

Впровадження медіаосвіти та медіаграмотності в загальноосвітніх школах України

**Звіт за результатами комплексного дослідження
на замовлення Українського медійного проекту («У-Медіа») Інтерньюз
Нетворк**

Київ

Квітень 2015 року

Зміст

МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ	3
ВИСНОВКИ.....	6
РОЗДІЛ 1. МЕДІАОСВІТА В ЗОШ: КІЛЬКІСНІ ПОКАЗНИКИ	8
1.1. Статус експерименту з впровадження медіаосвіти у школі.....	8
1.2. Організація навчання з медіаосвіти у загальноосвітній школі.....	8
1.3. Особистий досвід вчителів	13
РОЗДІЛ 2. ГЛИБИННІ ІНТЕРВ'Ю З ПРЕДСТАВНИКАМИ АДМІНІСТРАЦІЇ ШКІЛ.....	18
2.1. Рішення про участь в експерименті	18
2.2. Ефективність отриманої освіти та необхідність її продовження	19
2.3. Викладання курсу медіаосвіти	20
2.4. Зацікавленість учнів	21
2.5. Бар'єри впровадження медіаосвіти та можливості їх подолання.....	22
2.6. Перспективи розвитку медіаосвіти	23
РОЗДІЛ 3. ФОКУС-ГРУПОВІ ДИСКУСІЇ З УЧНЯМИ РІЗНИХ КЛАСІВ, ЯКІ ВИВЧАЮТЬ КУРС МО	24
3.1. Сприйняття медіаосвіти як явища	24
3.2. Розуміння школярами мети і завдань курсу медіаосвіти	25
3.3. Досвід медіаосвіти.....	26
3.4. Усвідомлення користі від МО/МГ	28
3.5. Зацікавленість у розповсюдженні інформації про медіаосвіту.....	28

МЕТА, ЗАВДАННЯ ТА МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою дослідження є оцінка ефективності та досвіду впровадження медіа освіти в загальноосвітніх школах (ЗОШ) у різних регіонах України.

Завдання дослідження:

- огляд методів і способів впровадження медіа освіти;
- вивчення наявних та необхідних ресурсів;
- визначення та аналіз труднощів, з якими стикаються загальноосвітні школи під час викладання курсу.

Дизайн дослідження

- Телефонне опитування вчителів, які викладають курс МО в ЗОШ, N=100
- Глибинні інтерв'ю з представниками адміністрації шкіл (директори, завучі), N=6
- Фокус-групові дискусії з учнями різних класів, які вивчають курс МО, N=6

Методологія кількісного етапу дослідження

З метою вивчення ефективності та якості впровадження експерименту з впровадження медіаосвіти/ медіаграмотності (МО/МГ) в загальноосвітніх школах (ЗОШ) та специфіки організації навчального процесу з курсу медіа освіти на першому етапі було проведено телефонне опитування вчителів, які впроваджують МГ в школах (100).

Для проведення телефонного опитування вчителів загальноосвітніх шкіл було розроблено двомовний (українська та російська мова) опитувальник, який складався з двох частин («Особистий досвід слухача» та «Організація навчання з МО/МГ в школі») та 26 питань, і був розрахований на проведення 10-хвилинного інтерв'ю (див. Додаток 1). Для збереження послідовності з першим етапом дослідження, що проводилось влітку 2014 року і полягало в опитуванні працівників Обласних інститутів післядипломної педагогічної освіти (ОІППО), анкета включала однакові питання щодо особистого досвіду викладання курсу та організації викладання медіаосвіти слухачам ОІППО.

Формування бази даних для проведення опитування

До бази респондентів увійшли викладачі, які причетні до впровадження експерименту й проходили навчання з медіаграмотності в Академії української преси (АУП) та ОІППО. База респондентів складалась з: (1) учасників літніх та зимових шкіл з медіаосвіти АУП; (2) переліку шкіл, що беруть участь в експерименті з впровадження медіа культури, розробником і куратором якого є Інститут соціальної та політичної психології НАПН; (3) учасників конференцій та інших заходів з МО/МГ; (4) контактів вчителів, що були надані кураторами експерименту в регіонах; (5) контактів вчителів, які надавали директори шкіл, що впроваджують МО/МГ; (6) контактів вчителів що були надані їхніми колегами.

Початковий список респондентів налічував 147 контактів, кількість опитаних склала 115 осіб (див. Додаток №2). База контактів вчителів значно оновилась, оскільки в деяких ЗОШ змінились вчителі, які починали викладання курсу, а потім з різних причин передали цей курс своїм колегам; в деяких школах, що включені до експерименту, курс МО/МГ не викладається, а в деяких, навпаки, з'явилися ентузіасти, які самотужки займаються медіаосвітою.

Портрет респондентів

Опитані шкільні вчителі проживають та працюють у південних та центральних областях України, а також у Львівській області. АРК був виключений з опитування, оскільки встановити контакт з вчителями з Криму виявилось неможливим: жоден з особистих телефонів не відповідав, відповідей на електронні листи-запити ERA не отримала. Київ також був виключений з опитування через те, що за інформацією Л.А.Найдьонової¹, в столиці жодна школа не впроваджує МО.

Анкета містила два питання щодо викладання МО в школі: перше давало відповідь на те, чи викладається МО/МГ в школі. З'ясувалося, що в 13 школах з опитаних 115 МО не викладається майже з однієї причини – не вистачає навчальних годин. Лише один вчитель сказав, що викладання не відбувається через те, що учні не зацікавлені.

Друге питання було спрямоване на те, щоб з'ясувати, чи має вчитель особистий досвід викладання курсу. Щодо досвіду самих вчителів, то 12 з них не викладають курс з різних причин, але назвали своїх колег, з деякими з яких був встановлений контакт і вони були опитані. В деяких випадках імена нових викладачів були названі під час телефонного контакту з директорами/завучами шкіл, включених в експеримент. В результаті до бази увійшло 90 вчителів, які викладають курс особисто.

Опитування показало, що викладачами МО/МГ стали різні за фахом вчителі - гуманітарії, викладачі природничих та точних дисциплін. Їхні частки в розподілі майже однакові. Найбільшу групу викладачів МО в цілому становлять вчителі гуманітарного профілю – вчителі літератури/ мови, історії /суспільних дисциплін (загалом 29%).

Діаграма 1.Посада респондентів

Пит.7 Який предмет ви викладаєте в школі? N=90

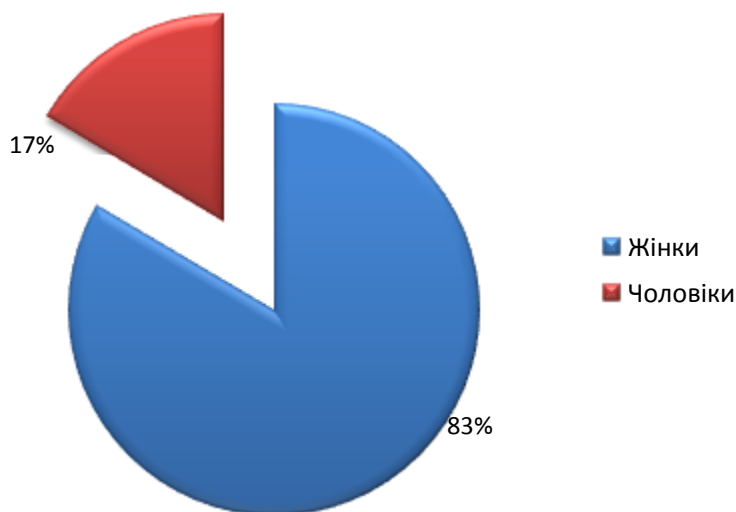


Частка вчителів інформатики складає 18%. Активно включились у викладання курсу директори та завучі (15%). Психологи та педагоги-організатори разом складають 13% тих, хто займається МО/МГ в школах. Вчителі початкових класів, керівники гуртків та журналісти склали 10% опитаних.

¹ Цитати з інтерв'ю наводяться із збереженням мови та стилістики; в тексті позначені курсивом

За гендерним розподілом серед опитаних переважали жінки. Вони склали 83% опитаних вчителів.

Діаграма 2. Гендерний розподіл респондентів



Методологія якісного етапу

Для проведення фокус-групових дискусій (ФГД) та глибинних інтерв'ю (ГІ) на другому етапі дослідження були розроблені окремі сценарії, які враховували особливості цільових груп якісного етапу дослідження (див. Додаток 3-4).

Відбір шкіл для проведення ФГД здійснювався з урахуванням наступних критеріїв:

- Регіональне охоплення – 50% областей, де впроваджується експеримент. Включені школи з Запорізької, Київської, Черкаської, Харківської, та Чернігівської областей.
- Включення шкіл з різними формами викладання медіаосвіти - а саме обов'язковий урок, гурток або факультатив.
- Рекомендації кураторів ОІППО та експертів ІСПП.

Глибинні інтерв'ю проводились з директорами/завучами шкіл, які особисто викладають курс медіаосвіти або є його координаторами в школах. Регіональний розподіл також враховувався. ГІ проводились в Дніпропетровській, Полтавській, Миколаївській, Черкаській Запорізькій та Харківській областях.

ВИСНОВКИ

- Медіасвіта в загальноосвітніх школах України впроваджується завдяки вдалому поєднанню зусиль Академії української преси, яка підготувала на своїх школах основну групу вчителів, координаторів/викладачів в ОІППО, та Інституту соціальної та політичної психології АПНУ, розробником концепції експерименту, в якому взяли участь школи з 10 областей України.
- Поширення експерименту одночасно на національному та регіональному рівнях, а також самостійне провадження медіаосвіти в деяких школах є підтвердженням того, що МО починає виходити за рамки початкового експерименту. Водночас, забезпечити повноцінний перехід від експерименту до широкого впровадження МО можна, якщо перейти до навчання з МО майбутніх вчителів і включити курс медіаосвіти до обов'язкової програми навчання студентів педагогічних коледжів і університетів.
- 84% опитаних вчителів, які сьогодні викладають медіаграмотність, проходили навчання з МО, 16% вчилися самостійно. Кожний четвертий з 90 опитаних брав участь у школах медіаграмотності АУП, ще 28% навчались в ОІППО та на семінарах. Ці цифри демонструють ефективність обраного шляху – поєднання шкіл та курсів ОІППО для підготовки "носіїв" МО.
- В загальноосвітніх школах (ЗОШ) впровадження МО відбувається в різних формах, внаслідок чого підтримуються та розвиваються різні аспекти МО – від психологічного (критичне мислення) до суто практичного - створення медіапродуктів. Включення курсу в учбові плани та розвиток інтегрованого навчання - таким бачать майбутнє МО опитані вчителі.
- Згідно з концепцією і програмою, найбільша група учнів, що вивчають курс МО, навчається в 10 класах. До роботи гуртків і факультативів з МО долучаються школярі з інших класів. Найцікавіший досвід – це розповсюдження МО на всі шкільні класи, як правило, шляхом інтеграції в різні предмети, через часткове залучення до медіаосвіти старших школярів, які навчають молодших школярів.
- Під час занять, вчителі акцентують увагу на розвитку критичного та креативного мислення учнів в інформаційному просторі. Інтернет безпека поки що відходить на другий план.
- Існуючі підручники вчителі використовують творчо, обираючи ті теми, які будуть цікаві/ доступні школярам, і можуть бути представлені в школі залежно від існуючого технічного оснащення та спеціальності вчителя.
- 83 з 90 опитаних вчителів (92%) використовують матеріали порталу АУП. Найбільш популярні – презентації та модельні уроки. Розширення бази модельних уроків, оновлення та розширення відеотеки стане корисним ресурсом для вчителів МО.
- Учні, які вивчають МО на уроках і в медіагуртках, по-різному визначають свої цілі, інтереси та практичну користь від МО. Формування культури роботи з інформацією, її сприйняття і оцінки здебільшого є цінністю

для тих, хто вивчає МО на обов'язкових уроках та факультативах. Канал для мобільності, розширення сфери контактів, поліпшення характеру, соціалізації, отримання технологічних знань виробництва медіа продуктів – таким бачать МО учні-гуртківці. Важливо забезпечити баланс між двома існуючими підходами та включити основні постулати медіаосвіти – критичне мислення та усвідомлення, що інформацією можуть маніпулювати - у роботу медіагуртків.

- Ускладнення, які продемонстрували учні, коли треба було пояснити, чи сприяють їхні знання з медіаосвіти, критичному ставленню до документальних та художніх фільмів, приводить до висновку, що не завжди теорія і практика співпадають. Серед завдань для подальшого впровадження медіаосвіти – перенос критичного осмислення не тільки на інформацію, але й на документальне та художнє кіно.
- Медіаосвіта необхідна й батькам. Школярі оцінюють медіаграмотність своїх батьків не дуже високо, тому проводять "просвітницьку" роботу із своїми батьками, спираючись на свої знання з МГ. Школи також почали використовувати різні методи для просвітницької роботи з батьками, і це важливий напрямок треба підтримувати і розвивати.

Потреби вчителів

- Вчителі різних спеціальностей з різних регіонів потребують більш інтенсивного обміну досвідом викладання медіаосвіти. На думку експертів, такого професійного міждисциплінарного особистого спілкування не вистачає.
- Більшість експертів також пов'язують подальші перспективи розвитку медіаосвіти із можливостями її інтеграції до різноманітних навчальних дисциплін. Визнається необхідність включення елементів медіаосвіти не лише в старших класах, але й у молодшій та середній школі.
- До викладання МО долучились вчителі різних спеціальностей, тому є можливість задовольнити потребу у розробці підручників та методичних матеріалів для інтегрованих курсів на основі їх практики.
- Існує запит на практичні завдання та доступну систематизовану медіатеку. Не вистачає тестів та матеріалів для контролю.
- Важливо використати творчий потенціал вчителів, які розробляють власні програми й займаються науковою роботою для посилення практичної складової та удосконалення курсу МО. Такий підхід дозволить наблизити наповнення курсу до практичних потреб школярів.

РОЗДІЛ 1. Медіаосвіта в загальноосвітніх школах (ЗОШ): кількісні показники

1. 1. Статус експерименту з впровадження медіаосвіти у школі

Особисті інтерв'ю з В.П. Мележиком, завідувачем сектора підвищення кваліфікації науково-педагогічних кадрів Інституту інноваційних технологій і змісту освіти Міністерства освіти і науки України та Л.А.Найдьоновою, керівником експерименту з Інституту соціальної та політичної психології (Національна Академія педагогічних наук України) надали інформацію про статус експерименту та основні напрями впровадження МО/МГ в ЗОШ.

Інститут інноваційних технологій зосередився на розробці програм та навчальних матеріалів з МО/МГ для різних класів ЗОШ. За допомогою Академії української преси (АУП) було проведено декілька зимових та літніх шкіл з викладання МО/МГ для вчителів ЗОШ та викладачів ОІППО, які в подальшому включили в курс підвищення кваліфікації лекції та практичні заняття з МО/МГ.

Як показало опитування, саме вчителі, які пройшли навчання в АУП, стали основною групою, яка впроваджує МО/МГ в ЗОШ та експеримент на національному та регіональному рівнях. На жаль, Інститут інноваційних технологій МОН не володіє інформацією щодо кількості вчителів, які впроваджують МО/МГ в ЗОШ, та кількості учнів, які прослухали лекції або провели практичні заняття з МО/МГ. Моніторинг роботи вчителів не проводиться.

Лабораторія психології масових комунікацій та медіа освіти Інституту соціальної та політичної психології (ІСПП) під керівництвом Л.А.Найдьонової розробила концепцію та план впровадження експерименту з медіакультури, підготувала навчальні матеріали та практикум з курсу, розрахований на учнів 10-х класів.

За інформацією пані Найдьонової, близько 135 шкіл в Дніпропетровській, Запорізькій, Київській, Львівській, Луганській, Миколаївській, Полтавській, Черкаській, Харківській, Херсонській областях, АРК беруть участь у експерименті на національному рівні. За її оцінкою в цілому більше 250 шкіл в Україні тим чи іншим способом впроваджують МО/МГ: частина зосередилась на розвитку медійної творчості учнів через гуртки та факультативні заняття, частина розвиває психолого-педагогічні аспекти МО/МГ.

Національний експеримент дав поштовх для появи регіональних груп шкіл, які почали впроваджувати МО/МГ самостійно. Починаючи експеримент, Інститут соціальної та політичної психології долучив насамперед вчителів та викладачів ОІППО, які були підготовлені до викладання курсу з МО за підтримки АУП (У-Медіа, Фонд «Відродження»).

1.2. Організація навчання з медіаосвіти у загальноосвітній школі

Участь у експерименті

Викладання МО/МГ відбувається в школах в різних формах . На питання про статус школи 40% респондентів відповіли, що школа є учасником національного експерименту, 41% зазначили, що бере участь у регіональному експерименті.

Невелика група у 12% шкіл впроваджують МО/МГ самостійно. Декілька респондентів не могли відповісти на це питання, і можна припустити, що вони скоріш за все не є учасниками експерименту.

Діаграма 1.1. Участь в експерименті

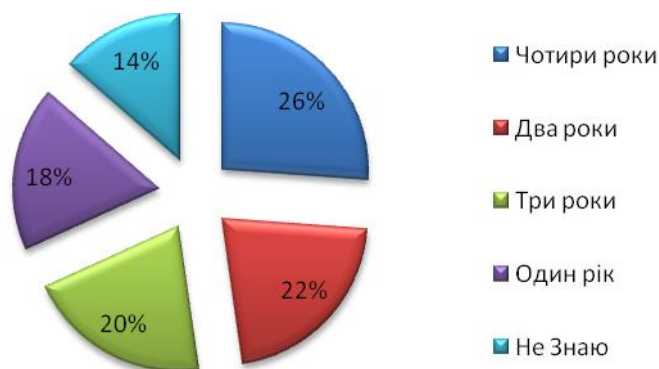
(Пит.14 Чи є ваша школа учасником експерименту з впровадження медіа-освіти? N=90)



Серед опитаних вчителів, майже кожний четвертий займається медіаосвітою вже чотири роки, трохи менші групи у 22% та 20% викладають курс 2-3 роки (діаграма 1.2).

Діаграма 1.2. Кількість років в експерименті

(Пит.15 Скільки років викладається МО/МГ у Вашій школі? N=90)



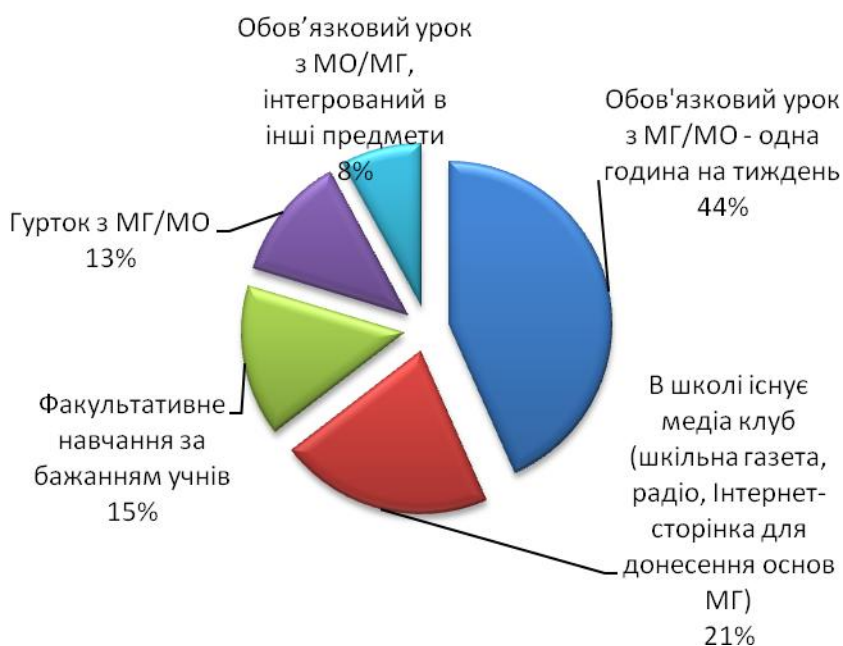
Вчителі, які долучилися до викладання МО/МГ нещодавно, складають 18%. Є й такі вчителі, які долучилися до викладання, замінивши своїх колег, і тому не знають, скільки років продовжується викладання МО/МГ у їхніх школах (14%).

Форми впровадження МО/МГ

Школи обрали різні форми навчання з МО/МГ. Найбільш поширеним є *обов'язковий урок* - одна учбова година на тиждень (44%). 21% складають школи, де ентузіасти - вчителі ініціювали та підтримують шкільні медіа – газети, радіо, Інтернет–сторінку. Вони стимулюють творчий потенціал учнів, навчають їх створювати свій власний медіа продукт, паралельно розвиваючи медіаграмотність.

Гуртки та факультативне навчання за бажанням учнів складає 13% та 15% відповідно. Ця цифра відображує ту проблему, на яку звертають увагу всі вчителі – брак навчальних годин. 8% шкіл вирішують цю проблему, інтегруючи МО/МГ у інші предмети.

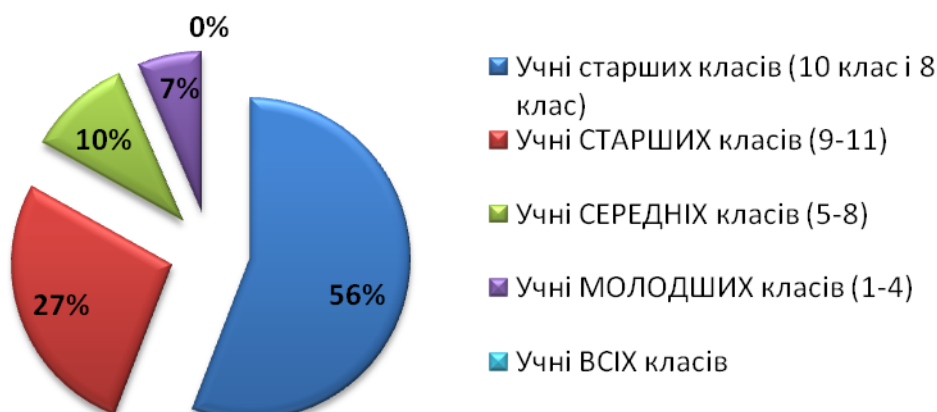
Діаграма 1.3. Форми викладання МО/МГ в школі
 (Пит.17 Як організовано навчання МО/МГ у вашій школі? N=90)



Школи, які організували у себе навчання з МО/МГ, є різними за кількістю учнів: від 1200 до 94 учнів, що залежить насамперед від розміру та розташування населеного пункту. Зрозуміло, що школи або гімназії у Харкові, Львові, Запоріжжі або Бердянську є більшими за кількістю учнів, ніж будь-яка сільська або районна школа. В цілому в тих школах, де було проведено опитування, навчається 40158 учнів.

Однак, як свідчить діаграма 1.4., МО/МГ здебільшого викладається в старших класах (56% - 10 і 8 клас) або у 9-11 класах (27%). Це відповідає участі в експерименті, оскільки курс медіакультури, розроблений в Інституті соціальної та політичної психології, розрахований саме на 10 клас.

Діаграма 1.4. Класи, в яких викладається МО/МГ
 (Пит.18 Учні яких класів долучаються до навчання з МО/МГ? Декілька відповідей, N=90)



Серед учнів старших класів є й ті, що відвідують гурток або навчаються на факультативі. Учні середніх та молодших класів залучають до МО/МГ потроху. Їх частка складає 10% та

7% відповідно. Зауважимо, що жоден з опитаних не обрав опцію «Учні всіх класів». Цим напрямком ще належить займатись у майбутньому.

Ми попросили респондентів оцінити, скільки учнів пройшли навчання з МО/МГ у їхній школі за весь період впровадження курсу. Названі цифри поки досить скромні – 7063 учнів, що складає близько 18% від загальної кількості учнів у опитаних школах. Але, якщо рахувати частку учнів старших класів, відсоток навчених буде значно вищим. Розрахувати його, на жаль, неможливо з-за браку даних про кількість учнів у старших класах опитаних шкіл.

Назва курсу і теми, які викладаються

Майже половина опитаних вчителів визначили курс, який вони викладають, як «Медіа культура» (49 осіб) або «Основи медіакультури» (7 вчителів). Існують також інші назви – «Основи медіаграмотності», «Елементи медіа грамотності» або «Медіаграмотність» (7 вчителів), «Медіапсихологія» (2) та більш вузькі «Основи мультимедійних технологій», «Візуальна медіа культура». 14 вчителів визначили свій курс як «Інтегрований курс з медіаосвіти» або «Медіаосвіта». Гуртки носять різні назви – «Гурток медіаосвіти», «Гурток медіаграмотності», «Гурток медіатехнологій», «Гурток журналістики», гуртки психологічного медіа театру або соціально-психологічної анімації.

Теми, які вчителі обов'язково розглядають із своїми учнями, розподіляються за трьома напрямками (модулями):

1. Людина у світі інформації. Історія медіа (фото, кіно, телебачення, газети, журнали, Інтернет) та аналіз текстів/матеріалів/інших медіа продуктів (наприклад, телешоу)
2. Візуальна медіакультура. Практика створення медіа продуктів, розробка сюжетів, репортажів, кіно- та фотоматеріалів.
3. Основи інформаційної безпеки. Психологічний вплив медіа та способи протидії маніпуляціям.

Саме ці теми, згідно з попереднім дослідженням і опитуванням викладачів ОІППО, детально розглядалися із вчителями як на школах АУП, так і на курсах підвищення кваліфікації. Тому не дивно, що названі теми у відповідності до програми (а це вчителі підкреслювали неодноразово) викладаються в школах.

Підручники

Переважає кількість вчителів (89%) використовує програми та посібники, розроблені в Інституті соціальної та політичної психології НАПНУ, зокрема: «Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчально-методичний посібник за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця; «Медіаосвіта та медіакультура учнів в ЗОШ: візуальна медіакультура» Н.І. Череповської, «Практикум «Медіакультура» Л.А. Найдьонової, О.Т. Баришпольця та ін. Матеріали сайту Медіапсихологія/Медіаосвіта використовують майже всі, хто має доступ до Інтернету.

Водночас вчителі зазначили, що матеріали порталу АУП, зокрема, «Практична медіаосвіта: авторські уроки» під ред. В.Іванова, конспекти лекції, які читалися на школах АУП є тим матеріалом, який допомагає вчителям розширити свої знання, адаптувати матеріали підручника для учнів, зробити їх більш цікавими та практично спрямованими («У Найденової все сухо, академічно, неінтересно дітям, я добавляю практики, психології...», «Користуюся сайтом, спілкуємося з колегами, радимось, ділимося інформацією...», «Адаптуємо програми самі для дошкільнят...»)².

Невелика кількість вчителів використовує власні розробки, пояснюючи це тим, що запропоновані матеріали застарілі й потребують «осучаснення».

² Тут і далі пряма мова респондентів наводиться курсивом із збереженням лексики та синтаксису.

В пошуках нових матеріалів та підручників вчителі звертаються й до Інтернет простору. 11 вчителів згадали словник та посібник О.В.Федорова (Росія), який вони також використовують у своїй роботі як допоміжний матеріал.

Деякі вчителі Львівської області, які почали викладати МО/МГ нещодавно, поки що не дуже добре орієнтуються у програмах та підручниках, але на допомогу їм приходять куратор-наставник («*Зустрічаємся раз на місяць в католицькому університеті. Там Пастушенко Наталя Миколаївна - наш керівник нам допомагає*», «*Я поки використовую те, що мені дають...*»).

Зацікавленість учнів

Учні, за свідченням вчителів, найбільш зацікавлені практичною стороною курсу, а саме створенням власних медіа продуктів там, де це можливо. В школах, які не мають власних медіа (газети, радіо) або доступу до Інтернет, вчителі зосереджуються на критичному аналізі медійних матеріалів, що, за їх словами, також дуже приваблює учнів.

Кількісний аналіз даних, які були зібрані у відповідь на питання про те, на чому саме роблять акцент вчителі курсу МО/МГ в школі, показав, що формування критичного самостійного мислення є основним пріоритетом (обрано 76 разів). Друге і третє місце «посіли» здатність до креативного мислення та здатність протистояти медіа маніпуляціям та агресивній рекламі, з урахуванням сучасних потреб та можливостей. Під час опитування вчителі мали назвати 3 найважливіших навички /уміння, які вони намагаються розвинути у свої учнів.

Діаграма 1.5. Основні навички та вміння учнів

(Пит.23 Які навички/вміння з МО/МГ Ви намагаєтесь розвинути у Ваших учнів? Можливо 3 відповіді N=90)



Викладачі ОІППО на попередньому етапі дослідження відповідали на питання про те, чого бракує загальноосвітній школі для ефективного впровадження МО/МГ. В даному дослідженні вчителі ЗОШ на перше місце поставили брак сучасного обладнання. Обмеженість годин та брак підручників з МО/МГ для школярів різних класів посіли друге-третє місце відповідно.

Діаграма 1.6. Основні проблеми організації та наповнення навчання з МО/МГ в ЗОШ на думку вчителів МГ

(Пит. 24 З якими проблемами щодо організації та наповнення процесу навчання з МО/МГ ви стикаєтесь? N=90)



Попереднє опитування викладачів ОІППО визначило серед основних проблем брак підручників, методичних матеріалів та навчальних годин у варіативній частині навчальних планів. У підсумку бачимо майже збіг в оцінці проблем організації та наповнення навчання з МО/МГ у ЗОШ з точки зору вчителів та викладачів ОІППО.

1.3. Особистий досвід вчителів

Оцінка важливості викладання курсу

Половина опитаних вчителів вважають викладання курсу «дуже потрібним» (51%). 45% обрали відповідь «скоріше потрібним», «не дуже потрібним» визначили курс 4% вчителів. Тобто, нагальна потреба в курсі є безсумнівною.

Більшість опитаних (84%) проходили навчання з методики викладання курсу МО/МГ, також виявлена група осіб, які навчалися самостійно (16%) (діаграма 1.8). До цієї групи, зокрема, належать, вчителі з тих шкіл, де відбулася заміна

Діаграма 1.7. Потрібність навчання з МО/МГ (Пит. 1 Наскільки потрібним є викладання курсу з МО/МГ у загальноосвітніх школах? N=115)



викладача МО/МГ, та більшість вчителів Львова і Львівської області, які долучилися до МО/МГ відносно недавно. Вони щиро зацікавились предметом і мають бажання пройти справжнє навчання на школах АУП. На сьогодні вчителі Львівщини регулярно збираються разом для обговорення методик, посібників та отримання методичних рекомендацій свого куратора – Наталі Миколаївни Пастушенко перед викладанням кожної теми.

Діаграма 1.8. Підготовка вчителів до викладання МО/МГ

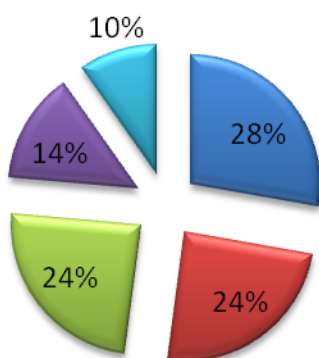
(П.1 Чи проходили Ви спеціальне навчання з методики викладання курсу МО/МГ? N=115)



Відповідаючи на питання про форми навчання, респонденти могли обрати всі запропоновані варіанти. Як показано на діаграмі 1.9., шлях, запропонований АУП – діяти через ОІППО, дає свої результати. 24% вчителів долучилися до МО/МГ на курсах підвищення кваліфікації в ОІППО, 28% відвідали організовані ОІППО курси або семінари. Кожний четвертий (24%) респондент навчався на літніх /зимових школах АУП. Незначна кількість отримали знання на курсах для учасників експерименту (14%); до курсів, організованих безпосередньо в школах, долучились 10% вчителів.

Діаграма 1.9. Форми навчання з МО/МГ

(Пит.3 Де Ви проходили навчання – методики викладання курсу МО/МГ? N=97)



- На курсах або семінарах, що організовані ОІППО або департаментом освіти обласної адміністрації додатково до курсів підвищення кваліфікації
- На курсах підвищення кваліфікації в ОІППО
- На літніх (зимових) школах Академії української преси
- На курсах (семінарах), організованих для вчителів (координаторів), які беруть участь у експерименті Національної Академії пед. наук
- На курсах, організованих в нашій школі

Під час опитування вчителі неформально відзначали, що іноді їм не вистачає знань, а також можливостей для спілкування з колегами. У разі виникнення питань та браку знань, вчителі намагаються подолати проблеми самотужки, звернувшись до Інтернету (про це заявили 54 особи). Керівники експерименту та колеги з інших шкіл також є надійним джерелом підтримки (48 та 45 опитаних обрали цю опцію).

Керівництво школи як і керівництво експерименту з Інституту соціальної та політичної психології, на жаль, не визначені як основне джерело поради, до якого вчителі звертаються у разі виникнення питань.

Діаграма 1.10. Звернення вчителів по допомогу

(Пит.12 Якщо відчуваєте, що вам бракує знань або є сумніви щодо викладання, то до кого Ви звертаєтесь за порадою? N=90)

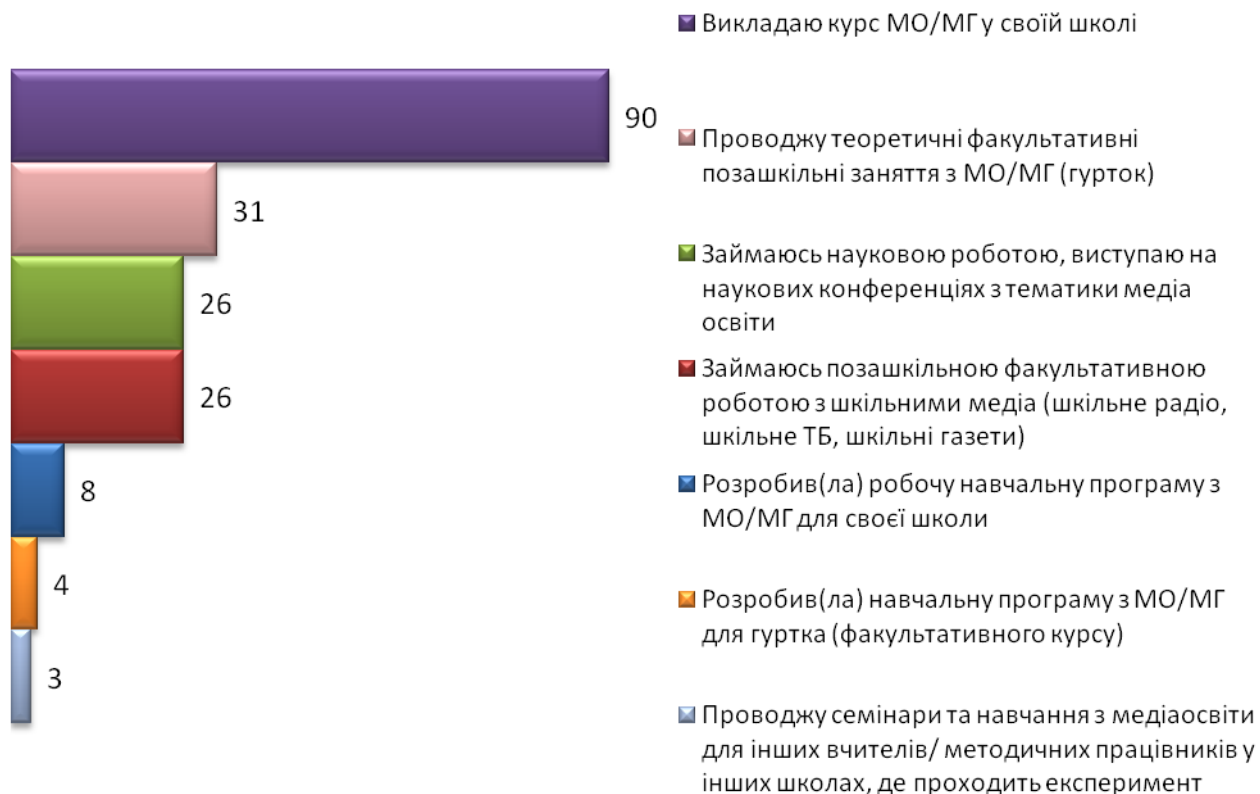


Позакласне викладання медіаграмотності в школах

Опитані вчителі виявились творчими людьми. Вони не лише викладають курс МО/МГ у своїй школі (90 осіб), але й третина з них ведуть теоретичні позашкільні заняття з МО/МГ. 26 вчителів займаються науковою роботою з відповідних тематик, 26 факультативно розвивають шкільні медіа. Декілька вчителів долучилися до розробки програм для школи та гуртка.

Діаграма 1.11. Використання знань у позакласній/практичній роботі з учнями

(Пит. 8 Як Ви скористались отриманими знаннями у шкільній практиці з медіа освіти?
N=90)



Використання ресурсів АУП

88 респондентів знають про існування ресурсу АУП, більшість з них – 83 особи – використовують матеріали порталу. Двоє з опитаних сказали, що про існування порталу не знають, ще троє з тих, хто знає, до матеріалів не звертаються.

Діаграма 1.12. показує, що найбільшою популярністю користуються збірки публікацій, презентації й модельні уроки з різних предметів для школи, що є абсолютно зрозумілим; наступні в рейтингу – відеоматеріали; за ними йде календар подій та програми лекцій/уроків. На жаль, перекладені з англійської підручники для учнів майже зовсім не користуються популярністю.

Діаграма 1.12. Рейтинг популярності матеріалів порталу АУП

(Пит.9 Які матеріали з розміщених на порталі Ви використовуєте при викладанні курсу медіа грамотності? N=90)



РОЗДІЛ 2. Глибинні інтерв'ю з представниками адміністрації шкіл

Відповідно до дизайну дослідження, були проведені 6 глибинних інтерв'ю із представниками адміністрації шкіл, які беруть участь в експерименті з викладання медіаосвіти й самі викладають цей предмет у школах. В інтерв'ю взяли участь представники шкільної адміністрації з шкіл Харкова, Запоріжжя, Миколаєва, Дніпропетровської, Полтавської та Черкаської областей.

2.1. Мотивація до участі в експерименті

Представники шкільної адміністрації, які погодились взяти участь у дослідженні, - ініціативні та зацікавлені особистості, які з легкістю погоджуються на участь у експериментальних програмах, що пропонуються АПНУ та МОН та його підрозділами – ОІППО. Їх школи, крім експерименту із впровадження медіаосвіти та медіаграмотності, активно долучаються до інших подібних ініціатив (*"Ідея понравилась, тем более, что до того школа уже участвовала в проекте, связанным с творчеством, лидерством"* (гімназія, Харків), *"У нас паралельно проводиться експеримент із впровадження економічної освіти"* (ліцей, Миколаїв), *«Нам запропонували, а ми і не відмовились, тому що давно до цього були готові»*, школа в місті Тальне Черкаської області).

Саме небайдуже ставлення шкільної адміністрації до просвітницької діяльності в цілому, розуміння важливості, актуальності й насущності проблем формування медіаграмотності, а також досвід участі в експериментальних програмах став підґрунтям для впровадження та реалізації подібних проектів.

Результативність та успішність здійснення будь-яких проектів значною мірою формується під впливом особистісних чинників, готовності адміністрації та вчителів розширяти свої професійні навички та підвищувати кваліфікацію (*"Зрозумів, що не вистачає знань, гуманітарної, психологічної освіти (за фахом фіз.-мат., вчитель інформатики), яких потребує викладання медіа-грамотності, оскільки це не лише вміння працювати з медіа-технологіями, але й розвиток критичного мислення, аналізу"*, Дніпропетровська обл.; *«Найскладніше завжди беру на себе, а далі вже працюю з колегами...»*, Тальне Черкаської області).

Долучившись до викладання нового предмету, вчителі намагаються самостійно розробити й вдосконалити запропоновані навчальні програми, ініціюючи не лише викладання медіаосвіти як окремої дисципліни, але й інтегруючи її в різноманітні навчальні предмети, залучаючи як вчителів своєї школи, так і поширюючи сформовані навички та ідеї щодо викладання серед інших колег: *"Сейчас мы проводим семинары для учителей города и области"* (Миколаїв), *«Ми вирішили, що треба залучати всю школу, робити медіа грамотними всіх»*, Дніпропетровська область).

Обґрунтування необхідності участі в експерименті із впровадження медіа-грамотності, підкреслюється як актуальністю самої проблеми медіаосвіти (*"Життя за останні 2 роки показало катастрофічну необхідність цього предмету для викладання"*, *"в наш час, коли відбувається інформаційна війна"* (Дніпропетровська обл.), так значущістю і важливістю формування сучасного типу особистості, яка спроможна *"не загубитися у великих потоках інформації"*, вміє формулювати власну думку і критичне ставлення.

Самі учасники експерименту визначають власну еволюцію розуміння медіаосвіти від вдосконалення навичок роботи із програмним забезпеченням та технічними засобами, до формування критичного мислення, яку вони також намагаються донести до колег та дітей: *"Навчити дітей працювати з програмним забезпеченням простіше, ніж інтерпретувати інформацію"* (Дніпропетровська обл.), *"Медиаобразование – не только использование технологий на уроках (киноклуб), но это обучение критически мыслить"* (Миколаїв).

В цілому, досвід впровадження медіаосвіти в школах оцінюється як надзвичайно позитивний, а рішення взяти участь в експерименті, не зважаючи на всі складнощі, визначається як важливе для власного розвитку, так і для навчального процесу: *"Два года, не жалею, это очень близко тому, чем мы занимались, нам интересно (Харків)"*. Одним із критеріїв такої високої оцінки є як успішність самих учнів (*"Дети наши выигрывали конкурсы неоднократно", "Активно выступают на телебаченні"*), так і самих вчителів, що викладають медіа-освіту (*"наша учительница заняла 2 место в России, на конкурсе, ее подали на учителя года"*, Миколаїв).

На думку представників адміністрації, для успішного впровадження медіаосвіти у навчальний процес необхідна група ентузіастів, які будуть здатні зацікавити, залучити й підключити інших осіб до цього процесу, щоб медіа-грамотність не лише викладалась як окрема дисципліна, але й була інтегрована в сам освітній процес: *"2-3 человека авангард, и тогда подтягиваются все остальные"* (Миколаїв).

2.2. Ефективність навчання педагогів

Респонденти високо оцінюють досвід, отриманий під час навчання на курсах підвищення кваліфікації, участі у школах АУП. Для когось це дало можливість впорядкувати самостійно отримані знання (*"Школы очень много дали, колоссально много, знали клочками, с учебниками, а так появилась структура, много непонятного прояснилось"* (Харків), а для когось відкрило можливість для власного самовдосконалення (*"Захотелся, оскільки зрозумів, наскільки це цікаво"* (Дніпропетровська обл.), *"навчання забагато не буває"* (Полтавська обл.). При цьому найважливіше те, що самі респонденти висловлюють відкритість та готовність для підвищення своєї кваліфікації, і з такою ж готовністю впроваджують отримані знання в навчальний процес.

Визнаючи важливість і необхідність проведення подібних курсів та шкіл, респонденти також визначають ті аспекти, на які необхідно було б звернути особливу увагу при їх організації. Серед них як особливо важливі визначаються такі напрямки:

- ▶ **Брак спеціальної літератури та методичних матеріалів:**
 - Практично-орієнтованої літератури із прикладами
 - Розроблених тестових контрольних завдань
 - Підручників для школярів, робочих зошитів
 - Уточнення специфіки та технічних деталей організації процесу підготовки медіа-продукції
- ▶ **Вчителі позбавлені можливості брати участь у семінарах**
 - Потрібно розширити коло учасників: запрошувати не лише представників адміністрації, але й вчителів
 - Обмін досвідом із тими, хто вже запровадив медіа-освіту і має практичні поради, особливо вчителів різних спеціальностей.

Представники всіх шести шкіл проводять обговорення результатів впровадження медіаосвіти на внутрішніх засіданнях та педрадах. Деякі мають цікавий досвід неформального консультування й навчання медіаграмотності серед своїх колег-вчителів. У Полтавській обл. учні старших класів, що вивчають МО/МГ, виступають на шкільних лінійках (у школі 65 учнів), які записують на відео з подальшим аналізом переваг та недоліків такого виступу.

Подальший розвиток і впровадження медіаосвіти в школах, на думку респондентів, можливий не лише за рахунок централізованого проведення семінарів та шкіл, тобто більш тривалих форм навчання педагогів, організація яких визнається важливою і

корисною; але й через широке розповсюдження інформації про досвід такого впровадження в регіонах. Такий досвід вже мають представники миколаївського ліцею, які проводять семінари для вчителів міста та області, що сприяє залученню інших шкіл до експерименту. Щодо можливості такого впровадження висловлювались також харківські вчителі: "семинары проводим со своими учителями, педсоветы постоянно, будем проводить общехарьковский семинар для заучей других школ, готовим доклад".

Водночас, в деяких випадках активні в своїх школах вчителі й керівники шкіл не знають про напрацювання з медіаосвіти в інших школах району та міста.

Керівники шкіл очікують підтримки з боку міських адміністрацій та Міністерства освіти та науки, яку вважають за необхідну умову розвитку медіаграмотності.

Одним з важливих напрямків впровадження медіаосвіти, за визнанням багатьох респондентів, може стати не лише робота з вчителями та учнями, але й просвітницька діяльність серед батьків. Як зазначають експерти, батьки демонструють дуже низький рівень медіакультури, а отже потребують окремого пояснення багатьох питань з курсу медіаосвіти. Це може стати також важливим напрямком для подальшого розвитку програми.

2.3. Викладання курсу медіаосвіти

Особливості викладання

Предмет, що викладається в школах, з представниками яких були проведені глибинні інтерв'ю, базується навколо назви "Медіакультура", але із різними варіаціями: "Основи медіакультури", "Медіакультура особистості". В основному цей курс читається в старшій школі: в 10 класах у Дніпропетровській, Полтавській, Черкаській областях, в 8-10 у Харкові та Миколаєві, по 1 уроку на тиждень. Оскільки навчальний план не передбачає факультативів, то предмет включається або за рахунок варіативної частини (Миколаїв), або за рахунок гуртків (Запоріжжя, Полтавська обл.).

Представники шкільної адміністрації позитивно ставляться до ідеї впровадження медіаосвіти не лише в старших класах, але й у початковій і середній школі. В Дніпропетровській обл. є позитивний досвід впровадження медіаосвіти на уроках природознавства, проведення класних годин за допомогою медіа ресурсів, і в такий спосіб навчання роботі з медіа. У той же час експерти – директори та завучі шкіл - наголошують на нестачі академічних годин на медіаосвіту; проте й не погоджуються на додавання медіа освітнього курсу за рахунок скорочення годин на виховну роботу, як це рекомендують робити у управлінні освіти деяких міських адміністрацій.

Позитивним досвідом у такому разі могла б стати **інтеграція медіаосвіти у інші предмети**: фактично всі опитані визнали важливість і можливість такої інтеграції. В школах Харкова, Миколаєва та Дніпропетровська така інтеграція вже відбувається.

Навчально-методичні матеріали

Всі експерти демонструють обізнаність у наявній літературі із дисципліни, активно використовують підручники з медіаосвіти за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця, Н.І. Череповської. Також згадувався російський підручник Федорова. Проте зазначається, що такі підручники не є достатніми для викладання, тому потребують значної адаптації, що й робиться вчителями в процесі підготовки до уроків: .

Програми, запропоновані Інститутом соціальної та політичної психології, також адаптуються вчителями виходячи як із необхідності втиснути курс у наявну кількість годин ("програма

"Учебников недостаточно. Учебник дает основу, а нужно показывать на практических примерах, поэтому материалы подбираются и разрабатываются самостоятельно учителем"

середня школа в Миколаєві

очень сжатая" (Харків), так й із особливостей профільної орієнтації шкільного навчального закладу ("*Программа Найденовой, на ее основании свои разработки для работы в эксперименте с профильным образованием*" (Миколаїв).

Отже, нестача методичних розробок і матеріалів компенсується самостійним пошуком необхідної інформації в мережі Інтернет, а також перекладу іншомовних видань: "*Сами даже переводим. Много в России специалистов*" (Харків).

В гуртках (Запоріжжя) основний акцент робиться на прикладних аспектах, своїм завданням вони бачать не стільки навчити матеріалам з підручника, скільки зацікавити і включити учня в активний творчий пошук і процес. Тому для гуртків важливіший творчий підхід, ніж слідування розробленій програмі: "*Наша основная задача – оторвать детей от улицы, дать профессионализацию, сформировать интерес и профессиональные навыки*".

Респонденти вважають, що ідеального підручника й не може бути, оскільки завжди повинна бути можливість для адаптації матеріалу до потреб конкретної навчальної ситуації. Проте, всі розуміють, що сам підручник є необхідною складовою навчального процесу. І це має бути **підручник для учнів**, написаний із метою їх зацікавити і включити в навчальний процес.

Експерти вказують, що **підручник** має бути написаний **спільно вченими і практиками**, які можуть пояснити специфіку і деталі як медійних технологій, так і особливостей їх опанування школярами: "*Нужна работа ученых, журналистов, медийщиков и педагогов, совместная работа, нам не хватает знаний профессиональных, много добываем сами, но и информации недостаточно*" (Харків).

Контроль знань

Більшість експертів при викладанні курсу медіаосвіти застосовують принципи диференційованого контролю, організуючі як тестові перевірки знань, так і спрямовуючі роботу учнів на підготовку й розробку власних творчих проєктів.

Тестові завдання до курсу розробляються викладачами самостійно ("*Розроблений тест з практичними питаннями та завданнями (за форматом ЗНО)*" (Дніпропетровська обл.), або використовується досвід із додаткових джерел ("*тесты из различных источников. Есть российский журнал*" (Миколаїв). Разом із цим, викладачі зазначали, що їм не вистачає розроблених тестових завдань для контролю отриманих учнями знань: "*не вистачає тестових завдань, щоб вони були розроблені фахівцями (Полтавська обл.)*», «*Розробляємо самі, залучаємо психолога...*» (Черкаська область).

Але **найбільш популярним** й на думку респондентів **ефективним способом** контролю знань з курсу медіа-освіти **є творчі проєкти і завдання**, важливість яких визнається і високо оцінюється всіма учасниками опитування: "*Главное – развить творчество, чтобы они могли сами создавать, анализировать*" (Миколаїв). Саме це, на думку опитаних і робить курс медіаосвіти цікавим і привабливим для учнів.

2.4. Зацікавленість учнів

За визнанням всіх учасників інтерв'ю, курси з медіаосвіти викликають надзвичайний інтерес учнів. Цей інтерес формується не лише від звичайного зацікавлення запропонованими матеріалами. Важливим компонентом, що посилює зацікавленість учнів, стає їх активне включення у творчий процес. Досвід такого включення у різних школах реалізується по-різному – від створення власних медіапродуктів, розробки шкільної газети (Дніпропетровська обл.), зйомки відео матеріалів та фотографій (Полтавська обл., Черкаська область) до регулярного випуску передач для місцевого телебачення (Запоріжжя).

Представники адміністрації шкіл з гордістю розповідають про досягнення своїх учнів – деякого запросили до навчання в Інститут журналістики, деякі з них обрали професію

журналістів (*"Много моих выпускников сейчас в медиа, 10 стали известными, успешными журналистами"* (Запоріжжя).

Важливість розробки і створення власного медіа-продукту підкреслювалась також представниками дитячого садочку в Харкові, що також впроваджує формат медіаосвіти: *"Ребенку важен результат, возможность создать свой продукт"*.

На думку опитаних варто розширяти позитивний досвід співпраці із вищими навчальними закладами. Так, наприклад, у Миколаєві активно співпрацюють із Коледжем преси й телебачення, запрошують дітей для участі у програмах. Висловлювалась ідея розробки наскрізного навчання медіаосвіти – від дитячого садочка і школи до інститутів та університетів (*«Треба, щоб вчитель вже виходив з коледжу або університету готовим до включення медіаосвіти в свій предмет»* (Дніпропетровська обл.).

2.5. Бар'єри до впровадження медіаосвіти та можливості їх подолання

Серед основних бар'єрів впровадження медіа-освіти експерти зазначили:

1. Перевантаженість навчального плану і нестачу годин на нову дисципліну

Навчальні години для медіаосвіти школи формують за рахунок варіативної частини навчального плану, тому скорочення цієї частини, яке відбувається зараз, призводить до недостатньої кількості годин для медіаосвіти.

Вирішення:

В ідеалі – любіювання включення медіаосвіти у навчальний план.

На практиці - використання годин варіативної частини там, де це можливо, а також використання годин, що відводяться на виховну роботу, гуртки, факультативи і т.п.

2. Недостатня кількість навчально - методичних матеріалів і розробок

Існуючі навчальні посібники та програми потребують адаптації до віку школярів, шкільних можливостей, а також, що дуже важливо, включення практичних завдань та контрольних тестів.

Вирішення:

Залучення до підготовки та написання методичних матеріалів досвідчених вчителів різних спеціальностей, що мають досвід впровадження медіаосвіти.

Організація і проведення семінарів, конференцій, майстер-класів для обміну досвідом викладання медіаосвіти, зокрема, інтегрованих курсів.

3. Недостатня кількість підготовлених фахівців

Невелика кількість шкіл, що залучені до експерименту, оскільки бракує фахівців

Вирішення:

Регулярне проведення семінарів і шкіл із підготовки фахівців для викладання медіаосвіти; розширення кола шкіл для впровадження медіаосвіти.

Введення обов'язкового курсу з МО/МН в програми педколеджів і педагогічних вузів.

4. Проблеми матеріально-технічного забезпечення шкіл

Необхідність технічного забезпечення для проведення медіауроків.

Вирішення: Залучення спонсорів для закупівлі необхідного обладнання (мультимедійної техніки для шкіл).

5. Недостатньо активна підтримка з боку держави

Відсутність державного фінансування та підтримки експерименту.

Вирішення: включення програми медіаосвіти як компоненту стратегії розвитку шкільної освіти на рівні МОН України.

2.6. Перспективні напрямки розвитку медіаосвіти

За визнаннями експертів, медіаосвіта є надзвичайно важливим напрямком розвитку і формування сучасної особистості. Ті, хто долучився до експерименту впровадження медіаосвіти, вважають, що по його завершенню мають бути розроблені й представлені рекомендації для МОН України щодо формування концепції впровадження медіаосвіти як складової системи виховання особистості. Більшість експертів пов'язують подальші перспективи розвитку медіаосвіти із можливостями її інтеграції до різноманітних навчальних дисциплін. Визнається необхідність включення елементів медіаосвіти не лише в старших класах, але й у молодшій та середній школі.

Перспективним напрямком розвитку медіаосвіти може стати просвітницька діяльність із батьками та їх активне залучення до процесу медіа-просвітництва.

Важливим є також знайомство й опанування досвіду інших країн, що мають досвід впровадження медіаосвіти.

У той же час визнається, що значний успіх реалізації таких проектів залежить від включення ентузіастів, ініціативних та креативних особистостей, здатних подолати бар'єри та умовності на шляху впровадження медіа-освіти.

На думку респондентів, надзвичайно важливо, щоб Міністерство освіти та науки не лише підтримувало ініціативу тих, хто вже впроваджує медіаосвіту, але й заохочувало залучення до цієї програми значно більшої кількості навчальних закладів.

РОЗДІЛ 3. Фокус-групові дискусії з учнями різних класів, які вивчають курс МО

Групові дискусії із учнями шкіл, які мають досвід навчання медіаосвіти та є учасниками національного/регіонального експерименту, були проведені у 6 містах України: Харкові, Запоріжжі (2), Білій Церкві Київської області, м.Тальному Черкаської області та Чернігові.

У Харкові (гімназія №172) медіаосвіта викладається у старших (8, 9 та 10) класах. Елементи медіаосвіти інтегруються в різні навчальні предмети: інформатику, літературу, мову, історію і навіть фізичну культуру. Вчителі школи активно включені у процес поширення медіа-освіти: організують і проводять тренінги й майстер-класи для представників інших шкіл, зацікавлюють інших вчителів. Також вчителі проводять роботу з батьками, вимірюють й повідомляють батькам рівень медіа-залежності учнів. У груповому обговоренні взяли участь 10 учнів (по 2 з 8 та 9 класів, 6 із 10 класу).

У Білій Церкві (школа №5) медіаосвіта викладається факультативно для учнів 10-11 класів. Кількість учнів незначна, оскільки факультатив відвідують лише зацікавлені діти. Учні 11 класів демонстрували значно краще розуміння медіаосвіти. Десятикласники зосереджені на розробці презентацій та вміли правильно викласти думки. Всі учні продемонстрували добре розуміння основних правил безпеки при користуванні Інтернет та соціальних мереж.

У Чернігові (ліцей №16) курс медіаосвіти викладається факультативно у 10 класі. Викладання дисципліни, в основному, відбувається за програмою; активно використовуються медіаресурси та технології. В обговоренні взяли участь 10 учнів, які навчаються у 10 класі.

У Запоріжжі (ЗОШ №16) медіаосвіта почала викладатися 6 років тому, пізніше школа була залучена до експерименту. 7 вчителів школи проходили підготовку з медіаосвіти на різних курсах та літніх школах. Медіаосвіта викладається з 6 класу, переважно на класних годинах 1 раз на тиждень. У 10 класі – за програмою відповідно до плану експерименту. У школі достатньо медіа-обладнання: 8 проекторів, більше 20 комп'ютерів, відеокамери тощо. Медіаосвіта інтегрується в інші предмети – літературу, мову, історію. У груповій дискусії взяли участь учні 10 класу.

Центр "Грані" у Запоріжжі існує більше 30 років. У медіа-гуртках (їх більше 5) займається близько 200 учнів. У центра є своя студія, видається своя газета. Основний акцент робиться на розробці власної медіа-продукції. У груповій дискусії взяли участь школярі різного віку: по 1 із 3 і 7 класів, по 2 із 8 та 10 класів, 3 з 1 курсу коледжу.

В м.Тальному Черкаської області (Тальнівська гімназія №1) медіаосвіту викладають вчителі української мови (на певному етапі залучався психолог), тому акцент робиться не на технічних засобах, а на слові, тексті, правилах донесення та сприйняття інформації. У ФГД взяли участь 9 учнів з усіх десятих класів, в яких медіаосвіта викладається годину на тиждень за програмою.

3.1. Сприйняття термінів та понять з курсу медіаосвіти

Спонтанна реакція учнів демонструє укорінене асоціативне мислення й відсутність деяких знань (наприклад, кібербулінг)³. Медіаосвіта викликає закономірні асоціації із школою, студією та вчителем – викладачем МО. Медіатехнології асоціюються з сучасними ЗМІ. Інформацію можуть надавати не лише електронні гаджети, але й книги та батьки. Інтернет – це одночасно інформація і бруд. А от спілкування – це насамперед друзі, як

³ «Кібербулінг – це новітня форма агресії з використанням інформаційно-комунікаційних засобів» (Л.А.Найдьонова)

реальні, так і віртуальні, з соцмереж. Залишається загадковим кібербулінг, хоча висунуті припущення є більш-менш правильними. Якщо придивитись детальніше, то:

- ▶ **Медіаосвіта** асоціюється із школою, студією, ЗМІ, презентацією, інститутом, інтернетом, вчителем (багато разів!), ТВ, Гоголем, наукою, цікавими фактами.
- ▶ **Кібербулінг** не породжує асоціацій, тому що для більшості – це незнайома реальність. Проте висувуються припущення: комп'ютер, монстр, кібератака, сучасний боулінг, роботи, трансформери, ігри, програма, людина, електронна машина, змагання, розділ МО, технології, беззахисність.
- ▶ **Медіатехнології** асоціюються з телевізором, камерою, радіо, телефоном, Інтернетом, гаджетом, мікрофоном, планшетом, тобто, як бачимо, з основними комунікаційними каналами, які формують інформаційне поле підлітка.
- ▶ **Інформація** породжує асоціації з газетою, телевізором, книгою, Інтернетом, школою, пізнанням, повідомленням, новиною, текстом, комп'ютерною графікою, людьми, батьками. Зауважимо, що для сучасних учнів книга та батьки залишаються важливими джерелами інформації.
- ▶ **Інтернет** викликає асоціації з мережею, в контакті, брудом, пошуком, інформацією, вікіпедією, браузером, соціальними мережами і спілкуванням.
- ▶ **Спілкування** – це також друзі, родина, світ, знання, розмова, діалог. Не обійшлося без соціальних мереж та громадських місць, людей, вулиці, де спілкування і знайомство може відбуватися.
- ▶ **Мережа** - це павутина, Інтернет, риба, гугл, зв'язок, преса, супутники, дроти, тобто асоціюється як суто технічне забезпечення, але й несподівана риба та рибацька сітка (мабуть, попала в мережу).

Таким чином, спонтанна реакція на терміни та поняття медіаосвіти, демонструє залучення школярів до сучасного інформаційного простору, розуміння особливостей спілкування та розповсюдження інформації з використанням сучасних технічних засобів. Водночас серед каналів інформації залишаються традиційні книги, коло родичів та друзів. Медіаосвіта поки що асоціюється з уроком, навчанням, вчителем, тобто теорією, яка поволі переходить в практику.

3.2. Розуміння школярами мети і завдань курсу медіаосвіти

Учні, які вивчають медіаосвіту на уроках і в медіа-гуртках, по-різному визначають свої цілі, інтереси та практичну користь від отриманого знання. Так, ті, хто отримують знання з медіаосвіти на уроках більше орієнтовані на формування культури роботи з інформацією, її сприйняття й оцінки (*"Розрізняти і оцінювати всю інформацію, фільтрувати нав'язування"* (Харків), *"Захищатися від негативної інформації"*, (Чернігів).

Ті, хто навчається у медіа-гуртках, розглядають медіаосвіту як канал для мобільності, розширення сфери контактів, поліпшення характеру, соціалізації: *"Прихожу сюди, чтобы вживую общаться с людьми, а не через монитор. Развитие мозгов. Я научился качественно снимать видео, я научилась более конкретизировать и выражать свои мысли"* (Запоріжжя).

Гуртківців характеризує більш цілеспрямований підхід, орієнтований на майбутню професійну перспективу. Це визначається вже на рівні тих асоціативних рядів, які вони сформулювали, відповідаючи на питання модератора: вони частіше називали поняття із медіасфери, оцінюючі медіа-продукти з професійної точки зору.

У дітей, що навчаються в медіагуртках, критична, оціночна складова функціонування медіа практично не акцентується. Вони вивчають медіа зсередини, як професіонали, що займаються виробництвом медіапродуктів, у той час як ті, хто знайомиться з медіа на шкільних уроках, займають скоріше позицію споживачів, користувачів інформації.

Школярі, в цілому, далекі від тонкощів технології виробництва медіа та контенту; їм важливо сформувавши уявлення про медіа та інформацію, отримати користь, як практичну, так і прикладну (*"Это необходимость, это информация о том, как воспринимать информацию, это знания, которые в дальнейшем пригодятся, и мы будем пользоваться"* (Харків)).

Для тих школярів, які займаються в медіагуртках, важливіше дізнатися про технологічну сторону процесу створення медіапродуктів його професійність, якісність (*"Медиаграмотность – это правильное преподнесение информации, определение чего-то нового, образование. Это грамотно пользоваться информацией, делать сайты, ролики, медиапродукты"* (Запоріжжя)).

Інтерес до медіаосвіти у школярів обумовлений як легкістю, нестандартністю навчання й відсутністю контролю, так і отриманням прикладних навичок та вмій: *«Ми навчились робити презентації й тепер вміємо правильно розставити інформацію...»*, (Біла Церква); *«Я займаюсь фотографією, а це ж теж інформація, тепер я побачила, як нею можна обманути...»*, (Тальне).

Медіаосвіта відкриває для них значні можливості для власного творчого прояву, розумінням необхідності такого знання для сучасної людини: *"это что-то новое, совсем не похожее на все остальные предметы, очень нужное, современное и главное- практичное"* (Запоріжжя). Курс медіа-освіти викликає значний інтерес майже у всіх: *"Это увлекает, это нравится и нравится большинству. Не нравится только тем, кому вообще ничего не нравится, но таких все-таки мало"* (Харків).

У короткому викладенні мета медіаосвіти для більшості школярів – це:

- ▶ *Набуття знань, тому що цікаво*
- ▶ *Розрізняти і оцінювати всю інформацію, «фільтрувати» нав'язування*
- ▶ *Захищатися від негативної інформації*
- ▶ *Підготуватися до дорослого життя*
- ▶ *Критично оцінювати інформацію в медіа.*

3.3. Досвід медіаосвіти

Формати навчання

Всі школярі вперше дізналися про медіаосвіту від своїх вчителів або керівників гуртків. Лише 2 учня згадали, що про маніпуляції в медіа їм розповідали батьки.

Школярі із захопленням розповідають про уроки медіаосвіти, визнаючи при цьому, що таких уроків мало, лише 1 раз на тиждень. В школах, де медіакультура викладається факультативно, а відвідування таких занять не є обов'язковим, учні відмічають значний інтерес до самого предмету: *"Факультатив раз на тиждень, ходимо за бажанням, але нас ходить більшість з класу"* (Чернігів). Водночас факультатив не є обов'язковим і може бути відкладений через інші справи і проблеми (*«не всі ходять, тому що і часу нема, і не розуміють, що це важливо і цікаво...»*, (Біла Церква)).

Також висловлювалась думка, що розпочинати заняття з медіаосвіти можна з молодших класів – з 5-6 класу. Такі знання будуть і цікавими і корисними для учнів, а головне – можна залучити старшокласників: *"Лучше с 5-6 класса, что б обезопасить в интернете,*

что бы они не заходили куда не надо" (Харків), «Я могу уже много им (младшим) рассказать, только нужно правильную форму найти, попроще, чтобы им было интересно», (Біла Церква).

Форми подачі

У школах уроки з медіаосвіти проходять як обговорення тем, дискусії, підготовка презентацій, аналіз кінофільмів, новин, реклами. На уроках часто й у великому обсязі використовуються фото й відео матеріали (*«Нам дали завдання принести старі фотографії, це буде цікавий урок, ми будемо говорити про те, яку інформацію про людей і час можна побачити на фото...»*(Тальне). Пропонується зробити й презентувати невеличкі власні дослідження й проекти (*"Мы вот приводили опрос о том, какую музыку любит молодежь, потом сделали презентацию", "Мы создавали рекламу, придумывали герб, логотип", "Мы создавали видеоролики" (Харків), розробити та представити окрему тему «Я люблю делать презентации, чтобы научиться выступать перед аудиторией»* (Біла Церква).

У медіа-гуртках учні більшою мірою орієнтовані на створення власного медіапродукту. Оскільки в роботі гуртка беруть участь учні різні за віком, відбувається обмін навичками й навчання молодших старшими колегами, акцент робиться на спільній справі й співпраці: *"делаем сообща, какую-то программу или материал или газету, получаем все свое задание, видео делает, музыку, те, кто по младше, сразу обучаются у тех, кто старше"* (Запоріжжя).

Підручники

Одне із важливих питань організації навчання з медіаосвіти – забезпеченість підручниками. Школярі визнають, що підручників не вистачає. Їх замінюють ксерокопіями сторінок з підручнику, або конспектами, які надає вчитель: *" В школе копировальная техника и всем все ксерят, для каждого ученика на урок. Но так работать не очень удобно. Тетрадь помогает. Учебник нужен, ведь учитель все не может рассказать" (Харків), «Підручник ми беремо з Інтернету, а крім того в нас – конспекти...»* (Тальне). Водночас потребу в додатковій інформації задовольняє Інтернет (*«А іноді завдання – знайдіть отаку інформацію в Інтернеті...»* (Біла Церква).

У той же час гуртківці заявляють, що підручники їм не потрібні. Їх цікавить практика, а не теорія: *"В кружке мы все учим живую, на примерах. Надо ввести вместо учебников планшеты"* (Запоріжжя).

Цікаві теми

Найбільший інтерес серед тем курсу викликають питання маніпуляцій: *"Самая интересная тема про манипуляции, не поддаваться манипуляциям, до изучения я навіть не уявляла який масштабний цей вплив на свідомість людини"* (Чернігів) та навіювання за допомогою засобів масової комунікації: *«Интересная тема про страхи, фобии, панику, чего люди боятся, как им навязывают, тема про киберпространство...»*(Чернігів).

Всі учні згадували тему про рекламу: *«Изучали как формируют рекламу и что делают, чтобы влиять ей на потребителей» (Харків) . «Нам рассказывали про 25 кадр, про плохую рекламу, про вред когда ее смотришь. Была такая тема...»*(Запоріжжя).

Цікавим для учнів були тема розвитку фото-кіно-техніки: *«Побачили, як працює старий фотоапарат, ніколи не думала, що все це було як чудо...»*(Тальне).

Зауважимо, що сучасні учні вважають тему радіо застарілою та нецікавою: *«Можно убрать тему радио- оно уже устарело, оно интересно как история, но не больше»* (Харків).

Відчути себе журналістами, взяти інтерв'ю, написати про подію – ця тема теж сподобалась школярам: *«Самый интересный урок – это урок про интервью - мы учились брать интервью, играли роли...»*(Харків).

Спільне, що єднає і тих, хто вивчає медіаосвіту на уроках в школі, і гуртківців – це значний інтерес до розробки і створення медіа-продукції: *"мы пробовали быть операторами, и это оказалось очень трудная работа"* (Харків), *"делаем свои передачи, своя газета, видеоролики учимся делать с социальной рекламой"* (Запоріжжя).

Оцінювання знань

Оцінювання роботи школярів в деяких школах здійснюється через виконання творчих завдань, що на думку опитаних виступає кращим стимулом для роботи під час навчання: *"Нам ставят оценки за наши проекты, за работы в основном, экзаменов нет"* (Харків). В деяких випадках формального контролю нема зовсім: *«Нет, не сдаем. Какой в ней смысл? Оценивают только работы и то не строго. Мы и в конкурсах участвуем..»*(Чернігів). В інших школах для контролю використовують тестові завдання; на факультативі обговорюють відео-фото-матеріали і презентації.

3.4. Усвідомлення користі від МО/МГ

Користь від медіа-освіти пов'язується у свідомості школярів із метою її отримання, тобто формування певних уявлень, знань і навичок, загальним розвитком й рівнем ерудованості. У той же час спостерігається відмінність у розумінні користі від отриманого знання між тими, хто вивчає медіа на шкільних уроках і тими, хто опановує медіаосвіту у гуртках.

Так, учні, що вивчають медіа у школі, роблять акцент на критичному мисленні та усвідомленні, що інформацією можуть маніпулювати: *«Понял, что интервью бывает «нарезным», искусственным. Я замечаю по интервью, что человек может говорить одно, а его искажают, добавляют свое, урезают. По телешоу видно часто как его делали..»*(Харків). Учні, батьки яких працювали в Лівії, посилались на інформаційні впливи, з якими безпосередньо стикались протягом останнього року: *«Информация была такая, что нам звонили и говорили: «Бегите», а мы им говорили – «вы еще живы»? Мы поняли, что врут все»* (Біла Церква).

Цікаво, що учні здебільшого розуміють, що маніпулювання існувало завжди (*«Хто цар, тому і пишуть...»*), просто сьогодні воно здійснюється через потужні ЗМІ.

Учні визнають, що знання про медіа маніпуляції роблять їх дуже скептичними, недовірливими (*«Да, мы становимся скептиками, но это как прививка...»* (Біла Церква), але скептицизм допомагає захищатися від валу недостовірної інформації (*«Все особенно важно проверять, не доверяючи одному джерелу...»*(Тальне).

Школярі чітко усвідомлюють користь від МО, коли стикаються з проблемами залежності у власній родині й допомагають братові або сестрі позбутися Інтернет залежності: *«Научить правильному пользованию Интернетом, не быть зависимым от него. Не поддаваться влиянию рекламы. Разрешить новости. Я помогла своему брату, подолала його медіа залежність...»*(Чернігів).

Навички гуртківців практичні і можуть стати у нагоді у створенні соціальної реклами або інформаційних матеріалів: *«Польза такая. Я сделаю социальный ролик, про вред наркотиков, по поводу курения и выложу в интернет. И люди смотрят, и это может кому-то спасти жизнь. Информация влияет на нас, и мы влияем этим на других...»*(Запоріжжя).

3.5. Зацікавленість у розповсюдженні інформації про медіаосвіту

Школярі висловлюють високу готовність доносити знання з медіаосвіти молодшим та батькам: *" В телевизоре много лжи – можно запутаться. Мы с помощью этих знаний проводили занятия с малышами, учили их тоже. Мы учимся меньше воспринимать близко к сердцу, воспринимать умом, анализировать"* (Харків).

Ті, хто опановує медіа у гуртках, роблять акцент на практичних навичках використання та обробки інформації за допомогою сучасних технологій та обладнання: *" Умение*

пользоваться компьютером и электронной техникой, умение найти нужную информацию, умение обработать информацию" (Запоріжжя).

Школярі з Чернігова розповідали про досвід «просвітництва» рідних, які живуть за кордоном: *«Ми дуже багато ще не знаємо, але розуміємо що це дуже потрібно знати. В цьому є сенс. У нас родичі в Росії дивляться і вірять цій ахінеї, хоча ми тут живемо і все бачимо. У нас, наприклад, родичі живуть в Латвії, і там теж родичі там говорять що тут у нас все зруйноване, всі голодують. Дивуєшся просто..»* .

Учні, які відвідують факультативи, впевнені, що їхні однолітки багато чого недоотримують через те, що не відвідують заняття, однак не знають, як привабити своїх однолітків (*« У них завжди нема часу...»*).

Медіаосвіта та художнє/документальне кіно

Питання про те, чи допомагає медіаосвіта дивитись художні та документальні фільми, викликало труднощі у учнів. Це означає, що акцент на необхідності критичного осмислення інформації не переносився на художні/документальні фільми: *" Ніколи навіть не замислювалась... Просто дивлюсь кіно..."* (Чернігів).

Гуртківці, що займаються створенням медіапродукту, зосереджені на особливостях створення фільмів, а не на їхніх смислах: *" Я смотрю фильм и понимаю как его снимали, вот замечаю ошибки, стала следить что пишу, как пишу. Но я считаю что то, что я знаю и вижу ошибки съемки, то мне это скорее мешает смотреть фильм"* (Запоріжжя).

Про зв'язок МО з переглядом фільмів більш менш чітко відповіли тільки харків'яни, в розрізі критичного аналізу, фільтрації. Цікаво, що саме харків'яни відповідали не відразу, думали, згадували, що здавалося дивним, враховуючи їх акцентованість на етиці. Виникло припущення, що вони скоріше декларували мету та завдання МО, але ще не дуже розуміли це в практичному плані, коли це не стосувалося інформації, яку вони звикли аналізувати.

Довго думали і школярі в інших школах, хоча і відповіли в підсумку на питання: *«Документальні фільми можуть перекручувати факти чи видавати якусь неправильну інформацію, мабуть, художні теж...»*(Тальне), *«Если герой добрый и потому ему веришь, а это не всегда правильно. И реклама в кино, каких-то марок чего-то и понятно, что это кому-то надо. В фильме тоже видна реклама и антиреклама»*..(Біла Церква).

Гуртківці на питання про роль медіаграмотності при перегляді фільмів не відповіли, що ще раз підтверджує їх дистанціювання від суті медіаосвіти.

Можна зробити висновок, що не завжди теорія і практика співпадають. Серед завдань для подальшого впровадження медаосвіти – перенос критичного підходу не тільки на інформацію, але й на документальне та художнє кіно.

Медіаосвіта і батьки

Батьки школярів здебільшого цікавляться, що за предмет викладається у школі. В деяких випадках цю інформацію вони отримують від класного керівника або на загальношкільних зборах, в деяких випадках школярі виступають «наставниками» для батьків (*«Ми виступаємо перед ними на батьківських зборах...»* (Харків)); *«Я батькам розповідала про те, як дезінформують, довела йому, що буває свідоме дезінформування – маніпуляція»* (Чернігів).

Медіаграмотність батьків учні оцінюють на двійку (*«Я б оцінила їхню медіаграмотність на невисоку оцінку, але ми їм допомагаємо. Вони ж цікавляться, що ми вивчаємо на цих уроках...»* (Тальне), пояснюючи це тим, що *«коли вони вчилися в школі, такого предмету не було, тому ми їх теж вчимо ...»*(Біла Церква).

Водночас учні розуміють, що батьки – люди з життєвим досвідом, який теж може стати у пригоді: *«У родителей критическое мышление с опытом, а мы учимся»*(Біла Церква).