

# Медійна грамотність учителя в умовах ВОЄННОГО СТАНУ

---

ГАПОН Л.О.

13.02.2025

# МЕДІАГРАМОТНІСТЬ

---

Медіаграмотність – це комплекс умінь і навичок для розуміння тексту і підтексту; розрізнення в ньому інформації (першорядної і другорядної, достовірної і недостовірної, необхідної і надлишкової); застосування інформаційно-комунікаційних технологій для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією у професійній діяльності, публічному просторі та приватному спілкуванні.

Вітчизняні й закордонні науковці М. Дорош, А. Леонтьєв, М. Маклюєн, Ю. Наливайко, Ю. Хабермас, Е. Тоффлер досліджували медіаграмотність як світоглядний і соціокомунікаційний феномен.

Дидактичні підходи до розвитку медіаграмотності студентів розглянули Г. Волошко, Н. Ничкало, О. Семенов, Г. Онкович, Ю. Наливайко, Н. Чичеріна.

Актуальні аспекти формування медіаграмотної особистості учня й студента описали Н. Бондаренко, Ю. Ковтун, Г. Корицька, О. Савченко, М. Шуляр та ін.

## КОНСТРУКТОР ВПРАВ

Збірник практичних завдань з інфомедійної грамотності, інтегрованої до фахової підготовки студентів-журналістів



Посібник для вчителів «7 кроків до здорового медіаспоживання під час війни»

посібник для вчителя

## 7 кроків до здорового медіаспоживання під час війни

[https://znayshov.com/News/Details/posibnyk\\_dlia\\_vchyteliv\\_7\\_krokov\\_do\\_zdorovoho\\_mediaspozhyvannia\\_pid\\_chas\\_viiny](https://znayshov.com/News/Details/posibnyk_dlia_vchyteliv_7_krokov_do_zdorovoho_mediaspozhyvannia_pid_chas_viiny)

# Зміни медіаспоживання

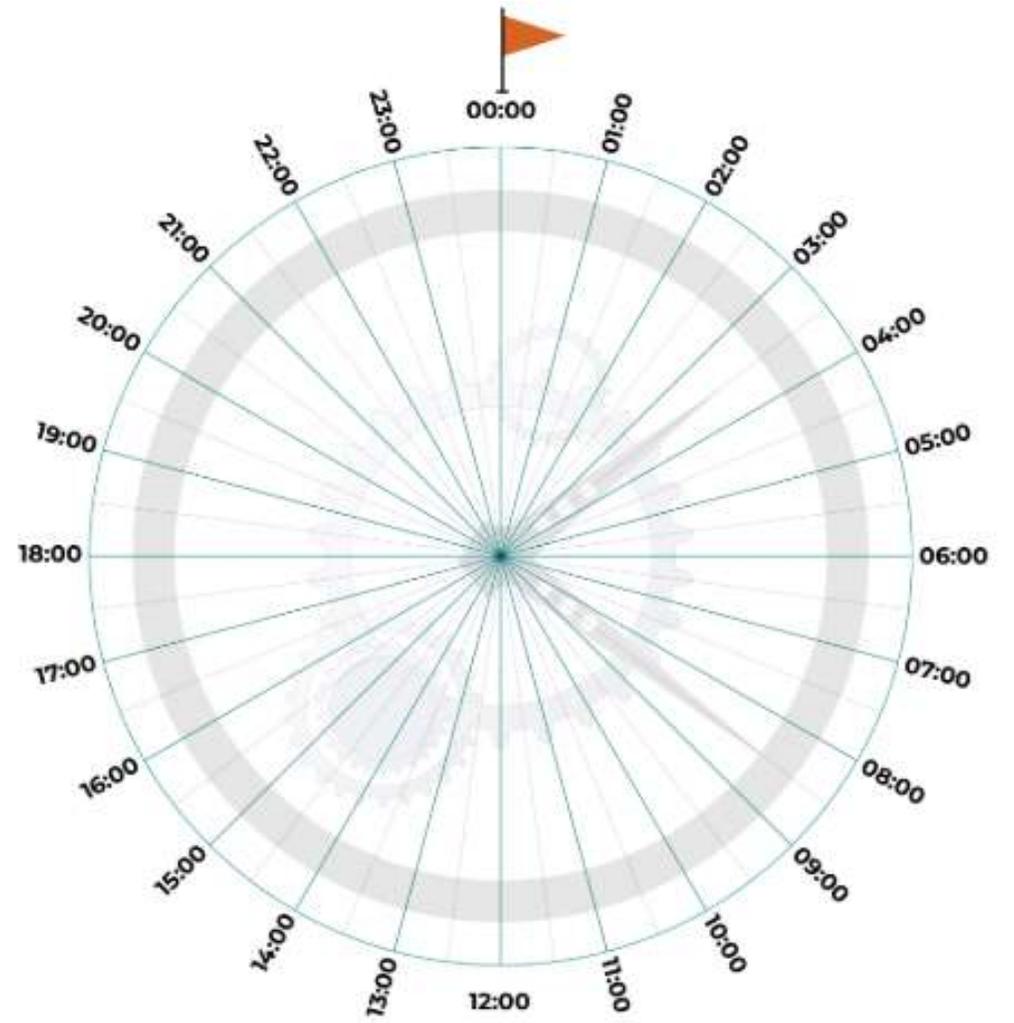
---

- ❖ зростання інтересу до новин
- ❖ зміна кількості джерел інформації
- ❖ зміна характеру інформації
- ❖ хаотизація медіаспоживання
- ❖ телеграм-канали як джерела новин (70-85% населення України), телепрограми (20-30% населення України)
- ❖ телеграмізація небезпечна через засилля неперевіреної та фейкової інформації в неконтрольованому просторі

# Час медіаспоживання

---

Вправа  
«Два кола  
медійного  
споживання»



---

# Взаємодія з новинами й емоційно важкою інформацією



# Поради експертів

---

**Уникайте хаотичного медіаспоживання**, коли ми бездумно споживаємо всю інформацію, яку нам пропонує наш гаджет.

Вимикайте режим автопілота в споживанні інформації. Плануйте ваше медіаспоживання й медіаповедінку. Використовуйте перевірені джерела інформації для прийняття рішень.

Ухвалення життєвих рішень має відбуватися на основі правдивої перевіреної інформації. Варто бути інформаційно пильними. У медіаштурмі орієнтуйтеся на світло маяків якісних медіа.

Пам'ятайте, що **час – мірило здорового медіаспоживання**. Керуйте своїм бюджетом часу. Уникайте тривожних вирів інформації, не «прилипайте» до екрану, практикуйте медіапаузи для розваг та відпочинку. Практикуйте баланс часу на взаємодію з медіа й живого спілкування з людьми та природою.

**Знаходьте медіапрактики, які «підсилюють» вас**, а не завдають шкоди. Доеднуйтеся саме до таких медіахвиль. Поширюйте практики збалансованості також і на різні жанри та види медіа. Обирайте контент, який не тільки передасть інформацію, але збагатить вас емоційно та ціннісно.

# МЕДІАТВОРЧІСТЬ

---

МЕДІАТВОРЧІСТЬ є проявом творчої реалізації особистості у сфері медіа, яка відбувається як у процесі створення медіатекстів (вербальних, образних, аудіовізуальних та інших форм), так і в процесі творчого сприйняття медіапродуктів (інтерпретації, переосмислення та створення нових образів).

Медіаторчість є вищим рівнем розвитку медіакультури.

Ефективною моделлю співпраці з учнями в форматі творчого сприйняття медіапродуктів також можуть бути **МЕДІАКЛУБИ**, які дозволяють вибудовувати довірливі відносини з аудиторією одночасно з формуванням розуміння процесів створення та механізмів впливу медіа.



Медіаклуб може розвивати креативність учнів, здатність до творчого сприймання інформації. Найчастіше ця технологія використовується в позакласних формах роботи. Але також може застосовуватися в межах окремих тем під час уроків.

На початку роботи ВАРТО ПОЗНАЙОМИТИ підлітків із медіаклубом як формою усвідомлення того, як медіапродукти, зокрема кіно, впливають на психіку, поведінку, вибір і рішення людини.

МЕТОЮ МЕДІАКЛУБУ є також розвиток у них здатності до рефлексії своїх почуттів, формування умінь і звички саморегуляції.

# ФОРМИ ПОВЕДЕННЯ МЕДІАКЛУБІВ

---

**Дискусійна**, яка передбачає обговорення побаченого й сприяє розумінню багатозначності медіапродукту, тобто усвідомлення побаченого й розкриття через обговорення різних значень символів, представлених у медіапродукті. Така форма медіаклубу моделює комунікацію людей з різними думками, адже медіапродукція може сприйматися по-різному, а вміння комунікації в учнів є ще в стадії формування, особливо в умовах інформаційного перевантаження.

«**Психотерапевтична**». Ця форма складніша, і її можна застосовувати в умовах невизначеності, конфлікту, наявних проблем у дитячому колективі, адже метою є робота з особистими переживаннями та смислами, які актуалізують під час перегляду фільму й групового обговорення. Тут ідеться не скільки про розуміння, а про прийняття сюжету та саморозкриття в ньому.

# ЯК ПРОВОДИТИ МЕДІАКЛУБ?

---

**Практичні заняття в обох формах** медіаклубу відбуваються поетапно:

## **1 етап**

Спільний **перегляд** аудіовізуального медіатексту масової (популярної) культури.

## **2 етап**

Визначення та обговорення **емоційного впливу** медіапродукту.

# ЯК ВИБРАТИ ФІЛЬМ?

---

- належати до **масової культури**, тобто бути зрозумілим та цікавим дитині чи підлітку; не варто брати фільми напрямів «авторського кіно», лауреатів спеціальних фестивалей тощо;
- бути «маловідомим» – коли підліток дивиться фільм не вперше, то кіно викликає вже інші почуття, тому шукайте ті фільми, які ваші вихованці ще не бачили;
- бути **мистецьким явищем** (навіть якщо це аматорське відео);
- сприяти роздумам, рефлексії глядача;
- бути **етнічно спорідненим** українській культурі (хоча в епоху глобалізації навіть далекі від української культури медіапродукти можуть викликати цікавість із боку дітей, наприклад аніме);
- важливою є **актуальність проблематики** для дітей/підлітків та представленість теми в їхньому особистісному досвіді (теми зовсім абстрактні або тотожні гострій ситуації наявного конфлікту між учасниками не варто обирати);
- тематика медіапродукції **не** має містити **провокації** сильних емоцій, до обговорення яких діти не готові (є ризик ретравмування – від перегляду твору, до якого дитина не готова, але не змогла відмовитись, і від інших реакцій решти учасників). Отже, **не варто** вибирати фільми про війну, руйнування, природні катастрофи тощо;
- має не бути однозначним в ідейному спрямуванні, не пропонувати єдину правильну відповідь, а навпаки - **порушувати багато запитань**. Підлітки цінують, коли до них ставляться з повагою, а не повчають.

# ПРИНЦИПИ ДИСКУСІЇ

- **Партнерська модель.** Ми такі ж самі глядачі, як і наші вихованці.

*Подивімося разом і потім обговорімо свої думки та переживання.*

- Опора на **попередній досвід** дітей.

*А з вами таке траплялося?*

- **Відсутність «остаточного та єдиного тлумачення»** символів і образів.

*Кожен має право на свою думку.*

- **Модерація** дискусії та **узагальнення** висновків.

- *Послухаймо, що скаже...*
- *А ти що думаєш із цього приводу?*
- *А в когось є інший погляд?*
- *Як я зрозумів/ла, думки розділилися, хтось вважає..., а інші думають, що...*

- **Відхід від оцінок.** Важливо модерувати дискусію, коректно зупиняючи тих, хто висловлює прямі оцінки.

*Немає правильних та неправильних думок, кожна думка важлива, кожен має право її висловити.*

- **Обговорення емоцій**, внутрішніх реакцій, думок, асоціацій, розгляд причин того чи іншого ставлення.

- *Чому ти так вважаєш? Це чимось схоже на твою ситуацію (сім'ю, друзів, життя)?*
- *А що б ти відчував/-ла, якби з тобою це трапилося?*
- *А що відчував/-ла, коли дивився/-лася фільм? А що відчуваєш зараз?*

# МЕДІАТЕКСТИ

---

Величезне значення у формуванні медіаграмотності на уроках української словесності має робота з медіатекстом – особливим комунікативним продуктом, що об'єднує медійні (візуальні, звукові, аудіовізуальні) та вербальні одиниці.

В. Шуляр вважає медіатекст «особистісно й соціально значущим навчальним медіапродуктом співпраці медіачитача й медіасловесника».

# РОБОТА З МЕДІАТЕКСТАМИ

---

Медіатексти стали органічною частиною сучасного освітнього процесу, оскільки розглядаються як джерело актуальної інформації, сприяють формуванню читацької грамотності, розвитку дослідницьких та творчих здібностей учнів.

Робота з медіатекстами спрямована на вироблення здатності осмислювати медійну інформацію, відчувати прихований підтекст у медіапродукті, розуміти світогляд автора медіаповідомлення, визначати мету комунікації в медіасередовищі, спонукати до пошуку інформації в спеціальних, довідкових виданнях тощо.

# ВИДИ МЕДІАТЕКСТІВ

---

До медіатекстів відносимо: огляд новин, заголовки, написи під зображеннями, допис, кулінарні рецепти, рецензії на фільми, прогнози погоди, репортажі, звіти тощо.

Крім того, медіатекстами є анімаційні фільми, кінофільми та телевізійні програми, блоги, сайти, пости в групах у соціальних мереж, рекламні ролики, візуальні тексти (наприклад, вірші, записані авторами на відео), відеоінтерв'ю, відеорепортажі, слайд-фільми, малюнки, графіка, фотографії тощо.

# РОБОТА З МЕДІАТЕКСТАМИ

---

Під час роботи з медіатекстами слід дотримуватись певної методики роботи з ними, яка має таку схему: сприймання та розуміння тексту; аналіз змісту та форми медіатексту; оцінювання інформаційного матеріалу; визначення особистісного ставлення до запропонованого медіатексту. При цьому учням/ученицям необхідно давати рекомендації, що дозволять правильно відобразити способи і засоби вираження авторського наміру

# РОБОТА З МЕДІАТЕКСТАМИ

---



# РОБОТА З МЕДІАТЕКСТАМИ

---

Доречним буде також використання циклів літературно-аналітичних, літературно-імітаційних, театралізовано-рольових та образотворчо-імітаційних творчих завдань. Учням можна запропонувати написати статтю на морально-етичну тему до газети, есе, дібрати інформацію з доступних медіаджерел і творчо представити її на уроці, ознайомитися з телепрограмою з подальшим складанням анонсів телепередач за їх назвами, скласти тематичну добірку інформаційних матеріалів із газет і журналів соціокультурної тематики. Медіатекст можна використовувати в підготовці до роботи над переказами, для організації навчального і контрольного аудіювання тощо.

# РОБОТА З МЕДІАТЕКСТАМИ

---

Аналіз персонажів медіатекстів (аналіз характерів, мотивів поведінки, ідейних орієнтацій, дій персонажів тексту)

Герменевтичний аналіз (дослідження процесу інтерпретації культурних, історичних, гендерних чинників, що впливають на точку зору автора тексту)

Автобіографічний (особистісний) аналіз (зіставлення свого життєвого досвіду, подій особистісного життя, проявів свого характеру в різних ситуаціях із життєвим досвідом персонажів медіатексту)

Іконографічний аналіз (асоціативний аналіз зображення в медіатексті предметів, понять, символів, наприклад вода – символ чистоти, а вогонь – символ руйнування) визначення джерела медіатекстів, їх політичні, соціальні, комерційні, культурні інтереси, їх контекст

# РОБОТА З МЕДІАТЕКСТАМИ

---

Проблемні обговорення та рецензування медіатекстів (фільмів, телепередач, кліпів, ігор, сайтів Інтернет)

Зіставлення та обговорення рецензій, статей, книг

Підготовка рефератів, присвяченій даній темі

Колективні обговорення, дискусії за темою медіатекстів

Письмове рецензування медіа текстів, ведення медіащоденника

Види творчих завдань на заняттях з використанням аудіо – та відеозаписів

# РОБОТА З МЕДІАТЕКСТАМИ

---

Творчі завдання на відновлення усіх етапів розвитку сюжету

Добір прозових, поетичних, живописних, музичних творів, що асоціюється з тим чи іншим медіатекстом

Складання монологів (листи до редакції газет і журналів, на ТБ) глядачів із різними соціальними професійними, освітніми, мистецькими й іншими даними

Обґрунтування причин успіху в аудиторії найпопулярніших медіатекстів (опора на міф, фольклор, видовищність, жанр, систему емоцій, кінцівка твору, авторська позиція)

Складання прогнозу успіху медіатекстів за рекламними анотаціями (рекламні видання, телереклама)

# РОБОТА З МЕДІАТЕКСТАМИ

---

Приєм «Німе кіно» (озвучування слайдів, уривків з фільмів)

Приєм «Екскурсовод» (добір та озвучування відеоматеріалу, презентації)

Приєм «Інтерв'ю» (складання питань до головних, другорядних героїв чи авторів медіатекстів)

Прослуховування інформації з добором та ілюструванням малюнками, відеосюжетом чи презентацією

Ознайомлення з телепрограмою з наступним складанням анонсів передач

Вибір відео – чи аудіотексту, які ототожнюються чи розкривають певну тему

Ранжування запропонованої інформації за її соціальною значущістю

Складання тематичної добірки інформаційних матеріалів з друкованих та електронних носіїв

Ведення медіа щоденника

# РОБОТА З МЕДІАТЕКСТАМИ

---

## РІВЕНЬ ТВОРЧОСТІ

Створення власних медіатекстів  
інсценізація епізодів медіатексту

написання міні-сценаріїв

Створення онлайн ігор, анімації

Створення радіо – та відео – новин

Створення текстових новин, газети

# Рекомендовані джерела

---

Медіаграмотність для учнів. Освітній серіал на платформі «Дія. Цифрова освіта «Навчання під час воєнного стану» (Куншт разом з Міністерство цифрової трансформації України та Канадським фондом підтримки місцевих ініціатив): URL:

<https://osvita.diia.gov.ua/courses/education-during-the-state-of-war?fbclid=IwAR0WmAjU7TCroshGIrpFDOgCcy2StcEqdZsfwTBiLejA3Kexm4j8BS4kYS0> .

Поради щодо здорового медіаспоживання під час війни: посібник/Всеукраїнська програма ментального здоров'я «Ти як?». URL:

<https://drive.google.com/file/d/1ROd1S0XBLLIAeyiP7hO0oDji7a6EJXn/view> .

Універсальний урок для учнів 8-11 класів «Медіаграмотність під час війни: як вистояти в інформаційному потоці» (розроблено експертами міжнародної організації IREX у межах проєкту «Вивчай та розрізняй: інфомедійна грамотність») URL:

<https://drive.google.com/drive/folders/1dlj67HTGvcgIVdVEQntifL1RWLmkLbVS?usp=sharing>

# Рекомендовані джерела

---

Пам'ятка «Як сприймати емоційну інформацію». IREX в Україні. 2022. URL:

[https://drive.google.com/file/d/1UC7Fwo7upstiZCwulcKRISUif7x2Mg2u/view?usp=drive\\_linkz](https://drive.google.com/file/d/1UC7Fwo7upstiZCwulcKRISUif7x2Mg2u/view?usp=drive_linkz)

Універсальний урок для учнів 8-11 класів «Медіаграмотність під час війни: як вистояти в інформаційному потоці». Розроблено експертами міжнародної організації IREX у межах проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність». Конспект уроку, презентація, роздаткові матеріали. URL:

<https://drive.google.com/drive/folders/1dlj67HTGvcgIVdVEQntifL1RWLmkLbVS?usp=sharing> .

Універсальний урок для учнів 8-11 класів «Як українцям зберегти єдність: протидія стереотипам та мові ворожнечі» Розроблено експертами міжнародної організації IREX у межах проєкту «Вивчай та розрізняй: інфо- медійна грамотність». Конспект уроку, презентація, роздаткові матеріали. URL:

<https://drive.google.com/drive/folders/1TsMNZFpNGMI4WH1ZCGhvo4cQqiDq9CO6?usp=sharing>