

УДК373.5.015.31:004

РОЗВИТОК МЕДІАКУЛЬТУРИ УЧНІВ СТАРШОЇ ШКОЛИ В ПОЗАНАВЧАЛЬНИЙ ЧАС ЗАСОБАМИ ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОСВІТНИЦЬКИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Оксана Бунчук, Тетяна Таблер, Тетяна Бунчук

*Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького***Анотація:**

У статті розкрито зміст медіакультури особистості як соціально-педагогічного феномену. Медіакультуру особистості розглянуто як систему потреб, орієнтацій, знань, умінь, навичок та інших соціальних характеристик особистості, сформованих і розвинених у процесі перебування в медіасередовищі з використанням саме засобів масмедіа для отримання соціальної інформації. Висвітлено потенціал інформаційно-просвітницьких технологій у розвитку медіакультури учнів старшої школи в позанавчальний час: інтеграція соціально-культурних технологій інформаційно-просвітницької спрямованості в розвиток медіакультури старшокласників сприятиме формуванню в учнів якостей, необхідних особистості, яка живе в сучасному інформаційному просторі, а також розвитку творчих, комунікативних здібностей. Схарактеризовано показники та рівні сформованості медіакультури учнів старшої школи. Визначено сформованість медіакультури учня старшої школи за допомогою таких показників (критеріїв): понятійного, контактного, мотиваційного, оціночного або інтерпретаційного, креативного. Розкрито особливості проведеного в контексті теми статті дослідно-експериментального дослідження з розвитку медіакультури учнів старшої школи засобами інформаційно-просвітницьких технологій.

Ключові слова:

розвиток; медіакультура; учні старшої школи; позанавчальний час; інформаційно-просвітницькі технології; заклад загальної середньої освіти.

Resume:

Bunchuk Oksana, Tabler Tetiana, Bunchuk Tetiana. Development of media culture of high school students in extracurricular time by means of information and educational technologies.

In the publication, the authors reveal the content of the media culture of the individual as a socio-pedagogical phenomenon. Media culture of an individual is considered as a system of needs, orientations, knowledge, abilities, skills and other social characteristics of an individual, formed and developed in the process of being in the media environment using mass media for the purpose of obtaining social information. The potential of information and educational technologies in the development of the media culture of high school students in extracurricular time is also revealed: the integration of socio-cultural information and educational technologies in the development of the media culture of high school students will contribute to the formation in students of the qualities necessary for a personality living in a modern information space, as well as the development creative and communicative abilities of high school students. Emphasis is placed on indicators and levels of development of media culture of high school students. The formation of the media culture of a high school student is determined by the authors using the following indicators (criteria): conceptual, contact, motivational, evaluative or interpretive, creative. The publication highlights the exploratory and experimental research conducted in the context of the topic of the article on the development of media culture of high school students by means of information and educational technologies.

Key words:

development; media culture; high school students; extracurricular time; information and educational technologies; general secondary education institution.

Постановка проблеми. Сучасне суспільство багато дослідників називають інформаційним, тому що роль і кількість інформації, що циркулює в ньому, стрімко зростає. Засоби масової інформації (ЗМІ) є нині не тільки місцем існування людини, своєрідним суб'єктом культури, а й одним із найвпливовіших чинників соціалізації молодого покоління.

Старший шкільний вік – період максимального захоплення ЗМІ, причому переваги старшокласників уже мало чим відрізняються від запитів дорослої аудиторії. Не випадково, останніми роками масмедіа називають «головним учителем життя» або «паралельною школою». Можна з упевненістю сказати про те, що під впливом кіно-, відео, а особливо телебачення сформувалося «екранне покоління» (Зазнобіна, 1999, с. 24).

Ситуація ускладнюється ще тим, що під час спілкування з медіаджерелами старшокласники спираються тільки на свої знання. Обговорення таких важливих питань у цьому віці відбувається практично без впливу з боку дорослих. У зв'язку з цим можна констатувати, що інформаційний простір є зоною підвищеної небезпеки у виборі одержуваної підлітком інформації за браком

належного батьківського і громадського контролю (Бугера, 2006, с. 10).

На зміну ігнорування проблеми «людина-медіа» прийшло її усвідомлення, центральне місце в педагогіці почала посідати медіакультура особистості, орієнтована на розуміння мови засобів масової інформації, правильне сприйняття інформації, переданої через канали масмедіа, формування навичок критичного мислення, аналізу й оцінки різних медіатекстів (*Засоби Масової Інформації: Поняттєвий Апарат*, 1997, с. 85).

Зауважимо, що посиленому впливу масмедіа сприяє і стрімке збільшення кількості вільного часу учня старшої школи. Позанавчальний час старшокласника – важлива соціально-психологічна проблема, яка охоплює велике коло питань, пов'язаних з потребами, творчими можливостями особистості, розвитком здібностей, набуттям умінь, формуванням емоційно-ціннісного ставлення до навколишнього світу загалом.

Саме позанавчальна діяльність дає змогу старшокласникам цілком відчувати свободу від обов'язкових навчальних планів і програм, і максимально сприяє їх самореалізації. Істотну підтримку в процесі розвитку медіакультури

учнів старшої школи можуть надати соціально-культурні технології інформаційно-просвітницької спрямованості, що сприяють формуванню в учнів безпечної поведінки в інформаційному просторі, а також формуванню необхідних ціннісних орієнтирів у сфері масмедіа.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичну основу статті становлять праці вітчизняних і зарубіжних авторів, що розкривають значення засобів масової інформації в сучасному соціумі та їх роль у процесі соціалізації молодого покоління (С. Жижек, М. Маклюен, А. Кукаркін, К. Разлогов); дослідження, присвячені особливостям сприйняття учнями старшої школи масмедійної інформації (Г. Мельник, Б. Фірсов); педагогічні та психологічні концепції розвитку особистості старшокласника (Л. Божович, І. Кон, А. Мудрик, Б. Тітов); концепції особистісно орієнтованої освіти і виховання молодого покоління (Ш. Амонашвілі, В. Сериков).

Формулювання цілей статті. Метою статті є розкриття змісту медіакультури особистості як соціально-педагогічного феномену, потенціалу інформаційно-просвітницьких технологій у розвитку медіакультури учнів старшої школи в позанавчальний час: інтеграція соціально-культурних технологій інформаційно-просвітницької спрямованості в розвиток медіакультури старшокласників сприятиме формуванню в учнів якостей, необхідних особистості, яка живе в сучасному інформаційному просторі, а також розвитку творчих, комунікативних здібностей. Також метою статті є аналіз показників і рівнів сформованості медіакультури в учнів старшої школи.

Виклад основного матеріалу дослідження. У 70-х роках минулого століття в педагогіці вперше заговорили про медіаосвіту та її значення для сучасного суспільства. І вперше документально це поняття було зафіксовано в документах ЮНЕСКО: «Під медіаосвітою слід розуміти навчання теорії і набуття практичних умінь для оволодіння сучасними засобами масової комунікації; вона розглядається як частина специфічної та автономної галузі знань у педагогічній теорії і практиці; її слід відрізнити від використання ЗМК (засобів масової комунікації) як допоміжних засобів у викладанні галузей знань, таких, як, наприклад, українська мова, математика, фізика, географія». Нині спостерігається стрімкий розвиток суспільства, активне проникнення в наше життя засобів масової інформації та різних інформаційних технологій, зокрема таких, як інтернет, мобільний зв'язок, що чинять більш активний

вплив на формування та становлення нашого світогляду. Не секрет, що під нього найбільше підпадає молоде покоління, яке активно вбирає все нове, сучасне (Снігульська, 2007, с. 50). Це і зумовило необхідність вироблення наукового підходу до впровадження в освітній процес питань навчання грамотного сприйняття, аналізу та критичного ставлення до інформаційного потоку, якому піддається будь-який школяр. Ведеться багато дискусій про те, що ж розуміти під терміном «медіаосвіта», є багато різних поглядів на це питання, але здебільшого сходяться на тому, що головним завданням медіаосвіти є набуття школярами вмінь працювати з інформацією масмедіа в процесі викладання обов'язкових предметів.

У зазначеному контексті з'являється ряд нових самостійних категорій, що забезпечують наукове обґрунтування, вивчення проблеми обробки інформації у сучасному освітньому просторі, серед яких ключовою є «медіакультура». Розглянемо її більш детально, виходячи з мети та завдання дослідження.

Загальні орієнтири наукового обґрунтування поняття «медіакультура» окреслюються його лексичним значенням, що походить від поєднання слів «медіа» та «культура». Написання визначається за правилами українського правопису та дає змогу уточнити основні ознаки цього феномену (*Дистанційна Освіта. Словник*, 2022). В основу конструювання поняття «медіакультура» покладемо поняття «культура», яке в сучасному науковому обігу набуло значного поширення. Аналіз наукової літератури свідчить, що у науковому обігу нараховується понад 500 тлумачень поняття «культура».

Слово «культура» є практично в усіх мовах світу. Зазвичай його змістова інтерпретація пов'язується зі змінами, удосконаленням людини в процесі взаємодії, комунікації, соціалізації та життєдіяльності (Гриньова, 2002, с. 15).

У найбільш широкому розумінні культура характеризує всю життєдіяльність людини: матеріальне виробництво, соціально-політичні відносини, галузь духовного розвитку, побут, стосунки та взаємини, а будь-яка сфера людського життя може бути відображена з погляду її культурної значущості й цінності (Артюхова, 1999, с. 61). «Культура» є важливим науковим поняттям, без якого не може функціонувати жодна сфера теоретичного знання про суспільство. Загалом теоретичний аналіз його, як категорії, є достатньо складним, оскільки воно є базовим для ряду галузей знань – філософії, культурології, соціології, психології, педагогіки та ін.

Так, філософія досліджує культуру як системний феномен; психологія характеризує

культуру як феномен індивідуальний, що має ознаки загального та особистого; соціологія наголошує на виявах особистого в культурі з урахуванням індивідуального та загального розвитку (*Медіакультура Особистості...*, 2009, с. 25).

Отже, поняття «культура» є складним об'єктом вивчення, осмислення якого здійснюється в процесі зіставлення його з людиною, природою, історією, соціумом. У такому розумінні культура є основою розвитку людської індивідуальності, яка втілює загальнолюдські цілі та прагнення.

Розглянемо другий складник поняття «медіакультура» – частку «медіа», яка в науковому обігу не має чіткої єдиної концепції щодо інтерпретації, наслідком чого є певна термінологічна змішаність та невизначеність у її характеристиках.

Загалом термін «медіа» (від латинського «*media*», «*medium*» – засіб, посередник) з'явився в англійській мові в XVI ст. У XVII ст. він уперше був використаний у філософії, а у XVIII ст. застосований до назви першого в історії засобу масової комунікації – газет. З середини XIX ст. термін «медіа» тлумачиться як поширення повідомлень за допомогою особливих технічних засобів зв'язку (пошта, телеграф).

У сучасній інтерпретації «медіа» – це засоби та інструменти, які використовують для знаходження, зберігання, надання та передачі інформації. У ряді наукових досліджень (Д. Григорова, Р. Харріс та ін.) підкреслюється, що в інформаційному суспільстві медіа виконують не тільки просвітницьку та розважальну функції, а й значною мірою сприяють формуванню уявлень про картину світу, впливаючи на цілісність сприймання дійсності, на культурні та соціальні цінності людини, її установки та моделі поведінки.

Наразі проблема медіа перебуває в центрі уваги української та світової громадськості, науки та освіти. Найбільш поширеним і загальним є тлумачення медіа (*media*) як носія повідомлень, що передаються за допомогою технологій (текст – у книжках, методичних посібниках і комп'ютерних мережах; звук – на дисках, накопичувачах інформації, радіо- та телепередачах; зображення – на дисках, накопичувачах інформації, телепередачах, у мережі «Інтернет»; текст, звук, зображення – у телеконференціях тощо) (Снігульська, 2007, с. 52).

Узагальнене розуміння «медіа» закріплено в «Словнику термінів з медіаосвіти, медіапедагогіки, медіаграмотності, медіакомпетентності» (2022), де зазначене поняття ототожнюється з поняттям «ЗМК»

(засоби масової комунікації) та визначається як засоби створення, запису, копіювання, тиражування, збереження, поширення, сприймання інформації та обміну нею між суб'єктом і об'єктом.

Аналіз фахових і спеціальних джерел дає підстави твердити, що дефініція «медіакультура» не є прямим поєднанням понять «медіа» і «культура». Це синтез, що характеризує нове суспільне явище, яке розвивається разом із загальною культурою. Поняття «медіакультура» постійно розширює своє значення і вбирає в себе нові соціальні, моральні, психологічні та інтелектуальні складники.

Виникнення нових технологічних умов забезпечення суспільства засобами знаходження, опрацювання та передачі інформації зумовили необхідність утвердження в науці дефініції «медіакультура».

Аналіз наукових джерел свідчить, що питання медіакультури знайшли відображення в історії зарубіжної (Р. Арнхейм, А. Базен, Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямін, Ж. Дельоз, М. Маклюен, Г. Маркузе, Х. Ортега-і-Гассет, Ч. Пірс, Д. Сосюр, Е. Тоффлер, М. Кастельс, Ю. Кристева, К. Леві-Стросс та ін.) та вітчизняної (Л. Найдюнова, Г. Онкович, Л. Масол, Л. Бойченко, Н. Габор, Ю. Казаков, І. Міщишин, Б. Потятиник, Н. Троханяк та ін.) наукової думки.

Отже, медіакультура – це система потреб, орієнтацій, знань, умінь, навичок та інших соціальних характеристик особистості, сформованих і розвинених у процесі перебування в медіасередовищі з використанням саме засобів масмедіа, заради отримання соціальної інформації.

Ситуація в сучасному освітньому просторі актуалізує необхідність розробки і застосування нових методик і програм, зокрема з використанням технологій інформаційно-просвітницької діяльності. Аналіз педагогічної літератури дав змогу дійти висновку, що інформаційно-просвітницькі технології є складним комплексним явищем, що охоплює концептуальне обґрунтування проблеми розвитку медіакультури особистості, розробку понятійно-категоріального апарату, виділення принципів, функцій, організаційно-педагогічних умов, широкого інструментарію засобів, методів і форм соціально-культурної діяльності.

Унікальність інформаційно-просвітницьких технологій у процесі розвитку медіакультури учнів старших класів полягає в їх багатоцільовому характері. Вони спрямовані на досягнення цілого ряду життєво важливих цілей (комунікація, рекреація, відновлення). Велику цінність становлять також практичні вміння та навички, що

дають учням можливість спробувати свої сили і виявити творчі здібності у сфері масмедіа.

До специфічних рис старшого шкільного віку належить пошукова та творчо-експериментальна активність. З огляду на це, на перший план у процесі розвитку медіакультури повинні виходити інформаційно-просвітницькі технології. Безумовно, ряд інших технологій, зокрема таких, як художньо-видовищні, рекреативні, анімаційні, будуть допоміжними. У рамках інформаційно-просвітницьких технологій повинен поєднуватися загальний та професійний розвиток школяра, відбуватися вдосконалення його як учасника суспільного виробництва, суб'єкта соціальних відносин і духовного життя суспільства. Така технологія має свою специфіку: доступність, свободу вибору, нерегламентований характер освітніх і пізнавальних програм, альтернативні методики, цінні та художньо-виражальні засоби, гнучке реагування на кон'юнктури дозвілєвих інтересів, можливість зв'язати в єдину соціально-педагогічну мету інформаційну, освітньо-гурткову, індивідуально-консультаційну роботу. Серед основних форм роботи з учнями старшої школи інформаційно-освітньої спрямованості слід виділити: екскурсії, тематичні зустрічі, цільові походи, презентації, майстер-класи, дискусії.

Вибираючи ту чи іншу форми роботи з учнями старшого шкільного віку, слід урахувувати два фактори: перший – індивідуальні особливості кожного учня, його інтереси і переваги, другий – поява нових засобів масової інформації, розвиток комп'ютерних технологій. Нині спостерігається тенденція до інтеграції різних медіаджерел. З урахуванням аналізу ситуації, що склалася в процесі розвитку медіакультури учнів старшої школи, доцільно спиратися не тільки на накопичений досвід використання традиційних форм соціально-культурної діяльності, а й використовувати нові інтерактивні форми роботи, наприклад такі, як: віртуальні виставки та екскурсії, квести («пригодницькі ігри»), що останнім часом набули особливої популярності в молодого покоління, створення електронних портфоліо, творчі лабораторії, кейс-технології.

Соціально-культурна діяльність має сильний вплив на всі сторони життєдіяльності старшокласника, залучаючи його до засвоєння багатств духовної культури й участі в найрізноманітніших видах практичної діяльності. Інтеграція соціально-культурних технологій інформаційно-просвітницької спрямованості в розвиток медіакультури старшокласників сприятиме формуванню в учнів якостей, необхідних особистості, яка живе в сучасному інформаційному просторі, а також розвитку творчих, комунікативних здібностей учнів старшої школи (Селевко, 1998, с. 150).

Багато дослідників по-різному характеризують сучасне суспільство: для одних – це період розвитку «постіндустріального суспільства», для інших – «інформаційна епоха», хтось визначає його як «постмодерністську ситуацію», період «постмодернізаційної революції» або «глобалізації». Однозначно те, що всі люди живуть у світі масмедіа; розширюється система масових комунікацій, основними характеристиками якої є: хаотичність, безмежність і надмірність. Інформаційні процеси змушують по-новому поглянути на проблему виховання молодого покоління й підготувати його до життя в умовах інформаційного суспільства (Ліщинська, 2005, с. 106).

Починаючи з 60-х років ХХ ст., у провідних країнах світу (Великобританія, Канада, Австралія, Франція, США та ін.) сформувався специфічний напрям – «медіаосвіта» (*education*), покликаний допомогти школярам засвоїти мову засобів масової інформації, навчити їх аналізувати різні медіатексти, а також працювати з усіма новими технологіями масової комунікації.

Основна частина медіапедагогів бере за основу визначення ЮНЕСКО, де медіаосвіта розуміється як формування у школярів знань про сучасні засоби масової інформації і комунікації та вмінь працювати з ними, як пріоритетна сфера культурно-педагогічного розвитку ХХ століття. Медіаосвіта – напрям в освіті «з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь інтерпретації, аналізу та оцінки медіатекстів; навчання різних форм самовираження за допомогою медіатехніки» (Гоне, 2002, с. 38).

Для успішного перебігу медіаосвітнього процесу багато дослідників вважають за необхідне робити акцент на особистості того, хто навчається, наголошуючи в такий спосіб застосуванні особистісно орієнтованого підходу в системі медіаосвіти. За умов створення особистісно орієнтованої ситуації медіаматеріал визначає сферу творчого пошуку й самовираження його учасників, які внаслідок своєї діяльності реконструюють зміст, «втягаючи» з нього життєві смисли. Реалізація особистісно орієнтованих ситуацій у процесі занять дає змогу учневі набути досвіду, здатності вплинути на уявлення й думку про себе. Цей висновок дуже важливий, оскільки означає прерогативу особистості учня над самим процесом формування медіакультури (Ануфрієва, 2005, с. 113).

Упродовж багатьох десятиліть суспільство намагалось розв'язати ці проблеми, обмежуючи сам процес рамками навчально-виховного колективу. Теорія і практика його організації

були націлені на передачу учням готових висновків науки, фактів, закономірностей, принципів і правил замість того, щоб навчити школярів самостійно їх відкривати, тобто навчити прийомів і способів розв'язання проблем.

Як зазначають учені в галузі медіаосвіти, «багато вчителів й досі продовжують спиратися на репродуктивні (позбавлені творчого, критичного підходу) методи навчання, серйозно відстаючи від своїх учнів технологічно. Поступово процес навчання перестає бути важливим і цікавим для школяра, який звикає працювати за шаблоном, за запропонованим зразком, і не шукає інших шляхів виконання поставлених завдань, крім загальновідомих».

У соціально-культурній ситуації, на нашу думку, розвиток медіакультури старшокласників буде більш ефективним, якщо включити в нього сферу дозвілля, оскільки механізми масової культури найбільше виявляються в умовах вільного часу.

Останнє десятиліття ХХ ст. змінило значення дозвілля: воно зросло як суспільна цінність. Резерви виховного впливу суспільства на особистість, у зв'язку з цим, перерозподіляються, і дозвілля перетворилося на таку саму важливу сферу формування особистості, як і освіта (Гриньова, 2002, с. 90).

Дозвіллева діяльність виконує в суспільстві дві основні функції – рекреативну й розвивальну, а в рамках останньої такі підфункції:

- залучення індивіда до процесу неперервної освіти;
- включення людей у різні форми аматорської творчості (художньої, технічної);
- забезпечення особистісно значущого неформального спілкування;
- компенсаторну (самореалізація творчого потенціалу людини, який не вдається виявити в професійно-трудовій та інших, детермінованих сферах життєдіяльності) (Артюхова, 1999, с. 79).

Дозвілля старшокласників суттєво відрізняється від дозвілля інших вікових груп через специфічні духовні та фізичні потреби й властиві їм соціально психологічні особливості. До специфічних рис цього віку належить переважання пошукової та творчо-експериментальної активності. Саме тому старшокласники більш схильні до інформаційно-просвітницької, ігрової та художньо-видовищної форм діяльності (Ліщинська, 2005).

Як зазначають науковці, інформаційно-просвітницьку діяльність слід розглядати як один із засобів формування гармонійно розвиненої, активної особистості. У рамках цієї діяльності

має поєднуватися загальний і професійний розвиток людини, відбуватися вдосконалення її як учасника суспільного виробництва, суб'єкта суспільних відносин і духовного життя суспільства. До основних соціальних функцій інформаційно-просвітницької діяльності належать:

- компенсаторна (заповнення недоліків базової освіти);
- адаптаційна (адаптація до соціуму та його культури);
- креативна (збагачення творчих потреб людини) (Онкович, 2009, с. 30).

Виходячи з мети і спрямованості, виділяють такі форми інформаційно-просвітницької діяльності:

- форми інформаційного характеру (лекції, екскурсії, виставки, презентації, майстер-класи, консультації),
- форми просвітницької спрямованості (абонементні форми, лекторії, читання),
- форми, що активізують особистість (диспути, дискусії, ток-шоу, огляди, фестивалі).

Інформаційно-просвітницька діяльність являє собою цілеспрямований педагогічний процес, що забезпечує збирання, аналіз, передавання й засвоєння певної сукупності знань.

Художньо-видовищні форми діяльності (театралізовані концерти, свята, шоу тощо) спрямовані на розкриття та розвиток творчих здібностей особистості, самостійне використання мови різних видів мистецтва у власній творчій діяльності.

Творча діяльність на високому рівні пов'язана зі створенням якісно нового, неповторного, оригінального й унікального, що передбачає такий рівень розвитку творчих можливостей, коли людина може моделювати нову реальність відповідно до прогресивних потреб і можливостей, особистих і суспільних.

Особливістю дозвіллевої діяльності молодого покоління є його прагнення до психологічного комфорту в спілкуванні, прагнення набути певних навичок спілкування з людьми різного соціально-психологічного складу. Спілкування старшокласників в умовах дозвілля задовольняє потреби в емоційному контакті, співпереживанні, інформації, об'єднанні зусиль для спільних дій (Артюхова, 1999).

Саме дозвіллева діяльність дає змогу старшокласникам цілком відчувати свободу від обов'язкових навчальних планів і програм, потрапити в соціально-психологічну ситуацію, максимально сприяє самореалізації їх творчого потенціалу.

З погляду окремої людини і культури загалом значення занять на дозвіллі надзвичайно велике, оскільки вони включають кожного в систему

культурних цінностей, допомагають їх засвоїти, служать меті гармонійного розвитку особистості. Однак дозвілля не повинне заповнюватися чимось випадковим, у ньому завжди повинна проглядатися мета. Задоволення однієї потреби породжує нову, тому зміни в сфері дозвілля повинні бути спрямовані на перехід від простих до більш складних потреб: від фізичних – до духовних, від індивідуальних – до громадських, від пасивності – до активної творчості (Артюхова, 1999, с. 387–388).

У педагогічному плані цінність дозвіллевої діяльності полягає не стільки в тому, щоб надати кожному індивіду якомога різноманітнішу суму занять, скільки в тому, щоб через ту справу, якою людина любить займатися у вільний час, глибше розвивати різні сторони її особистості: інтелект, моральність, естетичні почуття. Саме тому дозвілля можна розглядати як фактор становлення й розвитку особистості, засвоєння нею культурних і духовних цінностей (Волянська, 2004, с. 89).

Отже, ситуація в сучасному освітньому просторі актуалізує використання інформаційно-просвітницьких технологій у розвитку медіакультури молодого покоління.

З огляду на психолого-педагогічні особливості розвитку особистості учня старшої школи, а також особливості формування медіакультури в старшому шкільному віці, ми провели дослідження, метою якого стало визначення вихідного рівня медіакультури старшокласників. У дослідженні взяли участь учні десятих (32 особи) та одинадцятих (29 осіб) класів ліцею № 19 ММР ЗО.

Сформованість медіакультури учня старшої школи визначалася за допомогою таких показників (критеріїв):

- понятійного (знання історії та теорії медіакультури, конкретних медіатекстів);
- контактного (частота спілкування зі ЗМІ, уміння орієнтуватися в їх потоці, тобто вибирати улюблені жанри, теми тощо);
- мотиваційного (емоційні, гносеологічні, гедоністичні, моральні, естетичні мотиви контакту із засобами масової інформації);
- оціночного або інтерпретаційного (рівень сприйняття, здатність до аудіовізуального мислення, аналізу та синтезу просторово-тимчасової форми доповіді медіатекстів, до «ототожнення» з героєм і автором, до розуміння й оцінки авторської концепції в контексті структури твору);
- креативного (рівень творчого початку в різних аспектах роботи з мультимедійними матеріалами, насамперед у перцептивному, художньому, дослідницькому, практичному, ігровому тощо).

На основі аналізу розробленої нами анкети й бесід зі школярами ми дійшли висновку, що, незважаючи на диференційований підхід до засобів масової інформації (пов'язаний насамперед з віковими особливостями), тривожним залишається факт споживацького ставлення школярів до масмедіа (використання тільки в плані розваги і відпочинку). Це обумовлено неконтрольованим процесом спілкування школярів із засобами масової інформації. Коло людей, яке могло б впливати на школярів, формувати їх смаки, дуже вузьке; старшокласники, фактично, сприймаючи різноманітність світу медіа, «варяться у власному соку».

Питання щодо тематичної основи кіно- і телепередач допомогли з'ясувати, що запити старшокласників у сфері екранних мистецтв на різних етапах становлення залишаються все-таки примітивними, бо теми, які до вподоби учням, не змушують задуматися, заглянути в душу героя, не кажучи вже про авторські позиції у фільмі.

Також не у всіх школярів протягом навчання з'являються нові знання в галузі масмедіа (знання історії та теорії засобів масової інформації, механізми функціонування ЗМІ в суспільстві). Нерідко знання учнів зводяться до запам'ятовування прізвищ улюблених акторів і режисерів.

Зіставлення результатів показало, що за роки навчання в школі (у нашому дослідженні – з 10-го по 11-ий класи) знання в галузі масмедіа змінюються не в якісний, а в кількісний бік. Отже, можна констатувати недостатньо високий рівень розвитку медіакультури у старшокласників (див. рис. 1).

Отримані в процесі дослідження дані, оброблені кількісно та якісно, дали змогу розробити технологію розвитку медіакультури учнів старшої школи засобами інформаційно-просвітницької діяльності. Технологія являє собою сукупність умов, функцій, принципів, форм, що сприяють поетапному розвитку медіакультури учнів старшої школи.

Технологія орієнтована на розвиток медіакультури учнів старшої школи в позанавчальний час, оскільки дозвілля приваблює їх нерегламентованістю та добровільністю вибору різних форм діяльності, демократичністю, емоційною забарвленістю, можливістю поєднувати творчий і споглядальний, виробничий та ігровий види діяльності.

Ця технологія спрямована на розвиток медіакультури старшокласників засобами інформаційно-просвітницької діяльності та охоплює три етапи (інформаційно-пізнавальний, оціночно-аналітичний, творчий).

Перший етап – інформаційно-пізнавальний (засвоєння старшокласниками спеціальних знань, теорії і термінології масмедіа, тобто розуміння мови ЗМІ).

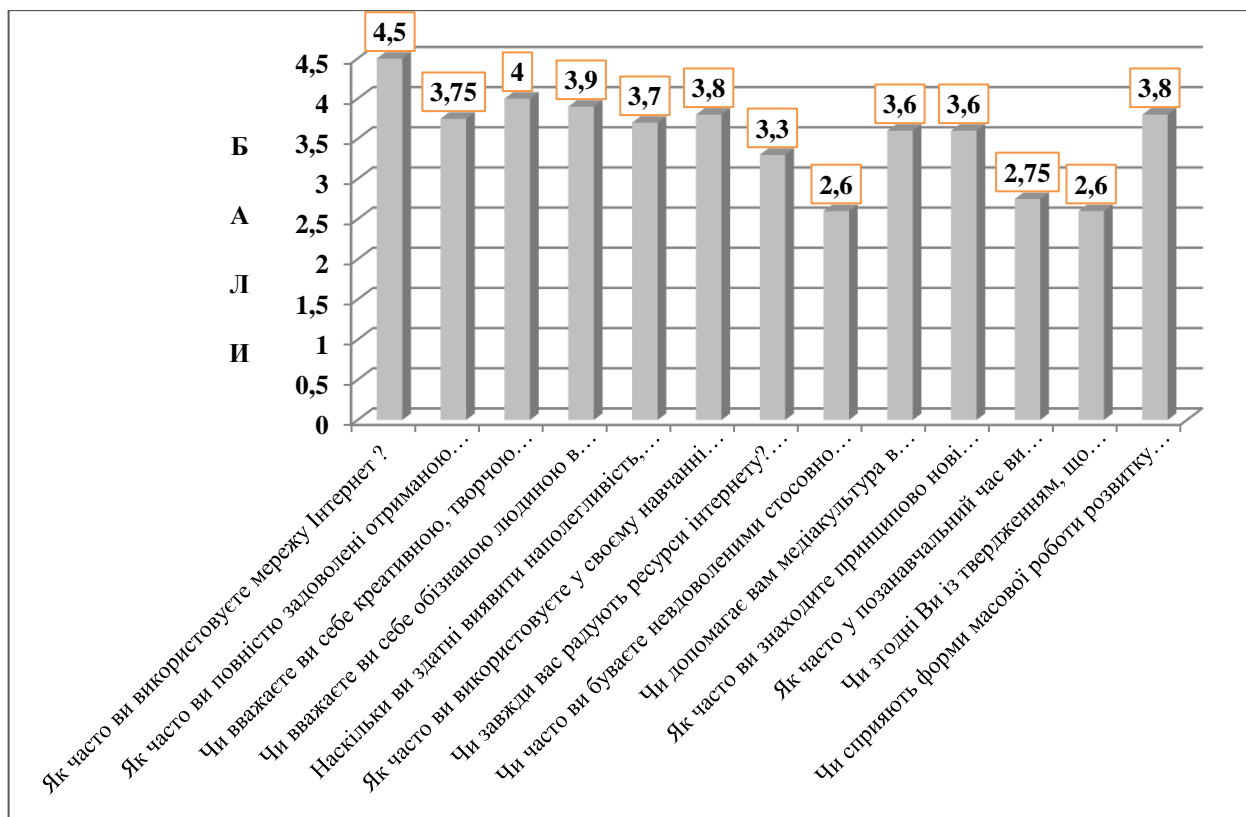


Рис. 1. Моніторинг рівня сформованості медіакультури учнів 10-А класу

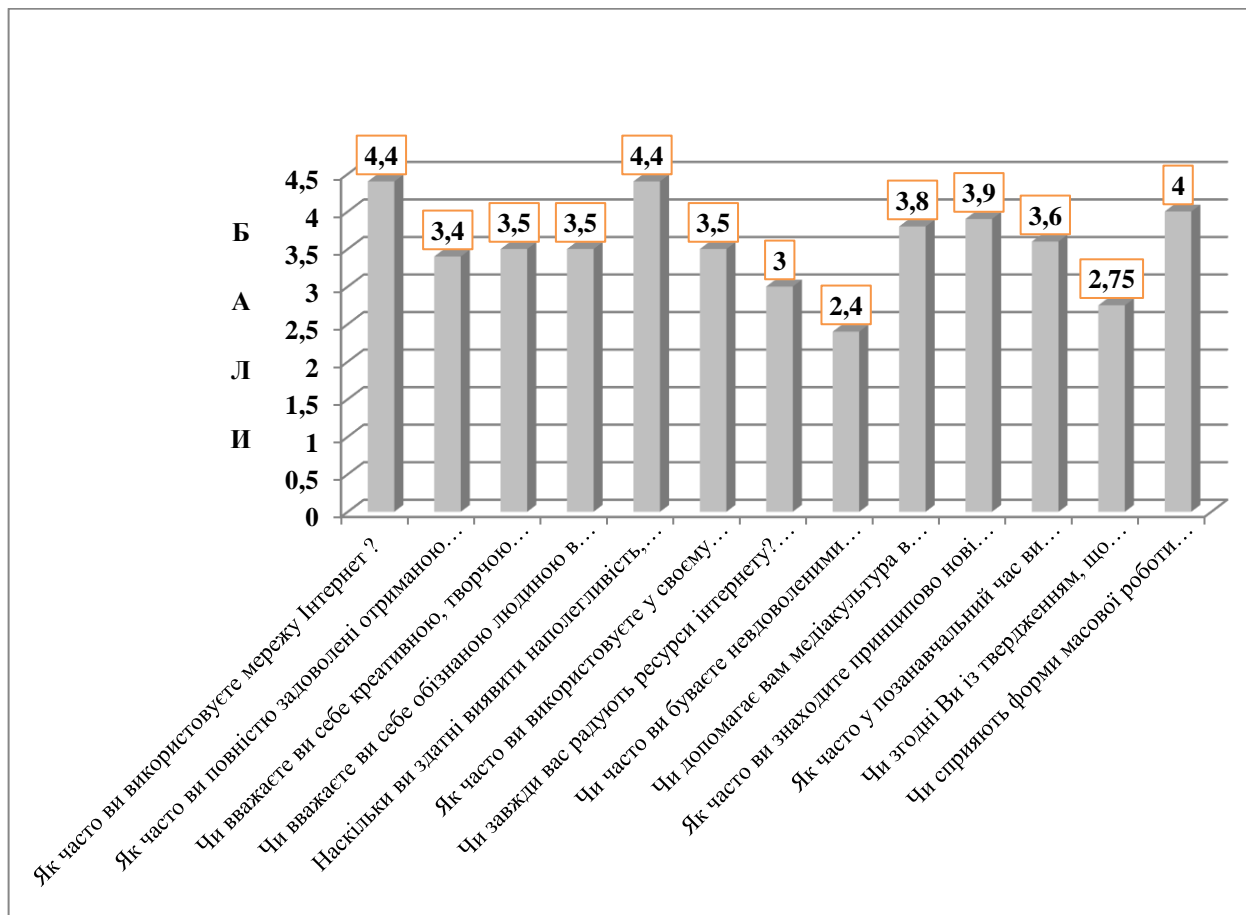


Рис. 2. Моніторинг рівня сформованості медіакультури учнів 10-Б класу

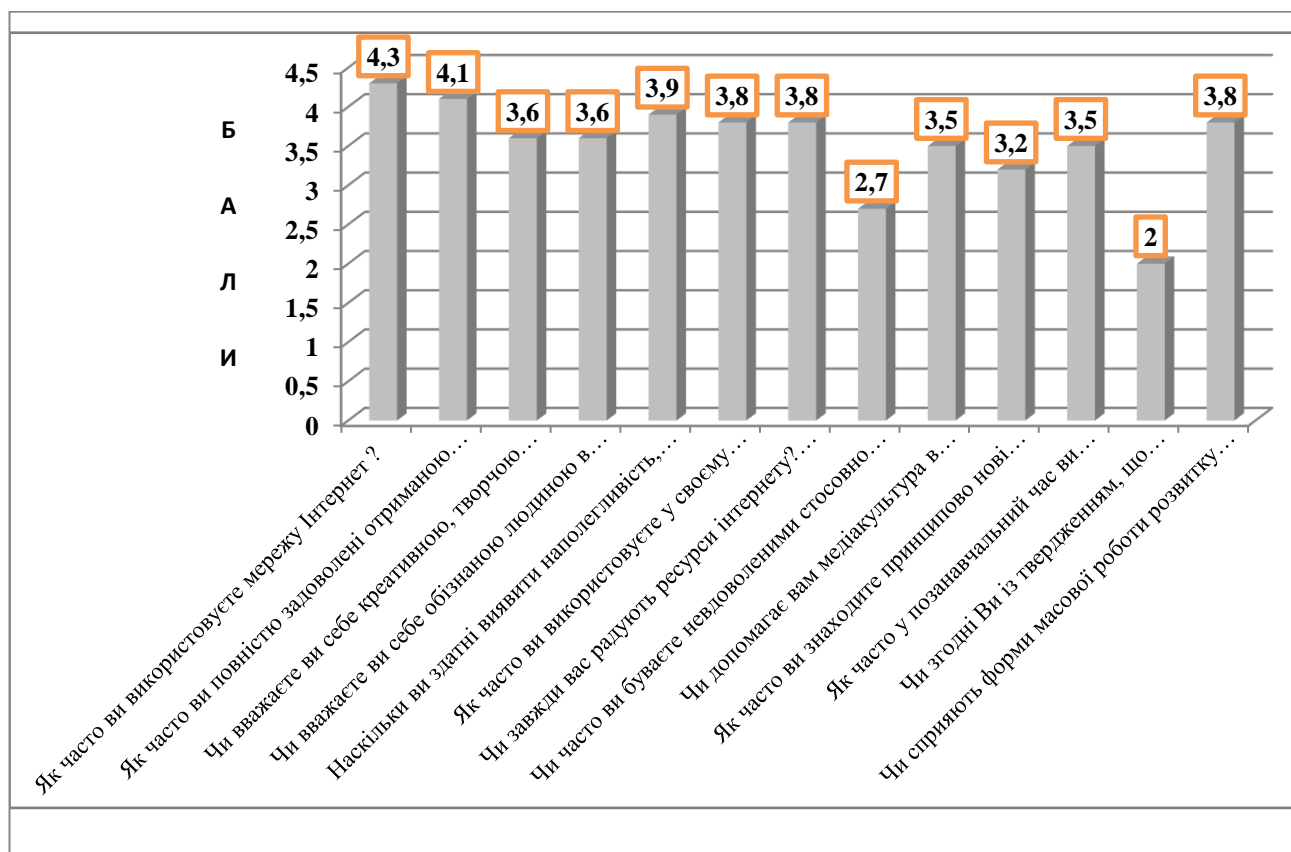


Рис. 3. Моніторинг рівня сформованості медіакультури учнів 11-А класу

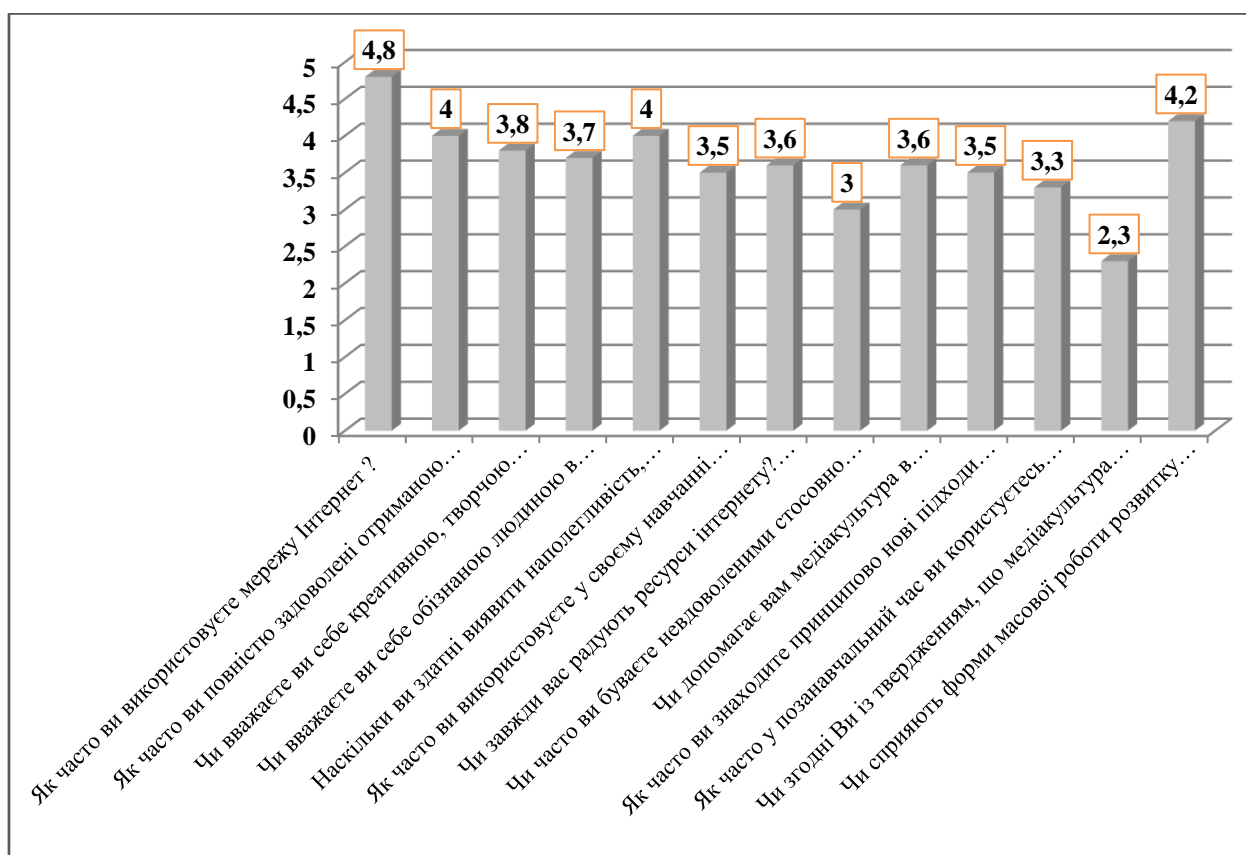


Рис.4. Моніторинг рівня сформованості медіакультури учнів 11-Б класу

Організаційна форма – факультатив «Засоби масової інформації в сучасному суспільстві». Цей факультатив передбачає як теоретичні, так і

практичні заняття. У процесі вивчення теоретичного матеріалу учні ознайомлюються з особливостями традиційних і нових засобів

масової інформації, їх перевагами та недоліками, історією ЗМІ. Велике значення в процесі навчання надається профорієнтації: учні ознайомлюються з основними професіями у сфері медіа.

Практичні заняття (організація екскурсій, відвідування тематичних виставок, проведення вікторин, ділових ігор тощо) передбачають набуття учнями старшої школи елементарних навичок свідомого користування засобами масової інформації.

Реалізація цього етапу починається з діагностики вихідних рівнів сприйняття медіатекстів, характерних для відповідної аудиторії. Для цього проводиться анкетування учнів, написання ними рецензій на фільм.

Ці методи допомагають виявити рівень медіасприйняття кожного учня, що відповідає принципу особистісно орієнтованої освіти. Вибір фільму, своєю чергою, відображає і особистісні характеристики учнів, їх власні переваги, інтереси у сфері медіа.

Після завершення таких занять також проводиться підсумкове анкетування, яке дає уявлення про те, наскільки глибоко засвоєні старшокласниками здобуті знання, які зміни відбулися в медіасприйнятті й розвитку шкільної аудиторії.

Другий етап – оціночно-аналітичний (формування і розвиток критичного мислення старшокласників, умінь розуміти прихований сенс того чи іншого повідомлення, їх здатності до аналізу різних медіатекстів).

Організаційна форма – дискусійний медіаклуб.

Діяльність клубу полягає в регулярних переглядах популярних вітчизняних, російських і зарубіжних кінофільмів та їх обговоренні; у збиранні матеріалу про творчість акторів, режисерів і сценаристів, у вивченні теорії та історії кіномистецтва. Медіаклуб сприятиме і більш успішній реалізації освітніх програм з цілого ряду шкільних дисциплін гуманітарного та природничо-наукового циклів. Для цього в програму діяльності медіаклубу мають бути включені перегляди й обговорення екранізацій літературних творів, художніх фільмів історичного змісту, документальних і науково-популярних фільмів.

Корисними є також такі форми роботи, як кіновікторини і кіноконкурси, екскурсії на кіностудії, випуск стінгазет, проведення конференцій з творчості майстрів кіно із запрошенням провідних кінематографістів, рецензування медіатекстів (книг, статей, радіопередач, фільмів, телепередач, кліпів, комп'ютерних ігор, інтернет-сайтів тощо), зіставлення й обговорення рецензій, статей, книг, написаних професіоналами-медіакритиками.

Третій етап – творчий (творча самореалізація старшокласників у царині масмедіа, використання інформації у творчих цілях, розвиток індивідуального мислення, прагнення до самоосвіти в цій сфері).

Цей етап є вищим ступенем у процесі формування і розвитку медіакультури учнів старших класів. На цьому етапі старшокласники набувають практичних навичок створення медіатекстів у різних форматах, у такий спосіб розвиваючи свої здібності медіасприйняття, індивідуального творчого мислення.

Організаційна форма – медіастудія. У рамках цього етапу учні ознайомлюються з основами журналістики, беруть участь у виробництві медіаматеріалів, набувають досвіду практичної діяльності у сфері масмедіа, унаслідок чого в них повинно сформуватися уявлення про якісні ЗМІ (їх принципи і функції), про те, яким критеріям має відповідати якісний журналістський матеріал.

Під час навчання створюються умови для формування навичок самопрезентації та роботи над груповими та індивідуальними проектами. На заняттях переважає опора на практичні, ігрові, творчі завдання, рольові ігри.

У рамках медіастудії проводяться творчі зустрічі з керівниками і співробітниками редакцій газет і журналів, журналістами, теле- і радіоведучими.

Усі перераховані вище етапи взаємопов'язані між собою, доповнюють один одного і спрямовуються на досягнення головної мети – розвитку медіакультури учнів старшої школи.

Найбільш ефективним перебіг цього процесу, на думку авторів статті, буде за дотримання таких організаційно-педагогічних умов:

- створення єдиного медіаосвітнього простору на основі взаємодії навчальної та позанавчальної діяльності;
- обліку вихідного рівня розвитку медіакультури старшокласників;
- обліку індивідуальних особливостей учнів, їх нахилів і дозвіллєвих інтересів;
- адекватного вибору форм соціально-культурної діяльності, що відображають особливості процесу медіаосвіти старшокласників.

Реалізація цієї технології сприятиме розвитку медіасприйняття, критичного мислення, розкриттю творчого потенціалу особистості учня старшої школи, цілеспрямованому вихованню його естетичного смаку, стійкого інтересу до художньої якості медіатекстів різних типів.

Висновки. Отже, у статті розкрито зміст медіакультури особистості як соціально-педагогічного феномену, висвітлено потенціал інформаційно-просвітницьких технологій у розвитку медіакультури учнів старшої школи в позанавчальний час, акцентовано на показниках

та рівнях сформованості розвитку медіакультури учнів старшої школи, звернено увагу на проведену в контексті теми статті дослідно-

експериментальну роботу з розвитку медіакультури учнів старшої школи засобами інформаційно-просвітницьких технологій.

Список використаних джерел

Ануфрієва, О. (2005). Тенденції взаємодії засобів масової інформації з молодіжною аудиторією. *Соціальна психологія*, 6, 111–119.

Артюхова, І. С. (1999). Цінності і виховання. *Педагогіка*, 4, 78–80.

Бугера, О. І. (2006). *Проблеми використання засобів масової інформації для запобігання злочинів серед неповнолітніх*. (Автореф. дис. канд. юрид. наук). Академія адвокатури України, Київ. 14 с.

Волянська, О. (2004). Роль засобів масової інформації в соціалізації агресії. *Персонал*, 7, 88–91.

Гриньова, В. М. (2002). *Формування педагогічної культури майбутнього вчителя: теоретичний та методичний аспекти*. (Автореф. дис. д-ра пед. наук). Харківський нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди, Харків. 25 с.

Гоне, Ж. (2002). *Освіта і засоби масової інформації*. М. Марченко (Пер. з франц.). Київ: К.І.С. 100 с.

Дистанційна освіта. Словник. (2022). URL: <http://www.osvita.org.ua/distance/glossary/>.

Зазнобіна, Л. С. (1999). Як же вижити в світі ЗМІ? *Медіаосвіта в школі*, 3, 23–26.

Засоби масової інформації: поняттєвий апарат. (1997). Москаленко, А. З. (Ред.). Київ: Школяр. 284 с.

Ліщинська, О. (2005). Модель здорової соціальної взаємодії в інформаційному просторі. *Соціальна психологія*, 6, 105–109.

Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчальний посібник. (2009). Найдьонова, Л. А., & Барішполець, О. Т. (Ред.). Київ: Міленіум. 440 с.

Онкович, Г. В. (2009). Засоби масової комунікації у термінологічному просторі медіаосвіти. *Дивослово*, 5, 29–31.

Селевко, Г. К. (1998). *Современные образовательные технологии: учебное пособие*. Москва: Народное образование. 256 с.

Снігульська, В. (2007). Телебачення – інформаційний помічник чи джерело агресії. *Соціальний педагог*, 9, 50–53.

References

Anufrieva O. (2005). Tendentsii vzaiemodii zasobiv masovoi informatsii z molodizhnoiu audytorieiue [Trends of interaction of media with a youth audience] *Sotsialna psykholohiia*. № 6. P. 111-119. [in Ukrainian]

Artiukhova I.S. (1999). Tsinnosti I vykhovannia [Values and education] *Pedahohika*. № 4. P. 78-80. [in Ukrainian]

Buhera O.I. (2006). Problemy vykrystannia zasobiv masovoi informatsii dlia zapobihannia zlochyniv sered juvenilnnykh [Problems of using the media to prevent juvenile crimes]: avtoreferat dys... kand. Yurydychnykh nauk: 12.00.08. K, 2006. 14 p. [in Ukrainian]

Dystantsiina osvita. Slovyk. [Distance education] (2022). URL: <http://www.osvita.org.ua/distance/glossary/>. [in Ukrainian]

Gone Zh. (2002). Osvita I zasoby masovoi informatsii [Education and mass media]. K., 2002. 100 p. [in Ukrainian]

Hrynova V.M. Formuvannia pedahohichnoi kultury maibutnoho vchytelia: teoretychni ta metodychni aspekty [Formation of the pedagogical culture of the future teacher: theoretical and methodical aspects]: avtoreferat dys... d-raped. nauk. APN Ukrainy, In-t pedahohiky I psykholohii prof. osvity. K., 25 p. [in Ukrainian]

Lishchynska O. (2005). Model zdorovoi sotsialnoi vzaiemodii v informatsiinomu prostori [A model of healthy social interaction in the information space]. *Sotsialna psykholohiia*. № 6. P. 105-109. [in Ukrainian]

Mediakultura osobystosti: sotsialno-psykholohichniy pidkhid [Mediaulture of personality: Socio-psychological approach]: Navchalnyi posibnyk. O.T. Baryshpolets, L.A. Naidonova, H.V. Myronenko, O.Ie. Holubieva, V.V. Rizun ta in.; Za red. L.A. Naidonovoi, O.T. Baryshpoltsia. K.: Milenium, 2009. 440 p. [in Ukrainian]

Moskalenko A. (1997). Zasoby masovoi informatsii: poniattievyi aparat [Media: conceptual apparatus]. K., 1997. 284 p. [in Ukrainian]

Onkovych H.V. (2015). Zasoby masovoi komunikatsii u terminolohichnomu prostori mediaosvity [Mass communication in the terminological space of media education]. *Dyvoslovo*. № 5. P. 29-31. [in Ukrainian]

Selevko H.K. (1998). Suchasni osvitni tekhnolohii [Modern educational technologies]: Navchalnyi posibnyk. 256 p. [in Russian].

Snihulska V. (2007). Telebachennia – informatsiinyi pomichnyk chy dzherelo ahresii [Television is an information assistant or source of aggression]. *Sotsialnyi pedahoh*. 2007. № 9. P. 50-53. [in Ukrainian]

Volianska O.(2004). Rol zasobiv masovoi informatsii v sotsializatsii ahresii [The role of mass media in the socialization of aggression]. *Personal*. 2004. № 7. P. 88-91. [in Ukrainian]

Zaznobina L.S. (1999). Yak zhe vyzhyty v sviti ZMI [How to survive in the world of mass media] *Mediaosvita v shkoli*. № 3. P. 23-26. [in Ukrainian]

Відомості про авторів:
Бунчук Оксана Володимирівна

buncuktatana@gmail.com
Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького
Наукове Містечко, вулиця, 59, Запоріжжя,
Запорізька обл., 69000, Україна

Таблер Тетяна Іванівна
tabler1988@gmail.com

Мелітопольський державний педагогічний

Information about the authors:
Bunchuk Oksana Volodymyrivna

buncuktatana@gmail.com
Bohdan Khmelnytsky Melitopol
State Pedagogical University
Scientific Town, Street 59, Zaporizhzhia,
Zaporizhzhia region, Ukraine

Tabler Tetiana Ivanovna
tabler1988@gmail.com

Bohdan Khmelnytsky Melitopol

університет імені Богдана Хмельницького
Наукове Містечко, вулиця, 59, Запоріжжя,
Запорізька обл., 69000, Україна

Бунчук Тетяна Іванівна

tibunchuk@gmail.com

Лицей № 9, ЗОШ № 25, м. Запоріжжя,
Запорізька обл., Україна

doi: 10.33842/22195203-2022-28-107-117

*Матеріал надійшов до редакції 17.06.2022 р.
Прийнято до друку 27.06.2022 р.*

State Pedagogical University
Scientific Town, Street 59, Zaporizhzhia,
Zaporizhzhia region, Ukraine

Bunchuk Tetiana Ivanivna

tibunchuk@gmail.com

Lyceum No 9, Secondary School No 25,
Zaporizhzhia, Zaporizhzhia region, Ukraine

doi: 10.33842/22195203-2022-28-107-117

*Received at the editorial office 17.06.2022.
Accepted for publishing 27.06.2022.*