14>

4. Шуневич О. Шляхи формування медіаграмотності в процесі навчання учнів української мови. Український педагогічний журнал. – 2017. – № 4. –   
С. 103-110.

5. Шуляр В. Медіаосвіта: стратегія і тактика співпраці медіапедагогів і бібліотекарів / В. Шуляр // Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи : збірник статей П’ятої міжнародної науково-методичної конференції. – К. : Центр Вільної Преси, Академія української преси, 2017. – 393 с.

Методист з української мови та літератури

навчально-методичного відділу координації

освітньої діяльності та професійного

розвитку КЗ СОІППО Л.М. Шерстюк

Підпис наявний в оригіналі