

6. Пометун О.І. Інтерактивні технології: теорія і методика. Умань-Київ, 2008. 94 с.

УДК 070:37

**Сергуніна Т. О.,**

кандидат філологічних наук, доцент,  
методист відділу організаційно-методичної та  
інформаційно-видавничої діяльності ТОКІППО

**Мамус М. П.,**

провідний фахівець відділу організаційно-методичної  
та інформаційно-видавничої діяльності ТОКІППО

## ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК МЕДІАГРАМОТНОСТІ

**Постановка проблеми.** Наприкінці ХХ – початку ХХІ століття людське суспільство вступило у нову, так звану інформаційну епоху. Характерним для цієї епохи є перехід на використання інформаційних технологій у всіх галузях народного господарства, науки й освіти. Позитивним є те, що людина має швидкий доступ до будь-якої інформації, яка її цікавить. Проте в інформаційному просторі накопичилось стільки різного роду повідомлень, що можна просто «потонути» в інформаційному морі. Окрім того, існує загроза повірити неправдивій інформації, особливо сучасних ЗМІ. «На жаль, багато сучасних медіа не перевіряють достовірність оприлюднених даних, нормою стало використання численних маніпулятивних технологій, спрямованих або на безпідставне формування позитивного іміджу замовників, або на очорнення їхніх конкурентів» [2, с. 222]. Саме тому потрібна грамотна робота з інформацією, вироблення вміння її фільтрувати.

**Метою** нашої статті є дослідження основних етапів історії вивчення та особливостей сучасного розвитку медіаграмотності.

Під *медіаграмотністю (медійною грамотністю)* розуміють «сукупність знань, навичок та умінь, які дозволяють людям аналізувати, критично оцінювати і створювати повідомлення різних жанрів і форм для різних типів медіа, а також розуміти й аналізувати складні процеси функціонування медіа в суспільстві, та їхній вплив» [7]. Медіа (англ. *media* – засоби, способи) – це канали та інструменти, які використовують для зберігання, передавання інформації або будь-яких даних (мас-медіа). У більш широкому значенні – це єдине середовище; його використовують, щоб передавати будь-які дані в будь-яких цілях.

Термін *медіаграмотність* почали використовувати у ХХ ст. Розглянемо позиції декількох вчених із цього питання. **Жан Бодрійяр** писав про «симулякри та симуляції» – руйнування смислу в сучасному потоці інформації. Він аналізував, як сучасний потік інформації, який створює велику кількість копій та симулякрів, зрештою знищує реальність [7]. На його думку, ми втратили зв'язок з реальністю та ввійшли в *еру гіперреальності* – епоху, у котрій картинка важливіше змісту, а зв'язок між предметами, явищами та їх знаками порушений [8].

Важливу роль у цьому процесі Жан Бодрійяр відводить ЗМІ: за його думкою, *сучасний божевільний потік інформації створює велику кількість копій та симулякрів, котрі зрештою знищують реальність*. Чим більше стає інформації, тим менше смислу, хоча, за логікою, все має бути навпаки [8].

Головною складовою пропагандистської моделі *Аврама Ноама Хомського* та Едварда Германа є п'ять фільтрів, що формують новини: *об'єми* (розміри, орієнтація на прибуток, концентрація власності), *реклама* як головне джерело прибутку для мас-медіа, *опора на медіа* при наданні інформації урядом, бізнесом та експертами, що виходять від первинних джерел, *«обстріл»* як метод дисциплінування медіа, *«антикомунізм»* як національна релігія та засіб контролю [5]. Вчені дійшли до висновків, що основні пропагандисти ідей у буржуазних демократіях висувують ідеї, що узгоджуються з інтересами еліти (представниками бізнесу, яким належить влада). Відбувається не державна, а елітна цензура інформації. Вчені вважають, що у наш час пропагандистська модель залишається такою самою [5]. Згідно з їхньою теорією, очолює пропагандистську систему в країнах *еліти*, підприємницькі й урядові. Друга група – це *журналісти і «світське духовництво»*. У третю групу входять *представники* освіченого і політично активного *середнього класу*. Четверта група – це політично неорганізовані *«нижчі класи»*, які меншою мірою виграють від існування цієї системи. Ця частина населення набагато менш «утворена» і «індоктринована системою», тому її активно намагаються відвернути від політичної діяльності за допомогою видовищних заходів, побутових інтересів і релігійного фанатизму, який часто приймає фундаменталістський характер [7].

*Маршалл Герберт Маклуен* у книзі з теорії медіа «Розуміння медіа» (1964) використовує термін *«глобальне село»* і тезис *«засіб комунікації є повідомлення»*, що отримали широке розповсюдження в науці, літературі та журналістиці. М. Маклуен поділяє засоби комунікації на «гарячі» та «холодні», зважаючи на характер їх впливу [6, с. 147]. Г. Маклуен один із перших представив мозаїчність світу сучасної телевізійної культури [6, с. 148].

*Ніл Постман*, у книзі «Зникнення дитинства», аналізує сприйняття програм телебачення дорослими та дітьми. Він зауважив, що діти і дорослі дивляться разом усі програми. Телебачення стирає грань між дитинством та дорослим життям двома способами: воно не вимагає навчання для розуміння його форми та не відокремлює аудиторію. Дітям відкриваються таємниці дорослого життя. Телебачення відмінняє всі табу [4, с. 4].

Вважається, що вперше термін «медіаосвіта» було вжито у 1973 році на спільному засіданні сектора інформації ЮНЕСКО та Міжнародної ради з кіно, телебачення та аудіовізуальної комунікації. Втім, першу навчальну програму з медіаосвіти розробив канадець М. Маклуен 1959 року, а її активне застосування в навчально-виховному процесі розпочалося в 60-х роках ХХ ст. у Великій Британії, Канаді, Німеччині, США, Франції. Медіаосвіта з'явилася як інструмент захисту від шкідливих ефектів і трендів медіа. У 1960-х із заперечення медіа переключилися на заперечення і критику різних видів медіа і популярної культури. Це називали парадигмою популярної культури. У 1980-ті

прийшло розуміння, що ідеологічна сила медіа прийшла з натуралізацією зображення: конструйовані повідомлення зникли, оскільки підпали під категорію натуральних. Інтерес у медіаграмотності пов'язаний зі споживанням зображень і картинок – так звана образотворча парадигма [3, с. 113]. Сучасні дослідники прийшли до висновку, що в основі медіаграмотності знаходиться *модель*, яка заохочує людей замислюватися над тим, що вони дивляться, бачать, читають.

Підсумовуючи вищесказане, треба відзначити, що в наш час комп'ютеризації та мегавеликого інформаційного простору необхідно навчити людей бути медіаграмотними, фільтрувати інформацію, яка поступає через масмедійні канали, ЗМІ, Інтернет тощо.

### Література

1. Іванов В. Ф., Шкоба О. Я. Медіаосвіта та медіаграмотність: визначення термінів. *Інформаційне суспільство*. Вип. 16. 2012. Липень – грудень. С. 41–52. с. 41. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=...>

2. Мальцева О. І. Місце медіаосвіти в системі соціального виховання. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. № 7 (312). 2017. С. 222–228. – с. 222.

3. Нітченко Г. М., Ховрич М. О. Теоретичний аналіз проблеми медіаграмотності молоді. *Вісник №151*. Том 1. Серія: Педагогічні науки. С. 112–115. с. 113. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=...>

4. Постман Нил. 1988. / Пер. с англ. А. Т., 2006. [https://interesi.files.wordpress.com/2011/09/postman-neil\\_deti.pdf](https://interesi.files.wordpress.com/2011/09/postman-neil_deti.pdf). – с. 4

5. Почепцов Георгий. Модель пропаганды Хомского-Хермана. URL: <https://psyfactor.org/lib/propaganda27.htm>

6. Приходькіна Н. О. Основні положення концепції Герберта Маршалла Маклуена в контексті виникнення феномена медіаосвіти. *Вісник № 142. Серія: Педагогічні науки*. С. 145–150. с. 147. URL: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=2ahUKewihh8nri9joAhVxw4sKHTyoAE4QFjABegQIARAB&url=-8ul>

7. Вікіпедія URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki...>

8. Жан Бодрийяр: симулякры и разрушение смысла в средствах массовой информации [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://monocler.ru/zhan-bodriyyar-simulyakry-i-razrushenie-smyisla-v-sredstvah-massovoy-informatsii/>

УДК 373.5.064.13

**Сесик О.О.**

методист центру виховної роботи, захисту прав дитини та громадянської освіти ТОКІППО

## ПЕДАГОГІЧНА ТЕХНОЛОГІЯ ЯК СИСТЕМНИЙ МЕТОД У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ КЛАСНОГО КЕРІВНИКА

**Постановка проблеми.** Питання необхідності та особливостей використання педагогічної технології як системного методу у професійній діяльності педагога, особливо класного керівника, обумовлене постійним оновленням змісту освітнього процесу, зміною його структури, важливістю надання конструктивної відповіді на злободенні проблеми й запити суспільства у світлі сучасних змін.