

ВИКОРИСТАННЯ МЕДІАТЕКСТІВ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ

10.12.2025р.

Медіаграмотність

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

Медіатекст в освітній діяльності

- **Медіатекст – особливий комунікативний продукт, що об'єднує медійні (візуальні, звукові, аудіовізуальні) та вербальні одиниці.**

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

Функції медіатекстів

- **Інформаційна функція** полягає в інформуванні про факти, події, явища, процеси, що відбуваються й відбувалися в суспільстві, у країні й у світі.
- **Комунікаційна функція** забезпечує контактування в процесі обміну інформацією.
- **Евристична функція** справляє вплив на розвиток когнітивної та емпіричної сфер діяльності людини, мотивує і дає змогу пізнавати світ і себе в ньому.
- **Аксіологічна функція** зrealізовується через закладені в медіатексті цінності й оцінки повідомлюваної інформації.

Функції медіатекстів

- **Онтологічна функція** медіатекстів проявляється у висвітленні різноманітних сфер буття людини, спонукає її відкривати й розуміти людей, світ, себе, своє місце і місію в ньому.
- **Мотиваційна функція** полягає у життєвій запитаності інформації, яку містить медіатекст, для щоденного комфортного буття людини й вирішення нею життєвих проблем, у зацікавленні медіачитача проблематикою і змістом.

Робота з медіатекстом

Робота з медіатекстом для досягнення медіаграмотності передбачає :

- ✓ 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

Медіатексти використовують:

- ✓ для формування медіаграмотності
- ✓ для ознайомлення з медіасередовищем
- ✓ як навчальний предметний контент
- ✓ як засіб формування в учнів життєствердної картини світу
- ✓ як джерело актуальної інформації
- ✓ як об'єкт аналізу, інтерпретації
- ✓ як зразок для створення власних медіависловлювань
- ✓ як засіб моделювання, проектування й прогнозування, презентації й самопрезентації
- ✓ як стимул до медіатворчості

Медіатексти використовують

- ✓ для формування власної позиції, оцінних суджень
- ✓ для наслідування історій успіху, поведінки у нестандартних ситуаціях
- ✓ для розв'язання життєвих проблем
- ✓ для формування читацької грамотності
- ✓ для розвитку дослідницьких та творчих здібностей учнів
- ✓ для розвитку раціонально-критичного і творчого мислення
- ✓ для розвитку інтелектуальної, поведінкової, емоційної сфери
- ✓ для формування ключових компетентностей
- ✓ для формування здатності конструктивного спілкуватися

Що відносимо до 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.

Типологія медіатекстів

- Проблема типології медіатекстів і виокремлення їх категорій на змістовому, структурно-композиційному, жанрово-стилістичному мовному рівнях, що можуть бути покладені в основу змісту, методів і прийомів формування медіаграмотності учнів/студентів залишається в лінгвістиці тексту поки що відкритою.

Класифікація медіатекстів

- 1) спосіб створення тексту (авторський – колегіальний);
- 2) форма творення (усна – писемна);
- 3) форма відтворення (усна – писемна);
- 4) канал розповсюдження (носії: друк, радіо, телебачення, інтернет);
- 5) функціонально-жанровий тип тексту (новини, коментар, інформаційна аналітика, текст-нарис, реклама);
- 6) тематична домінанта.

Інформаційні жанри журналістики

- ✓ ОГЛЯД НОВИН
- ✓ ДОПИС
- ✓ РЕПОРТАЖ
- ✓ ІНТЕРВ'Ю
- ✓ ХРОНІКА
- ✓ ЗВІТ

Інформаційні жанри

- У **дописі**, в якому інформують про значущий факт соціального життя, стимулятором є новизна повідомлення за невеликого обсягу повідомлення. Головна стильова риса допису як інформаційного жанру – це дотримання стандартів офіційно-ділового мовлення. Композиція допису досить чітка: кожен абзац допису становить одне синтаксичне ціле, що має описовий характер; факти викладаються статично.
- **Репортаж** має свої особливості викладу матеріалу, а саме: опис якоїсь події чи факту відбувається з місця подій, і тому ефект присутності є найважливішою ознакою репортажу. Мова цього медіатексту характеризується документальністю викладу у поєднанні з образністю описуваного.
- **Огляд новин** – це актуальний відгук на те, що відбувається. Виклад матеріалу може охоплювати події одного дня, тижня, місяця і так далі.

**Завдання
для II етапу
XV Міжнародного мовно-літературного конкурсу
учнівської та студентської молоді
імені Тараса Шевченка
7 клас**



Прочитай вірш Т.Г. Шевченка «Рече та стогне Дніпр широкий». Уяви себе репортером однієї з газет. Ти отримав/ла завдання від редакції **зробити репортаж із місця подій**. Уяви й опиши, що могло відбуватися після зазначених рядків (обсяг – 1-1,5 сторінки у публіцистичному стилі). Дай назву своєму репортажу. Уведи до тексту фразеологізми: коли рак свисне, і вухом не вести, море по коліна. Підкресли їх.

Трансформовані інформаційні жанри журналістики

- ✓ теленовини
- ✓ радіоновини
- ✓ інфографіка
- ✓ влоги
- ✓ стрими
- ✓ подкасти

Інтеграція аудіовізуальних та мультимедійних елементів трансформує класичні жанри

Аналітичні жанри журналістики

- ✓ аналітична стаття
- ✓ коментар / колонка
- ✓ розслідування
- ✓ рецензія

Художньо-публіцистичні жанри журналістики

- ✓ нарис
- ✓ фейлетон
- ✓ памфлет
- ✓ есе

Трансформовані художньо-публіцистичні жанри

- ✓ блоги, мікроблоги, влоги
- ✓ інфографіка, вебкомікси, демотиватори, які також використовують художні прийоми в мережевому просторі

Медіатексти в Держстандарті

Загальні результати	5—6 класи		7—9 класи	
	конкретні результати	орієнтири для оцінювання	конкретні результати	орієнтири для оцінювання
Висловлює та обстоює власні погляди, ідеї, переконання [МОВ 1.6]	конструктивно спілкується, використовуючи типові мовленнєві конструкції [6 МОВ 1.6.1]	доброзичливо висловлює своє ставлення до думок інших осіб, зважаючи на неповноту або суперечливість почутої інформації [6 МОВ 1.6.1-1]	обґрунтовує власну позицію щодо особистісно та суспільно важливих питань, зокрема порушених у почутому повідомленні (зокрема художньому тексті, медіатексті) у реальній ситуації спілкування [6 МОВ 1.6.1]	логічно і послідовно презентує в доцільній жанровій формі власні погляди, ідеї, переконання, підкріплюючи їх аргументами та наводячи доречні приклади із власного або суспільно-історичного досвіду [9 МОВ 1.6.1-1] комунікує, визнаючи право на існування іншої думки, з дотриманням принципів етики спілкування, норм літературної вимови [9 МОВ 1.6.1-2] доречно використовує цитати з різних джерел (зокрема художніх текстів, медіатекстів) для підтвердження та вираження власних

Медіатексти в модельних програмах

МОВЛЕННЄВА ЗМІСТОВА ЛІНІЯ			
1	<p>Очікувані результати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостійно визначає критерії добору і способи пошуку інформації [9 МОВ 2.5.2]; - з'ясовує важливість і прогнозує доцільність подальшого використання інформації, здобутої з кількох текстів (художніх текстів, медіатекстів тощо), спираючись на прочитане та інші джерела [9 МОВ 2.4.1-1]; - фіксує почуте повідомлення (художній текст, медіатекст тощо) для оптимізації запам'ятовування, розуміння й подальшого використання почутого [6 МОВ 1.2.2]; - самостійно складає і komponує складний план, створює конспект, тези почутого, характеристику персонажів літературного твору, доцільно використовуючи цитування, скорочення, умовні позначення, символи тощо [9 МОВ 1.2.2-1]; - самостійно передає за допомогою візуалізації та різних графічних засобів власне розуміння почутого повідомлення (художнього тексту, медіатексту тощо), створюючи 	<p>ІНФОРМАЦІЯ</p> <p>9 + 3 год (есе + контрольна робота + аналіз к/р)</p> <p>Повторення вивченого в 7-8 класах</p> <p>Новизна і важливість інформації (практично)</p> <p>Події і факти.</p> <p>Правдивість інформації (практично).</p> <p>Фейки. Причина появи.</p> <p>Особливості поширення.</p> <p>Ознаки фейкової реклами.</p> <p>Особливості сучасної хроніки</p> <p>Світлина як носій інформації.</p> <p>Ознаки фотощопу.</p>	<p>Види навчальної діяльності:</p> <p>Організаційна діяльність (цільовизначення; планування; організація роботи; самоконтроль, рефлексія).</p> <p>Пізнавальна діяльність (визначення критеріїв новизни і важливості інформації; з'ясування важливості інформації й прогнозування доцільності подальшого використання її; виявлення й аналіз фактів; визначення зв'язку між фрагментами інформації для формування цілісного уявлення; засвоєння ознак <u>фейковості</u>; оцінювання змісту інформації; визначення особливостей сучасної хроніки; переходування інформації, яку містить світлина; засвоєння ознак <u>фотощопу</u> тощо).</p> <p>Текстова діяльність (фіксування почутої інформації для кращого запам'ятовування, розуміння й використання; складання плану, конспекту, тез почутого; відтворення почутої інформації за</p>

Медіатексти в підручниках



8. «Ти зможеш!». Виконай завдання на вибір.

1. Уважно розглянь інфографіку, розміщену на сайті національної поліції України. Напиши коментар, у якому оціни інформацію.

Телефонні шахраї
Телефонують,
що родича затримала
поліція або він у лікарні?
Терміново
вимагають гроші?
Не піддавайся на обман.
Телефонуй 102!



Шахрайство
з електронними картками
Запитують телефоном
термін дії картки, код безпеки
на її зворотному боці,
банківські паролі з SMS?
Не повідомляй. Це шахраї!

Інтернет-шахраї
Розраховуйся за товар, придбаний в інтернеті,
після його отримання!
У жодному разі не перераховуй завдаток.
Це обман!

Медіатексти в підручниках



6. «Ти зможеш!». Виконай завдання на вибір.

1. Напиши есе на тему «Як сприймати масмедіа і не стати жертвою маніпуляцій?». Використай матеріал уроку, а також ілюстрацію.



2. Прочитай текст, перейшовши за QR-кодом або за покликанням <https://cutt.ly/2wAPTo2J>. Проаналізуй текст, використовуючи поради, подані в § 23. Визнач, чи якісна й достовірна інформація представлена в тексті. Відповідь аргументуй.



Медіатексти в підручниках



8. «Ти впораєшся». Виконай одне завдання на вибір.

1. Прочитай допис із сайту.

Google — не просто пошукова система, а *Facebook* — не просто платформа для спілкування та обміну світлинами з друзями. Власники соцмереж мають свої цілі, яких вони досягають, використовуючи нашу ж психологію проти нас. Так, статки Марка Цукерберга, власника компанії *Meta*, якій належить і *Facebook*, і *Instagram*, станом на березень 2022 р. — понад 74 млрд дол. І вони беруться не з повітря.

Усе зводиться до комерційних інтересів. Алгоритмам байдуже, наскільки збалансованою, правдивою є інформація, яка потрапляє у вашу стрічку. Їм важливо, щоб ви, отримуючи інформацію, гортали її далі. Так формується воронка (за *О. Цехановською*).

- Напиши відгук чи коментар допису, в якому вислови своє ставлення до змісту й основної думки медіатексту, а також вислови подяку автору за створення й поширення пізнавальних матеріалів.

2. Працюймо з графічною інформацією. Розглянь уважно світлину. Склади зв'язне висловлювання про інформацію зі світлини. Уведи в майбутні речення фразеологізми з довідки.

Довідка: *не зводячи очей, летить не зупиняючись, не моргнувши оком, склавши руки, не покладаючи рук.*



Методика роботи 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.

Методика роботи 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 медіатекстом: як можна

I. Прочитайте текст.

- *Проект «Спадок» – це цикл коротких атмосферних роликів, присвячених українській культурі, традиціям, народним звичаям від їх витоків до сучасності. У першій частині циклу «Національне святкове вбрання» покажемо, який вигляд мала українка у ХІХ – ХХ ст. залежно від віку, соціального статусу й регіону проживання. З цією метою ми відтворимо характерний для кожного регіону етнічний образ.*

II. Перегляньте один із відеороликів за покликанням https://amazing-ukraine.com/osoblyvosti-i-krasa-ukrainskoho-stroiu-riznykh-rehioniv-v-proekti-spadok-video/?fbclid=IwAR3VuHcSoGkCM_yexfazlLIkyc%20YZtf9BfrH_Cd4oV5bFwqb2EYrBZ5PW6GI



Поміркуйте, що потрібно робити, аби українці активно пропагували себе й свою культурну спадщину в світі. Напишіть коментар (3-4 речення) на цю тему, уживайте в ньому складні речення різних типів.

Робота з медіатекстом: як можна

Результат	Матеріал	Вправа
<ul style="list-style-type: none">• вичерпно відповідає на запитання за змістом почутого повідомлення• фіксує основний зміст почутого повідомлення відповідно до поставленого завдання• добирає різні способи і засоби візуалізації для передачі інформації, яка стосується почутого повідомлення• визначає тему, окремі мікротеми, основну ідею, важливі деталі почутого повідомлення	 <p>Презентація першого iPhone</p> <p>https://www.youtube.com/watch?v=rTc61ty1EO4</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Як Стів Джобс побудував свою промову? Запишіть основні пункти.2. Який прийом викликав найбільший захват у публіки?3. За допомогою яких технологічних засобів Стів Джобс презентує айфон? Створіть ілюстрацію або інфографіку, яка б ілюструвала це.



Робота з медіатекстом: як можна

Результат	Матеріал	Вправа
<ul style="list-style-type: none">• пояснює функції основних складників друкованого чи цифрового текстового джерела інформації (заголовка, змісту, анотації тощо),• визначає основні порушені в тексті (зокрема художньому тексті, медіатексті) проблеми, пов'язуючи їх із життєвим досвідом• поєднує подану в різні способи інформацію з кількох текстів (зокрема художніх текстів, медіатекстів), гіпертекстів у цифровому середовищі• робить висновки на основі аналізу та інтерпретації кількох прочитаних текстів (зокрема художніх текстів, медіатекстів)	 <p>Джерело: https://www.youtube.com/watch?v=WDqZq3s1Xx8</p>  <p>Джерело: https://www.bbc.com/ukrainian/articles/crkeh1yryygo</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Прочитайте тільки заголовок до відео чи статті. Про що йтиметься? (прогнозування)2. Яку проблему допомагає розв'язати цей матеріал? Чи актуальна вона? Для кого?3. Використовуючи інформацію з обох медіаджерел, наведіть аргументи за та проти препаратів для втрати ваги.4. Сформулюйте власну думку щодо прочитаного/побаченого

Робота з медіатекстом: як можна

I. Прочитайте текст.

- *На екранах українських кінотеатрів триває показ фільму "Захар Беркут" за мотивами однойменної повісті Івана Франка. Над стрічкою спільно працювали український режисер Ахтем Сеїтаблаєв та його американський колега Джон Вінн. Зйомки проводили в Українських Карпатах та під Києвом влітку 2018 року. Слоган фільму — "У свободі моя сутність". Франкознавець Богдан Тихолоз перед одним із показів стрічки у Львові розповів глядачам цікаві факти і власні спостереження про повість "Захар Беркут" і про їхній зв'язок із фільмом.*

II. Прочитайте текст «**5 цікавих фактів про твір Івана Франка "Захар Беркут" від Богдана Тихолоза**» за покликанням:

<https://vgoru.org/novini/istoryk-rozpoviv-tsikavi-fakty-pro-zakhara-berkuta>

- Напиши есе спростовуючи або доводячи думку Б. Тихолоза «Захар Беркут» Івана Франка - це історія успіху, перемоги, побудована на позитиві, це життєствердний міф, про воскресіння, про творення нації».

Робота з медіатекстом: як можна

I. Прочитайте текст.

- *Існують лише 4 сюжети, і будь-яка повість розгортається довкола них. Так казав Хорхе Борхес, і хто ми такі, щоб сперечатися з ним? Українська повість розгортається в усі чотири сторони й об'єднує всі класичні сюжети.*

II. Прочитайте текст «4 сюжети для України» за покликанням:

https://lb.ua/society/2022/10/08/531937_chotiri_syuzheti_ukraini.html

- Поміркуйте й виберіть міф, який, на вашу думку, найкраще окреслює історичний шлях України. Доберіть аргументи на доведення своєї думки. Обговоріть у парах прочитане.