

Передмова

Уявіть собі школярика, який просто живе в медіапросторі та активно його досліджує з допомогою гаджетів (з якими багато дорослих, зокрема й учителі, так і не «подружилися») та інтернету (о, скільки є охочих його «заборонити!!!», бо то зло). Тож саме час зробити його перебування в цьому просторі безпечним, корисним, цікавим.

Даний посібник допоможе не тільки учневі, а відтак і студенту, і учителеві початкових класів удосконалити знання з медіаграмотності, пізнати світмедіа».

Досліджуючи Державний стандарт з'ясували важливість теми інтеграції медіаграмотності окремих предметів навчальної програми і розглянули можливість використання завдань, підказок для підготовки власних уроків.

Тому для учня це довідник, а для учителя – короткий екскурс у методику формування медіаграмотності.

Надіємось, що він буде корисним усім!



ЗМІСТ

Розділ I Медіа, медіаграмотність, медіа-освіта	
- як діти 6-9 років взаємодіють з медійним контекстом.....	9
- як пояснити дітям що таке медіа від ЮНЕСКО	10
- Заняття «медіа словник для мелечі»	23
Розділ II Державний стандарт України.....	32
- медіа-освіта на уроці	38
- медіа-освіта в школі.....	39
- курс «Я у медіапросторі».....	40
Розділ III інтеграція медіаграмотності	
до окремих предметів шкільної програми.....	44
- Українська мова і літературне читання.....	46
- Математика (фінансова грамотність).....	64
- ЯДС (Я досліджую світ).....	66
- Мистецтво	74
Інтернет ресурси.....	87
Використана література	89





Розділ I

Медіа

медіграмотність

медіаосвіта

Використана література І РОЗДІЛУ:

Медіаосвіта та медіаграмотність [Електронний ресурс] : короткий огляд / В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк, Л. М. Кульчинська, Т. В. Іванова, Ю. П. Мірошниченко. 2-ге вид., стер. К.: АУП, ЦВП, 2012. 58 с. Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/upload/ogliad.pdf>.

Мова: українська.

В брошурі міститься представлення основних поглядів на терміни «медіаосвіта» та «медіаграмотність», а також аналіз основних моделей медіаосвіти та медіаграмотності та їх втілення у світі. Призначена для студентів, аспірантів, викладачів, всіх, хто цікавиться заявленою проблематикою.

Медіаосвіта та медіаграмотність [Електронний ресурс] : підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. 2-ге вид., стер. К.: Центр вільної преси, 2013. 352 с.

<http://www.aup.com.ua/uploads/mo2.pdf>. Мова: українська.

Підручник «Медіаосвіта та медіаграмотність» розроблено для забезпечення відповідного курсу у вищих навчальних педагогічних закладах України. Автори підручника, провідні українські та зарубіжні науковці, об'єднали найактуальніші світові розробки в галузі підготовки студентів до викладання предметів з медіаосвіти, медіаграмотності. Призначений для студентів педагогічних спеціальностей.

Медіаосвіта та медіаграмотність [Електронний ресурс] : підручник для студентів педагогічних коледжів / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. К.: Центр Вільної Преси, 2014. 431 с. Режим доступу:

<http://www.aup.com.ua/uploads/mo3.pdf>. Мова: українська.

Шейбе, С., Рогоу, Ф. Медіаграмотність [Електронний ресурс] : Підручник для вчителя / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу / Перекл. з англ. С. Дьома; за загал. ред. В. Ф. Іванова, О. В. Волошенюк. К. : Центр вільної преси, Академія української преси, 2014. 319 с.

Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/MG.pdf>. Мова: українська. Підручник для вчителя «Медіаграмотність» сучасних американських медіа- педагогів Сінді Шейбе і Фейз Рогоу сформований упродовж останніх трьох з половиною десятиліть в США освітній підхід до викладання медіаграмотності. Цей підхід спирається на базові принципи медіаосвіти, зафіксовані в «Ключових принципах освіти з медіаграмотності» в США (NAMLE, 2007): дослідження, грамотність та інтегрованість. За допомогою цієї книжки українські медіапедагоги зможуть навчитися інтегрувати медіаграмотність у різноманітні освітні практики, знайдуть багато ідей щодо заходів і чимало прикладів повних модельних занять.

Медіаграмотність та критичне мислення в початковій школі: посібник для вчителя / Бакка Т., Голощапова В., Дегтярєва Г., Євтушенко Р., Іванова І., Крамаровська С., Мелешенко Т, Шкрєбець О. / За редакцією Волошенюк О., Дегтярєвої Г., Іванова В. К. : ЦВП, АУП, 2017. 197 с.

Що ми називаємо медіа?

У контексті медіаграмотності термін медіа стосується масмедіа. Передовсім це:

- книги,
- періодична преса,
- радіо,
- телебачення,
- інтернет-медіа,
- кінематограф.

Мас-медіа – посередники між своїми читацькими/глядацькими/слухацькими аудиторіями, для яких працюють, та бізнесами, що розміщують у мас-медіа свою рекламу (інформацію) для цих аудиторій, а отже фінансово підтримують медіа, гарантуючи їм політичну незалежність.

Але сьогодні медіа це також і:

- мобільні телефони,
- інтернет,
- ай-поди або MP3-плеєри,
- відео та комп'ютерні ігри, інші музичні записи (наприклад, CD або просто записи),
- біл-борди та інші типи реклами (зокрема, слова або картинки на одязі, інформація в магазинах або на стадіонах, упаковці їжі), а також постери та флаєри.

medium — “посередник, середина”.

Сучасні медіа є тим самим посередником і передають через себе інформацію від однієї сторони до іншої.

Що таке «нові медіа»?

Нові медіа — це такий формат, в якому інформація постійно доступна на цифрових пристроях, а користувачі активно залучені в процес створення і поширення контенту. По суті, це медіа, які почали активно розвиватися і обростати новими технологічними особливостями з появою інтернету. Наприклад, “Вікіпедія”.

Що таке медіаграмотність?

знання та вміння, що дають змогу аналізувати та розуміти вплив засобів масової інформації на суспільство, а також допомагають критично сприймати інформацію, яку оприлюднюють медіа.

Естетичні та креативні навички: здатність бачити, чути, створювати й інтерпретувати медіаконтент. Учні можуть розвивати ці навички, самостійно створюючи медіаконтент.



Навички критичного аналізу. Це вміння інтерпретувати і розуміти значення різних медіаконтентів. Учень може інтерпретувати і оцінювати медіаформи і контент, використовуючи різні аналітичні інструменти. Ці навички краще розвиваються через вивчення різноманітних медіаконтентів і жанрів.

Інтерактивні навички: здатність спілкуватися за допомогою медіа і приміряти на себе різні медіаролі. Інтерактивні навички вказують на готовність висловлювати свої думки і настанови.



Навички безпеки. Це вміння знаходити вихід зі скрутних ситуацій і уникати їх. Найважливіші навички безпечної поведінки у віртуальному просторі — захист приватного простору і вміння уникати шкідливих контактів і контенту.

Освіта та медіа

МЕДІАОСВІТА ФОРМУЄ МЕДІАГРАМОТНУ ЛЮДИНУ

це навчання теорії та практичних умінь для опанування сучасних мас-медіа, що розглядаються як частина специфічної, автономної галузі знань у педагогічній теорії та практиці.

Медіаосвіта має надавати знання щодо того, як:

- аналізувати, критично осмислювати і створювати медіатексти;
- визначати джерела медіатекстів, їхні політичні, соціальні, комерційні, культурні інтереси й контекст;
- інтерпретувати медіатексти й цінності, що несуть в собі медіа;
- добирати відповідні медіа для створення та розповсюдження власних медіатекстів і залучення зацікавленої в них аудиторії;
- уможливлувати вільний доступ до медіа для споживання та виробництва власної медіапродукції

Як діти 6–9 років взаємодіють з медійним контентом

Любов Найденова, експерт в галузі медіапсихології виокремлює

такі фази взаємодії дітей з медійним контентом:

«Розрізнення реальності та фантазії»

Діти починають визнавати анімаційні фільми/мультфільми як нереальні близько 6 років. До семи років діти зазвичай ще не здатні розрізняти адекватно фантазію та реальність у медіа. У 6–7 років важко розрізняти реальність і свої враження про неї, то вона також не може визначити, що ви-думка, а що реальність у медіапродукції.

<...> Діти віком до семи років дуже візуально зорієнтовані, їх можуть злякати окремі зображення: образи гротескних істот із жанру фентезі чи тварин, які погрозливо поводяться або міняють свою форму. Ці персонажі дуже схожі на страшні фантазії, легко переміщаються у таємний дитячий «паралельний світ».

<...> Розуміння медіареальності

У віці близько 8–9 років діти набувають розуміння штучної природи всіх медіапродуктів. Вони здатні відрізнити фантастику (вигадку) від реальності, розвести реальність актора і його героя, осягнути «несправжність» медійних подій. Проте дистанціюватися від найреалістичніших вигаданих медіапродуктів дитині буде важко принаймні до 12 років, коли її психіка стане краще підготовленою до виконання таких завдань.

<...> Розуміння мотивів дій і наслідків

Здатність співчувати іншим людям — суттєвий момент, який змінює результати медійного впливу на дитину. До дев'яти років (приблизно) діти мало здатні поставити себе на місце іншого. Це значно утруднює розуміння мотиву, який лежить в основі дії актора — чому він вчинив саме так у тій чи іншій ситуації. Діти молодші 9 років не можуть також без сторонньої допомоги визначити наслідки поведінки, зображеної в медіа. Саме тому дев'ятирічні можуть позитивно оцінювати поведінку, яку бачать у медіапродукції, навіть якщо вона не така.

<...> Самоконтроль і спокуса наслідування

Діти до дев'яти років також часто мають менш розвинений самоконтроль, ніж діти старшого віку. Це означає, що вони можуть легше піддаватися спокусі наслідувати поведінку, яку бачать у медіапродукції».

A PICTUREBOOK ABOUT MEDIA

Медіаграмотність для дітей молодшого віку

книжка з картинками
про медіа





Ви знаєте, що таке медіа? Світ медіа відрізняється від нашого світу.

Дізнайтеся, чим воно відрізняється!



Доторкніться пальцем до кінчика носа.

Ви зробили це? Що ви відчуваєте?

У вас холодний ніс чи теплий?

Проведіть пальцем по кінці носа.

Ви відчуваєте дві дірки? Це твої ніздрі.



Якщо на вулиці холодно, ніс почервоніє.
Перевірте в дзеркалі, якого воно
кольору зараз.

Якщо сильно натиснути, можливо, буде трохи боліти.
Цього краще не робити

Подуйте на палець через ніздрі.
Ви відчуваєте струмінь повітря?

Коли ви дуєте через ніздрі, ви також видаєте звук.

Людина може відчувати, бачити чи чути свій ніс
і ось як вони знають, що він існує і що він справжній.

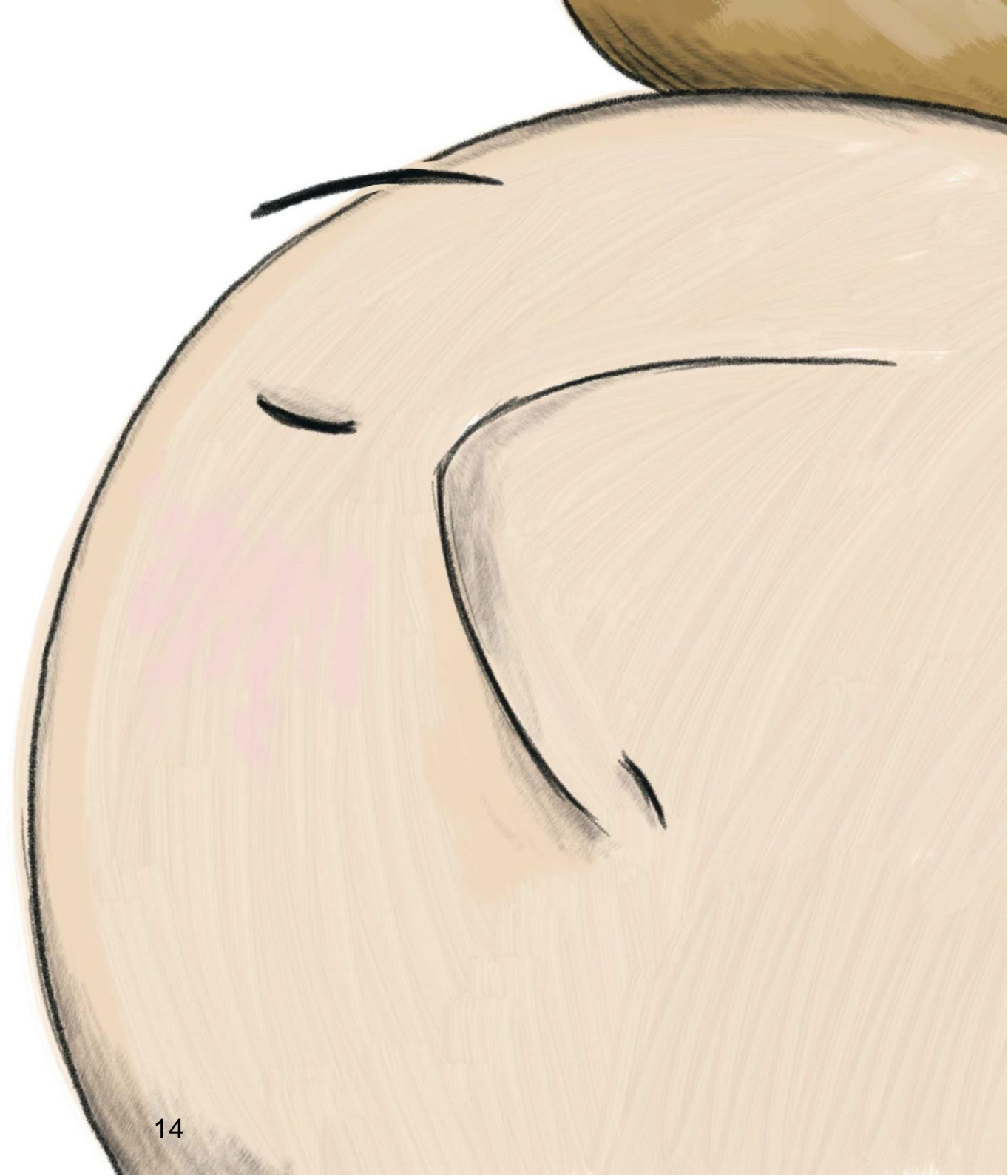


А тепер подивіться на цей малюнок носа.
Поставте палець
на нього і заплющіть очі.

Ти відчуваєш ніс чи папір?
Чи виходить повітря з ніздрів?

Чи може цей ніс текти, коли холодно?
Напевно, не може, бо це НЕ ніс.

Це КАРТИНКА НОСА





Чи є в когось поруч із вами телефон з камерою?
Можна зробити короткий фільм про ніс:
помацати його, перевірити, або подути через дірочки в носі

Зараз подивіться фільм і торкніться
носа на екрані.

Що ви можете відчути?

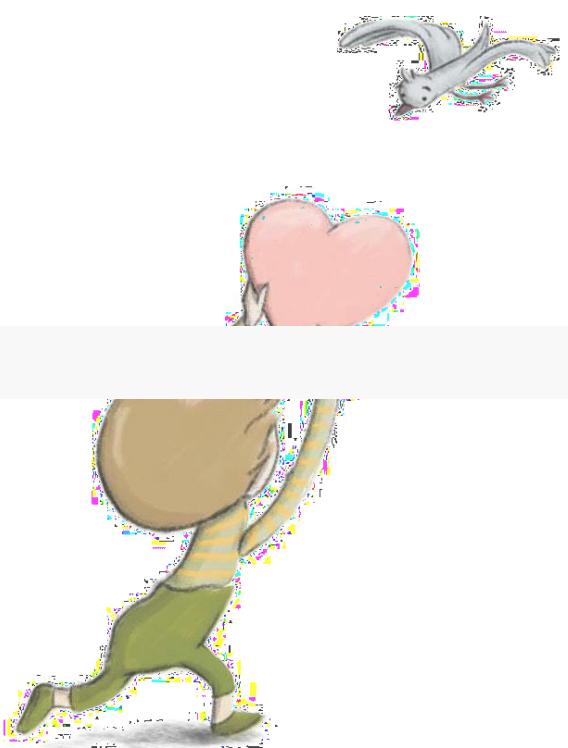

Подумайте: це ваш ніс чи
просто ВІДЕО вашого носа?

Поклади свою
ліву руку на
серце

Що ти
відчуваєш?

**Постав праву руку
на серце**

Чи відчуваєш
стукіт
намальованого
серця?




Ти правий, це не серце. Це КАРТИНА СЕРЦЯ,
але дуже схожа

Те що ми використовуємо для
представлення чогось,
називається
ЗНАК або СИМВОЛ

Ваше серце - справжнє
Намальоване - символом

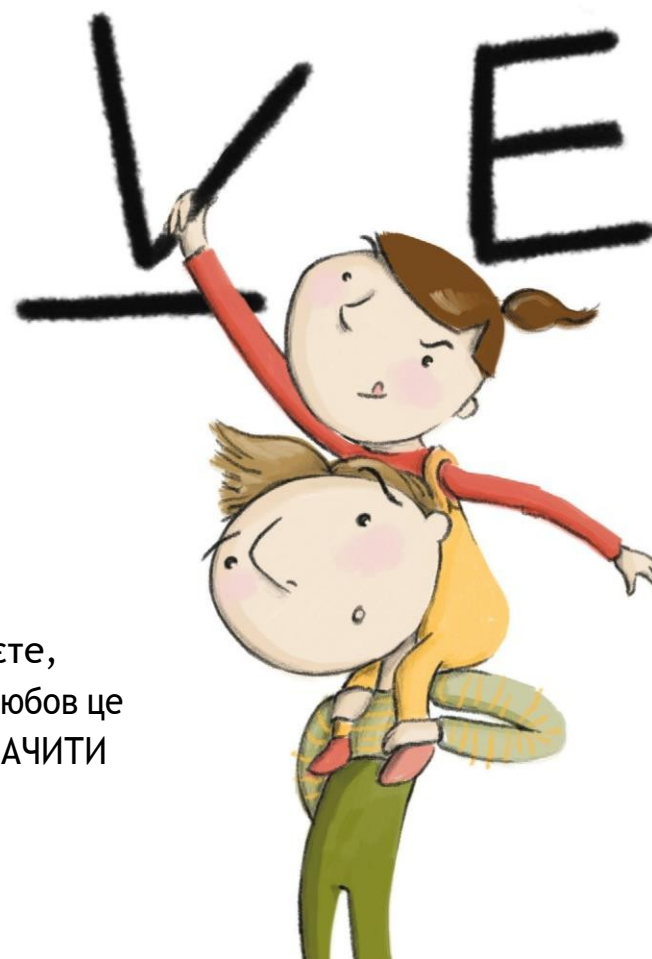
У медіа ми можемо
знайти знаки та символи



Можливо ти знаєш, що ще може символізувати намальоване серце?



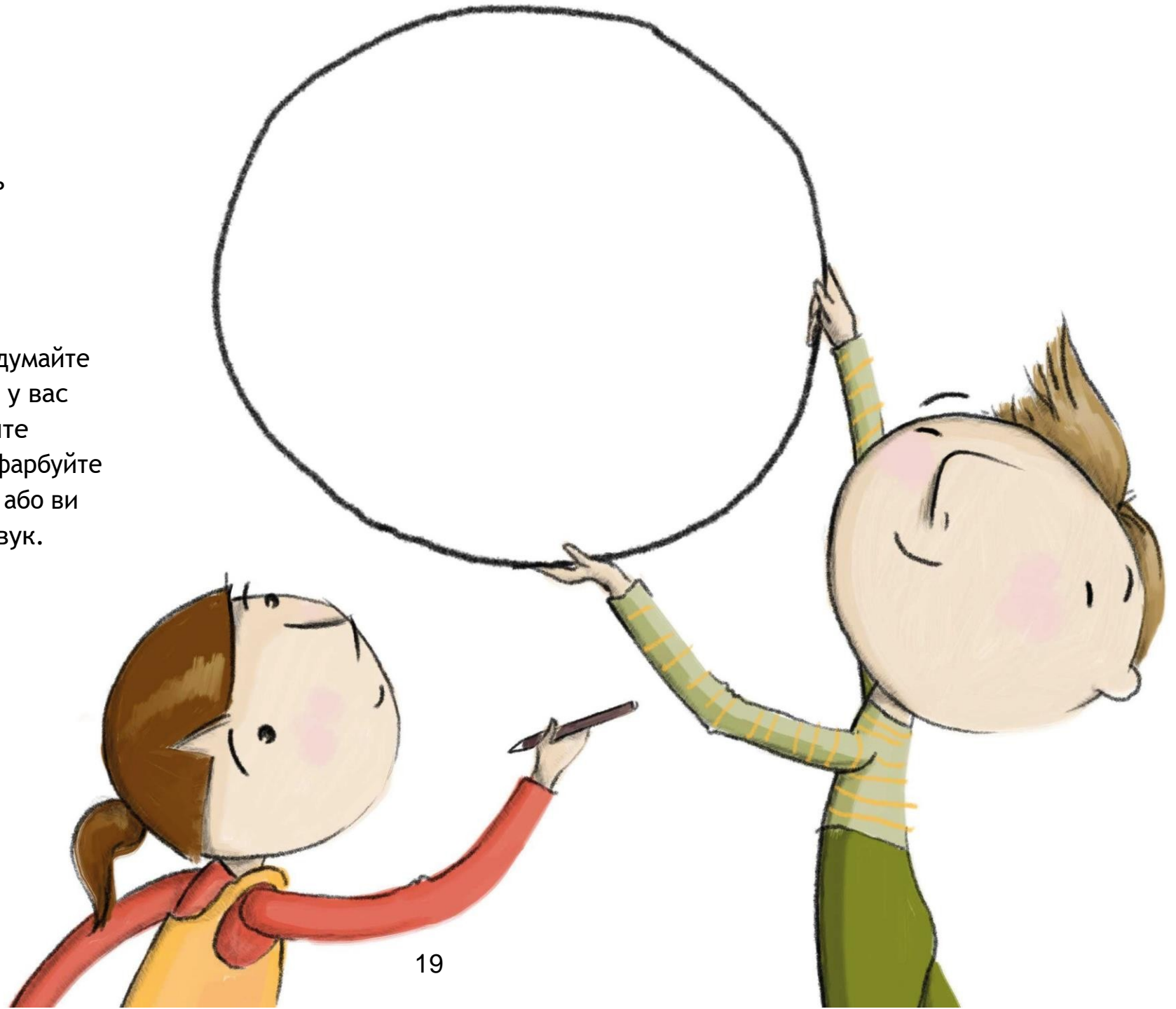
Як ви думаєте,
ВІДЧУВАТИ любов це
те саме що БАЧИТИ
кохання?



Любов - це те, що
ти відчуваєш, а
СЛОВА - символи
любові

Символами можуть
бути малюнки,
картинки, слова,
відео чи звуки.

Якщо ви хочете, подумайте
про ВІДЧУТТЯ, яке у вас
виникло і намалюйте
його/напишіть/розфарбуйте
в порожньому колі, або ви
можете створити звук.





Пам'ятайте реальний світ
там де ти реальний -
живий

Світ медіа там де живуть
символи.

© United Nations Children’s Fund (UNICEF), April 2018

This picturebook was written and created by Alma Čakmazović.
Illustrations by Petra Zlonoga, and design by Branimir Lazanja.

Translation into English by Davies d.o.o.

This picturebook was created as part of an educational package for young children for the Days of Media Literacy, which the Agency for Electronic Media and UNICEF initiated with the objective of educating and informing children, parents, teachers and educators of the importance of media literacy, one of the most important life skills of the 21st century.

UNICEF thanks all persons who through their donations make it possible for the organisation to operate in Croatia and with whose support this picturebook was also created.

Ця книжка-картинка була створена як частина освітнього проекту для дітей до Днів медіаграмотності, який Агентство електронних медіа та ЮНІСЕФ ініціювали з метою навчання та інформування дітей, батьків, вчителів та вихователів про важливість медіа. грамотність, одна з найважливіших життєвих навичок 21 століття.





Ця книжка-картинка присвячена дітям,

Його мета – дати наймолодшим дітям можливість зрозуміти медіа через один із перших уроків медіаграмотності, який розповідає про різницю між світом медіа та реальним світом.

ЗАНЯТТЯ

МЕДІАСЛОВНИЧОК ДЛЯ МАЛЕЧІ

Головна ідея заняття:

Роз'яснення термінів і понять відбувається на доступному для дитини рівні. Викладач проводить паралель між споживанням їжі та сприйняттям інформації: їжа потрібна для розвитку організму людини; медіа їжа (інформація) потрібна для формування її свідомості. У звичайної їжі є певні властивості: корисна/некорисна, якісна/неякісна, смачна/несмачна тощо. Медіа їжа має такі самі властивості, й треба вчитися споживати та виготовляти якісні медіапродукти. Під час заняття учні зрозуміють значення деяких термінів, на яких базується медіаосвіта. Знання та розуміння базових понять дадуть змогу молодшим школярам усвідомлено орієнтуватися в медіапросторі.


Необхідне обладнання: картки.

Мета:

- учні мають знати, що інформація формує (впливає на) нашу свідомість;
- вміти аналізувати дії людини в медіапросторі;
- усвідомлювати, що кожна людина — медіаспоживач і медіатворець у сучасному медіапросторі й необхідно якісно виконувати обидві ролі.




ВПРАВА 1. «НЕОБХІДНІ УМОВИ ДЛЯ ЖИТТЯ ЛЮДИНИ»

 – 3-5 хв.

 – мозковий штурм.

Учитель ставить питання: «Без чого, на вашу думку, людина не зможе жити?» і через «мозковий штурм» підводить дітей до думки, що є найнеобхідніші умови для життя людини: їжа, вода, повітря.

ВПРАВА 2. «ВАЖЛИВІ УМОВИ ДЛЯ РОЗВИТКУ ЛЮДИНИ»

 – 5 хв.


 – дискусія.

Викладач проводить дискусію з учнями, в ході якої вони встановлюють відмінності між поняттями: життя – розвиток, необхідні умови – важливі умови, організм людини – свідомість людини, споживання їжі – споживання інформації тощо.

Орієнтовні питання для дискусії:


- Ви вже назвали умови, за яких людина може жити. А як людина поліпшує умови свого життя (гарний одяг, комфортні квартири, транспорт, технічні засоби тощо)?

ВПРАВА 3. «СТВОРЮЄМО СЛОВНИЧОК»

 – 20-25 хв.

 – ділова гра.

Викладач пропонує дітям гру «Від відомого – до незнайомого». Учасники об'єднуються в 2 команди: «Відоме» та «Незнайоме».

 Діти, сьогодні ми з вами не просто учні, а справжні науковці. Будемо досліджувати, як розвивається сучасна людина.

Перша команда відстежить та проаналізує, яку їжу вживає людина і як та їжа допомагає або, навпаки, заважає бути нам здоровими та активними.

Друга команда буде працювати з іншим видом «їжі» — МЕДІАїжею (інформацією). Людина теж її споживає і стає від неї або розумнішою, розвиненішою, або навпаки. Чому так? Від чого це залежить?

Обидві команди повинні співпрацювати, бо висновки однієї групи будуть необхідні для роботи другої.

Результатом вашого дослідження стануть рекомендації, які ви зможете надати рідним, знайомим, друзям та всім людям: як піклуватися про свою їжу та МЕДІАїжу, щоб зберегти здоров'я та МЕДІАздоров'я.

Учасники першої команди отримують картки зі словами, пов'язаними з їжею. Вони пояснюють значення написаного слова. Для більшого «занурення» в атмосферу розуміння тематики обраних слів викладач ставить додаткові питання та створює тематичні життєві ситуації, які необхідно прокоментувати або розв'язати.

Учасники другої команди утворюють нове слово з того, яке було в першої команди, додаючи слово «МЕДІА». Їхнє завдання – пояснити значення новоутвореного слова, пов'язаного з МЕДІАїжею (інформацією, медіапродуктами). Також відбувається коментування або розв'язання ситуацій, запропонованих викладачем.

Виступи дітей викладач узагальнює і заносить у таблицю у вигляді коротких опорних висловів. Таблиця може бути на дошці, на ватмані або на слайді презентації (за вибором і можливостями викладача).

ПРИКЛАД

Картка № 1 для команди «Відоме»

ЇЖА

Орієнтовні пояснення цього слова учнями: *це страви, які людина готує з різних продуктів. Споживають їжу для росту та розвитку організму.*

Орієнтовні питання викладача:

- Яку їжу люблять діти? Дорослі?
- Чи вся їжа корисна?

Що таке отруєння? Які ознаки?

- Чи можна їжею отруїтися?
- Чому в одних людей їжа смачна, а в інших несмачна?
- Чи чули ви про переїдання? Що станеться, якщо людина переїсть?
- Що таке голод та які його наслідки? Чи може від голоду бути користь?
- Що таке вітаміни? В яких продуктах багато вітамінів і чим вони корисні?
- Чи знаєте історії, коли люди постраждали через неякісну їжу? Розкажіть їх.
- Розкажіть, як у вашій сім'ї піклуються про якісне харчування.

Діти, якщо ви розумієте, як важливо якісно харчуватися, споживати корисні продукти – погладьте свої животики і пообіцяйте їм піклуватися про здоров'я.

ВАЖЛИВО! Ця тема для дітей проста і зрозуміла. Скористайтеся цим! Обов'язково дайте дітям можливість висловлювати власну думку.

Картка № 2 для команди «Незнайоме»

МЕДІАЇЖА

Орієнтовне пояснення цього слова учнями: це інформація, яку людина отримує з різних джерел. Це допомагає людині розумнішати, розвиватися, спілкуватися, робити відкриття та винаходи.

Орієнтовні питання викладача ті ж самі, що й першій команді, але до тематичних слів додається слово МЕДІА:

- Яку МЕДІАїжу люблять діти? Дорослі?
- Чи вся МЕДІАїжа корисна?
- Що таке МАДІАотруєння? Які ознаки?
- Чи можна МЕДІАїжею отруїтися?
- Чому в одних людей МЕДІАїжа смачна, а в інших не смачна?
- Чи чули ви про МЕДІАпереїдання? Що станеться, якщо люди на переїсть?
- Що таке МЕДІАголод та які його наслідки? Чи може від МЕДІАголоду бути користь?
- Що таке МЕДІАвітаміни? В яких МЕДІАпродуктах багато МЕДІАвітамінів і чим вони корисні?
- Чи знаєте ви історії, коли люди постраждали через неякісну МЕДІАїжу? Розкажіть їх.
- Розкажіть, як у вашій сім'ї піклуються про якісне МЕДІАхарчування. Діти, якщо ви розумієте, як важливо якісно МЕДІАхарчуватися, споживати корисні МЕДІАпродукти – погладьте свої голівки і пообіцяйте їм піклуватися про МЕДІАздоров'я.

ВАЖЛИВО! Щоб допомогти дітям усвідомити, що їжа – це для організму, а інформаційні продукти (медіаїжа) – це для розвитку свідомості, використовуйте спосіб «покажи рукою»: у першому випадку погладити животики, у другому – голівку.

Після виступу обох команд викладач робить таблицю:

Отже, важливо споживати якісну їжу, щоб бути здоровим. Важливо споживати якісні МЕДІАпродукти, щоб бути МЕДІАздоровим (розумним, розвинутим).

<u>ЇЖА</u>	<u>МЕДІАЇЖА</u>
Це страви, які людина готує з різних продуктів. Споживають їжу для росту та розвитку організму.	Це інформація, яку людина отримує з різних джерел. Це допомагає людині розумнішати, розвиватися, спілкуватися, робити відкриття та винаходи.
Дорослі люблять м'ясо, овочі, салати тощо. Діти люблять солодощі, фрукти тощо.	Дорослі люблять кіно, новини, газети, журнали тощо. Діти люблять мультфільми, ігри, малюнки, комікси тощо.
Не вся їжа корисна. Від однієї організм міцнішає, а від іншої – хворіє.	Не вся МЕДІАїжа корисна. Від однієї людина розвивається, розумнішає, а від іншої – ні.
При отруєнні — нудота, погане самопочуття.	При МЕДІАотруєнні (споживанні некорисної, неякісної інформації) можуть бути неприємності на роботі чи вдома, запізнення, неякісні покупки, невдалі подорожі.
Їжею можна отруїтися, якщо продукти неякісні, брудні, зберігають задовгий термін.	МЕДІАїжею можна отруїтися (зробити неправильний вчинок, висновок), якщо інформація неточна, неперевірена, спотворена, помилкова.
Смачна їжа тоді, коли людина готує старанно і з якісних продуктів.	Смачна (цікава) МЕДІАїжа тоді, коли людина готує свій МЕДІАпродукт (пісню, фільм, новини) старанно, з якісної (перевіреної, правдивої) інформації.
Переїдання – це коли споживаєш їжі більше, ніж потрібно організмові. Може бути нудота. При постійному переїданні людина повнішає.	МЕДІАпереїдання – це коли споживаєш МЕДІАпродуктів більше, ніж потрібно організму (багато реклами, мультфільмів, комп'ютерних ігор, довге перебування в інтернеті). Можуть бути головні болі, проблеми із зором, психікою.
Голод – це коли людина недоїдає. Організм слабшає. Але для лікування деяких хвороб корисно голодувати.	МЕДІАголод – це коли людина не отримує достатньо необхідної інформації. Людина не розвивається, не розумнішає. Але якщо в людини є МЕДІАзалежність, корисним буде МЕДІАголод.
Вітаміни – корисні речовини. Організм від них стає міцнішим, здоровішим. Споживати треба різні продукти, бо в них різні вітаміни.	МЕДІАвітаміни – корисна інформація для розвитку людини. Її можна отримати на заняттях, від дорослих або пошукати самому. Треба споживати різні МЕДІАпродукти, бо в них різні МЕДІАвітаміни.

Картка № 3 для команди «Відоме»

КУХАР

Орієнтовні пояснення цього слова учнями: *людина, що готує різні страви для людей.*

Орієнтовні питання викладача:

- Як працює відповідальний кухар?
- Яка в нього виходить їжа?
- Як називається дуже гарний кухар?
- Як працює безвідповідальний кухар?
- Що може статися з людиною, яка спробує страву безвідповідального кухаря?
- Страви якого кухаря хотіли б споживати ви?
- У житті бувають тільки професійні кухарі?
- Як будете ставитися до приготування їжі ви самі?

Картка № 4 для команди «Незнайоме»

МЕДІАКУХАР

Орієнтовне пояснення цього слова учнями: *це людина, яка «готує» різні інформаційні «страви».*

Орієнтовні питання викладача ті ж самі, що й першій команді, але до тематичних слів додається слово МЕДІА:

- Як працює відповідальний МЕДІАкухар?
- Яка в нього виходить МЕДІАїжа?
- Як називається дуже гарний МЕДІАкухар?
- Як працює безвідповідальний МЕДІАкухар?
- Що може статися з людиною, яка спробує МЕДІАстраву безвідповідального МЕДІАкухаря?
- Страви якого МЕДІАкухаря хотіли б споживати ви?
- У житті бувають тільки професійні МЕДІАкухарі?
- Як будете ставитися до приготування МЕДІАїжі ви самі?

Після виступу обох команд викладач робить таблицю (короткі записи відповідей учнів).



КУХАР	МЕДІАКУХАР
Відповідальний кухар готує страви старанно, правильно підбирає необхідні продукти, турбується про якість їжі.	Відповідальний МЕДІАкухар старанно підбирає необхідні МЕДІАпродукти, піклується про якість МЕДІАстрави.
Їжа має бути смачна, корисна.	Інформація має бути цікава, корисна, перевірена.
Майстер-шеф, шеф-кухар.	Фаховий режисер, фаховий фотограф, фаховий кореспондент тощо.
Не турбується про якість страви, не вибирає гарних продуктів, не дотримується рецепту.	Не піклується про якість МЕДІАстрави, не перевіряє інформацію.
Може бути розлад, нудота, отруєння.	Через неякісну інформацію людина може зробити неправильні висновки, запізнитися кудись, посваритися, не виконати необхідної роботи.
Гарного кухаря.	Гарного МЕДІАкухаря.
Кожна людина в житті готує їжу.	Кожна людина в житті готує якісь медіапродукти (фото, новини, вірші тощо).
Постараюся відповідально ставитися до приготування їжі.	Постараюся відповідально ставитися до приготування МЕДІАпродуктів.

Отже, важливо споживати страви від відповідального, гарного кухаря, щоб не зашкодити своєму здоров'ю. Коли готуєш їжу сам, то теж треба бути стараним. Коли споживаєш МЕДІАпродукти, переконайся, що МЕДІАкухар — гарний спеціаліст. Коли сам створюєш МЕДІАпродукти, будь відповідальний!

Картка № 4 для команди «Відоме»

ОФІЦІАНТ

Орієнтовні пояснення цього слова учнями: *це людина, яка подає страви, що приготував кухар.*

Орієнтовні питання викладача:

- Як працює відповідальний офіціант?
- Чи може безвідповідальний офіціант зіпсувати страву шеф-кухаря? Як?
- Чи доводилося вам бути в ролі офіціанта? Як ви поводитися?

Картка № 5 для команди «Незнайоме»

МЕДІАОФІЦІАНТ

Орієнтовне пояснення цього слова учнями: *це людина, що передає людям різні інформаційні «страви».*


Орієнтовні питання викладача ті ж самі, що й першій команді, але до тематичних слів додається слово МЕДІА:

- Як працює відповідальний МЕДІАофіціант?
- Чи може безвідповідальний МЕДІАофіціант зіпсувати МЕДІАстраву МЕДІАшеф-кухаря? Як?
- Чи доводилося вам бути в ролі МЕДІАофіціанта? Як ви поводитися?

Після виступу обох команд викладач робить таблицю

ОФІЦІАНТ	МЕДІАОФІЦІАНТ
Акуратно подає страви.	Відповідально передає інформацію.
Може зіпсувати: розлити, впустити, перекинути.	Може зіпсувати: спотворити інформацію.
Діти допомагають батькам накрити на стіл, приносять і ставлять різні страви. Я намагаюсь робити це акуратно.	Дітям доводиться передавати інформацію: від батьків – учителеві й навпаки, між однолітками тощо. Я намагаюсь не зіпсувати ту інформацію, яку мені довірили передати.

ВПРАВА 4. «МЕДІАкухар чи МЕДІАофіціант»

 5-10 хв.

 мозковий штурм.

Для закріплення знань про роль людини в розповсюдженні інформаційних продуктів (створення цих продуктів чи передавання вже готових) викладач показує дітям картки, а вони називають, хто це: МЕДІАкухар (той, що створює МЕДІАпродукт) чи МЕДІАофіціант (той, що передає інформацію іншим).

Приклади для карток:


Хореограф, танцюрист, сценарист, актор, поет, письменник, читач, диктор, фотограф, учитель, журналіст, бібліотекар, художник, глядач, співак, композитор.

Додатково

Якщо у викладача є час, можна поговорити про якісну та неякісну медіапродукцію кожного МЕДІАкухаря, про відповідальне та безвідповідальне передання інформації МЕДІАофіціантами.

Підсумкове питання: як поводитиметеся саме ви, коли будете в ролі МЕДІАкухаря або МЕДІАофіціанта?

ПІДБИТТЯ ПІДСУМКІВ ЗАНЯТТЯ

 Згадайте завдання, яке отримали групи на початку роботи: сформувані рекомендації, що ви зможете надати рідним, знайомим, друзям та всім людям: як піклуватися про свою їжу та МЕДІАїжу, щоб зберегти здоров'я та МЕДІАздоров'я.

Учні узагальнюють свої висновки, які робили під час виконання вправ (з опорою на таблиці, які заповнював учитель/ка).

ВИСНОВОК 1. Важливо споживати якісну їжу, щоб бути здоровим.

Важливо споживати якісні МЕДІАпродукти, щоб бути МЕДІАздоровим (розумним, розвинутим).

ВИСНОВОК 2. Важливо споживати страви від відповідального, гарного кухаря, щоб не зашкодити своєму здоров'ю. Коли готуєш їжу сам, то теж треба бути старанним.

Коли споживаєш МЕДІАпродукти, переконайся, що МЕДІАкухар гарний спеціаліст. Коли сам створюєш МЕДІАпродукти, будь відповідальний!

ВИСНОВОК 3. Щоб не зіпсувати апетит собі та іншим, треба акуратно подавати страви на стіл.

Щоб ніхто не постраждав від хибної інформації, треба передавати її без спотворення.



Розділ II Державний стандарт УКРАЇНИ

Використана література

II розділу

Медіаграмотність у початковій школі: посібник для вчителя / Волошенюк О. В, Ганик О. В., Голощапова В. В, Дегтярьова Г.А, Іванова І. Б., Кожанова А. Ю., Пиза Г. Ю., Шкребець О. О, Янкович О. І. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. Київ : ЦВП, АУП, 2018.234 с.

Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с.




Нова українська школа – це ключова реформа
Міністерства освіти і науки

Головна мета – створити школу, яка даватиме учням не тільки знання, як це відбувається зараз, а й вміння застосовувати їх у житті.

Державний стандарт початкової загальної освіти визначає, що саме мають знати й уміти учні по закінченню певного циклу навчання (2 та 4 класи), окреслює засади та принципи навчально-виховного процесу.

НУШ-1 (під керівництвом О. Я. Савченко) та НУШ-2 (під керівництвом Р. Б. Шияна) конкретизують обов'язкові результати та очікувані. В обох програмах серед змістових ліній є лінія «Досліджуємо медіа».

Хоча програми дещо відмінні за структурою, очікувані результати на кінець 2 та 4 класів можна порівняти 

Порівняння дає змогу побачити, що у змісті програм достатньо роботи зі змістом та формою медіатекстів, але типова освітня програма, створена під керівництвом Р. Б. Шияна, більше орієнтує вчителя на аналіз форми медіатексту (використання в медіатексті голосу, музичного супроводу, фонових шумів, кольорів, спецефектів тощо); пропонує вчителю на матеріалі медіатекстів надавати увагу розвитку такого спільного для всіх ключових компетентностей уміння як критичне мислення (визначення правдоподібності описаних подій і тверджень з медіатексту, розрізнення фактів і суджень у простому медіатексті).



Порівняння очікуваних результатів змістової лінії «Досліджуємо медіа» в типових освітніх програмах

Типова освітня програма, створена під керівництвом О . Я . Савченко,	Типова освітня програма, створена під керівництвом Р . Б . Шияна,
1-2 класи	
<p><i>сприймає й обговорює прості медіапродукти;</i></p> <p><i>обговорює зміст і форму простих медіапродуктів, розповідає, про що в них ідеться;</i></p> <p><i>визначає, кому і для чого призначений медіапродукт;</i></p> <p><i>пояснює зміст вербальної і невербальної ін- формації в медіапродуктах;</i></p> <p><i>висловлює свої думки і почуття з приводу прослуханих / переглянутих медіапродуктів (коміксів, дитячих журналів, реклами);</i></p> <p><i>створює прості медіапродукти (листівка, ес-емес-повідомлення, фотоколаж тощо) з допо-могою інших осіб .</i></p>	<p><i>обговорює зміст і форму простого медіатексту (світлина,фотоколаж, листівка, мультфільм), виявляє (з допомогою вчителя/вчительки) очевидні ідеї у простих медіатекстах [2 МОВ 4–1 .4–4];</i></p> <p><i>спостерігає за використанням кольору, музики, анімації в медіатексті [2 МОВ 4–1 .4–5];</i></p> <p><i>визначає, кому і для чого призначений медіатекст[2 МОВ 4–1 .4–6];</i></p> <p><i>визначає тему і головну думку простих візуальних медіатекстів [2 МОВ 4–1 .4–7];</i></p> <p><i>висловлює власні думки і почуття з приводу про-слуханих / переглянутих простих медіатекстів) [2 МОВ 4–1 .5–5];</i></p> <p><i>створює прості аудіальні медіапродукти (презентує роботу групи, робить оголошення зі сцени, повідомляє новини через гучномовець тощо) з допомогою вчителя / вчительки, зважає на мету аудиторію [2 МОВ 4–1 .6–7];</i></p>



3-4
класи

сприймає критично доступні медіатексти;
визначає мету й цільову аудиторію окремих медіапродуктів;
декодує (тлумачить) повідомлення у простих медіатекстах, виявляє очевидні ідеї;
висловлює власні погляди на події, явища, пред-мети, цінності, представлені в медіатексті;
пояснює, чи змінилися під впливом медіатек-сту власні уявлення або думки про предмет повідомлення, як саме;
створює прості медіапродукти, враховує мету й аудиторію;
обговорює (в парі або в групі) враження від створеного медіапродукту .

визначає мету простого медіатексту (усна реклама, аудіокнига, мультфільм, комп'ютерна гра), пояснює, кому він адресований [4 МОВ 4–1 .4–1];
визначає правдоподібність описаних подій і тверджень з медіатексту, виходячи з власного досвіду[4 МОВ 4–1 .4–2];
визначає роль елементів форми (голос, музичний супровід, фонові шуми, кольори, спецефекти тощо) для розуміння змісту [4 МОВ 4–1 .4–3];
розрізняє факти й судження в простому медіатексті, виокремлює цікаву для себе інформацію [4 МОВ 4–1 .4–4];
описує враження від змісту і форми медіатексту [4 МОВ 4–2 .4–1];
висловлює власні погляди на події, явища, предме-ти, цінності, представлені в простому медіатексті [4 МОВ 4–1 .5–2];
оцінює вплив на власне сприйняття окремих елементів медіатексту [4 МОВ 4–1 .5–3];
пояснює, чи змінилося під впливом медіатексту власне уявлення або думки про предмет повідом-лення і як саме [4 МОВ 4–1 .5–4];
створює прості аудіальні



медіапродукти (презентує роботу групи, робить оголошення зі сцени, повідомляє новини через гучномовець тощо) самостійно та в [4 МОВ 4–1 .7–1];

створює прості візуальні медіапродукти (фото, листівка, комікс, книжечка, стіннівка, колаж тощо) самостійно та в групі, враховує мету й аудиторію [4 МОВ 4–1 .7–2];

створює прості аудіовізуальні медіатексти (відеозапис виступу, вистави, екскурсії, інтерв'ю) з допомогою вчителя / вчительки, враховує мету й аудиторію [4 МОВ 4–1 .7–3];

використовує різні форми презентації простих медіатекстів [4 МОВ 4–3 .1–4] .



Медіа-освіта на уроці

Українська мова та іноземна мова

Центральне місце посідають комунікація і тексти різних типів. У цьому плані доцільно обговорити використання медіаможливостей для обміну та розваг, зокрема на заняттях із мови. Разом із тим важливо, щоб у випадку обміну йшлося не лише про говоріння та сприйняття на слух у прямому особистому контакті чи про письмо в традиційних формах, а й про спілкування з медійною підтримкою, наприклад, через служби обміну миттєвими повідомленнями або мікроблогів, електронну пошту, чат, форуми або занурення у віртуальні середовища. Іншою сферою, де наголос може робитися, зокрема, на заняттях з мови, є аналіз та оцінка особливостей формування медіамеседжів, причому в основі знову ж таки має бути широке поняття тексту. Водночас заняття з мови має бути орієнтованим на не лише сприйняття, а й на продукцію. У цьому плані існують також зв'язки із власним формуванням та розповсюдженням медіаповідомлень.

Мистецтво та музика

Через їхню скерованість переважно на *сприйняття* мистецтва та музики, а також на *продукцію* мистецтва та музики тут можна насамперед сприймати акценти, пов'язані із візуальними, кіно- та аудіомедіа та їх комбінацією. Після аналізу естетичних критеріїв виникає також ставлення до використання медіапропозицій, коли велике значення має якість.

Математика, Інформатика

Пропонують особливий спосіб розгляду питань моделювання стосовно реальності, хоча це також можна зробити міждисциплінарно, наприклад, щодо моделювання в соціальних науках. Далі також цікаво запитати, який вплив має розвиток медіа на розвиток науки та вибрані змісти предметів та їхню подачу і як їх оцінювати.

Я досліджую світ

Підходить для обговорення питань, що стосуються впливу медіа на емоції, уявлення про реальність, поведінкові та ціннісні орієнтації, а також на соціальні контексти.

можливостей для обміну та співпраці, розваг та ігор, а також медіасервісів і способів поводження з регулюванням і контролем медіа.



Медіа-освіта в школі

Окрім впровадження медіаосвіти у шкільних галузях навчання та предметах це може відбуватися на спеціальних шкільних заходах:

Шкільні поїздки та екскурсії

Застосування або поглиблення в окремих галузях завдань, наприклад, шляхом створення медіадокументації для шкільної подорожі чи розвідки у сфері дійсності, для якої існують уявлення, викликані медіа, або шляхом відвідування медіазакладів, наприклад, телерадіомовної чи ІТ-компанії.

Гуртки

Розвивати здібності до формування в певній медіасфері, наприклад, у виробництві газет, аудіоматеріалів чи відеофільмів, а також мультимедійних та інтерактивних продуктів. У гуртках школярі під керівництвом вчителя подеколи можуть також взяти на себе завдання регулярно випускати шкільну газету, радіожурнал чи відео-журнал для школи чи розробляти та/або підтримувати веб-сайт.

Факультатив курси з медіа-освіти.

Це можуть бути курси, в яких удосконалюються навички медіаформування, а також розглядаються подальші медіазнавчі теми.

Портфоліо

Доцільно рекомендувати школярам для розвитку своєї медіаграмотності вести портфоліо щодо заходів. Портфоліо може також містити добірку самостійно створених медіаповідомлень та їх коментування. Залежно від ситуації в школі таке портфоліо також можна зробити обов'язковим.

КУРС «Я У МЕДІАПРОСТОРИ»

Курс «Я у медіапросторі» є базовим для набуття учнями необхідних навичок вмілого та безпечного споживання інформаційних продуктів. Він спрямований на формування розуміння школярами поняття «медіапростір» та позиціонування себе як користувача та створювача медіапродукції.

Реалізація даної програми дає можливість виховати:

- медіаграмотного учня, який може перетворювати інформацію в знання;
- медіакомпетентного члена сучасного соціуму, який здатен не піддаватися медіаагресії та маніпуляціям.

Програма складена із врахуванням санітарно-гігієнічних вимог та відповідаєвіковим розумово-психологічним особливостям учнів початкових класів.

Зміст програми відповідає основному завданню реформи початкової освіти

– розвантаженню дітей. Учні набувають знань без заучування інформації, ведення конспектів, виконання обов'язкових домашніх завдань. Провідні форми роботи на уроках – рольові ігри, практичні вправи, перегляди відео- та прослуховування аудіоматеріалу, обговорення їх змісту, екскурсії, робота з сучасними гаджетами тощо. «Осучаснення» уроку робить його цікавим для дітей, не викликає стресового навантаження, замість негативних емоцій дає позитивні. Сформовані навички роботи з інформацією та її джерелами допоможуть учням знизити перевантаження і під час засвоєння знань з інших навчальних предметів (природознавство, читання, основи здоров'я тощо)

Курс «Я у медіапросторі» передбачає навчання дітей молодшого шкільного віку протягом 3-х років. Рекомендовано розпочати його впровадження з 2-го класу, але за вибором школи початок та закінчення навчання можна коригувати.

Дана програма – перша частина трирічного курсу. Вона розрахована на 35 годин (1 година на тиждень). Чітко сформовані модулі дозволяють учителю ущільнити, за необхідністю, теми, якщо навчальний план передбачає 0,5 години.

Модулі курсу 2-го року вивчення залишаються такими ж, але мають розширений зміст і більшу кількість практичних вправ. 3-ий рік навчання передбачає додаткові модулі, які спрямовані на формування новинної грамотності.

Мета курсу «Я у медіапросторі»:

- формування медіаграмотності молодшого школяра засобами медіаосвіти;
- навчання дитини спілкуванню із ЗМК в процесі соціалізації;
- захист дітей від потенційно шкідливих ефектів медіа і виховання такого споживача медіа, котрий міг би ефективно задовольняти свої інтереси, використовуючи ЗМК;
- вироблення вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе і спілкуватися за допомогою медіазасобів, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відрізнити реальність від її віртуальної симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують.;
- розвиток навичок: шукати, осмислювати, опрацьовувати, аргументувати, адаптувати, формувати, здобувати та використовувати інформацію з різних джерел; користування різноманітною довідковою літературою;
- виховання бажання збагачувати словник, добре володіти усним та писемним мовленням, адекватно ставитись до критики, бути культурним та етичним медіаспоживачем.

Завдання курсу «Я у медіапросторі»:

- ознайомити учнів з основними етапами історії розвитку феномену медіакультури, закономірностями функціонування засобів масової комунікації та технологіями їхнього впливу;
- дослідити з учнями різні види медіатекстів та використані в них медіатехнології, стимулювати розвиток критичного мислення та свідомого ставлення до медіапродукції загалом;
- формувати практичні вміння: пошук необхідної та відсторонення від непотрібної медіаінформації, створення власних медіатекстів;
- стимулювати творчий потенціал учнів як у напрямі створення власних медіатекстів, так і в напрямі творчого сприймання медіатекстів.

Кожний урок включає теоретичну частину для ознайомлення з темою і практичну роботу, яка передбачає набуття учнями певних навичок.

Кожний модуль закінчується уроком-практикумом, що є важливою складовою формування вмінь створювати власні медіатексти, дотримуючись при цьому вимог якості та коректності. Теми уроків, зміст та опис вмінь і навичок учнів розраховані як на вчителів, які пройшли навчання з медіаграмотності, так і на тих, хто займається самоосвітою з даного питання.

<p>Програма курсу для 1-го року навчання складається з 8 модулів, 2 з яких поділено на окремі розділи:</p> <p>Модуль 1. СВІТ МЕДІА - СВІТ ІНФОРМАЦІЇ Модуль 2. ВІЗУАЛЬНІ МЕДІА Розділ 2.1. ПЕРЕДАЧА ІНФОРМАЦІЇ ЧЕРЕЗ ТЕКСТ Розділ 2.2. ПЕРЕДАЧА ІНФОРМАЦІЇ ЧЕРЕЗ ФОТОГРАФІЮ Розділ 2.3. ПЕРЕДАЧА ІНФОРМАЦІЇ ЧЕРЕЗ МАЛЮНОК Модуль 3. АУДІАЛЬНІ МЕДІА Модуль 4. АУДІОВІЗУАЛЬНІ МЕДІА Розділ 4.1. ТЕЛЕБАЧЕННЯ – ДЖЕРЕЛО АУДІОВІЗУАЛЬНОЇ ІНФОРМАЦІЇ Розділ 4.2. МИСТЕЦТВО КІНЕМАТОГРАФУ Модуль 5. ІНТЕРНЕТ – СУЧАСНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР Модуль 6. РЕКЛАМА В ЖИТТІ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ Модуль 7. ЗАХИСТ ПРАВ ЛЮДИНИ В СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ Модуль 8. КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ – УМОВА МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ</p>	<p>Програма курсу для 2-го року навчання складається з 6 модулів, 2 з яких поділено на окремі розділи:</p> <p>Модуль 1. МЕДІЙНИЙ ПРОСТІР: ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ Модуль 2. ВІЗУАЛЬНІ МЕДІА Розділ 2.1. ПЕРЕДАЧА ІНФОРМАЦІЇ ЧЕРЕЗ ТЕКСТ Розділ 2.2. ПЕРЕДАЧА ІНФОРМАЦІЇ ЧЕРЕЗ ЗОБРАЖЕННЯ Модуль 3. АУДІАЛЬНІ МЕДІА Модуль 4. АУДІОВІЗУАЛЬНІ МЕДІА Розділ 4.1. МЕДІАПРОДУКТИ СУЧАСНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ Розділ 4.2. МИСТЕЦТВО КІНЕМАТОГРАФУ ТА АНІМАЦІЇ Модуль 5. ІНТЕРНЕТ МЕРЕЖА – СУЧАСНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР. ЗАХИСТ ПРАВ ЛЮДИНИ В СУЧАСНОМУ МЕДІАПРОСТОРІ Модуль 6. РЕКЛАМА В ЖИТТІ СУЧАСНОЇ ЛЮДИНИ</p>	<p>Програма курсу для 3-го року навчання складається з 5 модулів:</p> <p>Модуль 1. ОРІЄНТАЦІЯ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ Модуль 2. НОВИННА ГРАМОТНІСТЬ Модуль 3. БЕЗПЕЧНИЙ МЕДІАПРОСТІР Модуль 4. КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ ДЛЯ ОРІЄНТУВАННЯ В МЕДІАПРОСТОРІ Модуль 5. МЕДІАКОМПЕТЕНТНОСТІ МОЛОДШОГО ШКОЛЯРА</p>
---	---	--

НАВЧАЛЬНІ ПРОГРАМИ

Вступ до новинної грамотності [Електронний ресурс] : навчальна програма з інтегрованого мистецтва слова і журналістики для учнів середньої школи. – Режим доступу: <http://aup.com.ua/books/hf>.

Навчальні програми з основ медіаграмотності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.etnolog.org.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=254.

Програма спеціального медіаосвітнього курсу для старшокласників ЗОШ «Медіакультура» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://leader.ciit.zp.ua/files/menu_r2/media/prog_media1.doc.

Навчальна програма «Медіаграмота в педагогічних училищах і коледжах» для студентів, які здобувають неповну вищу освіту на основі базової та повної загальної середньої освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.aup.com.ua/ml/Prog_kolleg.pdf.

Навчальна програма «Медіаграмотність у запитаннях та відповідях» для науково-педагогічних, педагогічних працівників, студентів вищих навчальних закладів та осіб, які прагнуть взаєморозуміння з медіа [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://aup.com.ua/uploads/prall.pdf>.

Навчальна програма «Медіаосвіта (медіаграмотність)» (для слухачів курсів підвищення кваліфікації педагогічних і науково-педагогічних працівників) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.aup.com.ua/uploads/programm.pdf>.
<http://www.slideshare.net/medialiteracy/programm-26754060>.

Навчальна програма «Сходинки до медіаграмотності» для загальноосвітніх навчальних закладів 2-4 класів із навчанням українською мовою, а також російською та іншими мовами національних меншин [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.aup.com.ua/ml/progr_2_4.pdf.

Використана література

III розділу

Медіаграмотність в інтегрованому курсі «ЯДС» навчально-методичний посібник / О.П.Мокрогуз / За редакцією В.Ф.Іванова, О.В. Волошенюк. Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2020 36с.

Інтеграція медіаграмотності в навчальний предмет «ЯДС». Навчально-методичний посібник/ Волощенко О., Козак О. Київ: Академія української преси, 2020. 36с.

НОВА УКРАЇНСКА ШКОЛА: методика формування умінь з медіаграмотності на заняттях з предметів мовно-літературної галузі в початковій школі. Навчально-методичний посібник. / І.П.Старигіна / за редакцією О.В. Волошенюк, В.Ф. Іванова – Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2020. 58 с.

Медіаосвіта на заняттях з математики. Навчальне видання /за редакцією О.В. Волошенюк, В.Ф. Іванова. Київ: АУП, ЦВП, 2021. 37с.

Горленко Ганна «Медіаосвіта на заняттях з фінансової грамотності»./Навчальне видання / за редакцією Волошенюк О., Іванова В. АУП, ЦВП, 2021.76с.

Волошенюк О.В., Чорний О.В. «Методика формування умінь з медіаграмотності на заняттях з інтегрованого курсу «Мистецтво» в НУШ. Навчально–методичний посібник./ О.В. Волошенюк, О.В. Чорний. АУП, ЦВП, 2020. 54с.



Українська мова та літературне читання



Робота з ілюстрацією

1) стоп-кадри з фільмів або мультфільмів

учням може бути запропоновано проблемне питання: «Що спільного і відмінного між ілюстрацією та словесним портретом персонажа?»

Діти розглядають та обговорюють:

- 1) кадр з фільму «Аліса в Країні Див» від студії «Дісней» (2010 р.);
- 2) кадр з мультфільму «Аліса в Країні Див» від студії «Дісней» (1951 р.);
- 3) ілюстрацію англійської художниці Мілісент Совербай до книжки «Аліса в Країні Див» (1907 р.).



Розгляд малюнків супроводжується бесідою:

Розгляньте малюнки. Кого на них зображено? Чому ви так думаєте? Чи можна сказати, що зображено одного й того ж персонажа? Чому? Що об'єднує всі ці малюнки?

(Зображення дівчини в блакитному платті, світле волосся дівчини, білий кролик, у кролика є годинник та ін.)

Яке зображення, на ваш погляд, найвдаліше описує Алісу і кролика? Що може, а чого не може зобразити художник на ілюстрації до казки?

Перегляд трейлера до фільму «Аліса в Країні Див» дасть змогу обговорити, якими зображені інші персонажі у фільмі:

<https://www.youtube.com/watch?v=IGWhY9oeiJc>

2) сприйняття рекламної листівки

учням пропонується попрацювати з рекламною листівкою до мультфільму «Карлсон, який живе на даху». Учні розглядають рекламну листівку, читають текст, а потім обговорюють з учителем такі питання:

- Що рекламується? Про який мультфільм ідеться? («Карлсон, який живе на даху».)
- Як ви дізналися, що йдеться сам про мультфільм, а не про книжку? (Написано: жанр – мультфільм; також вказано режисера.)
- Яку ще інформацію про мультфільм ви дізналися з цієї листівки?
- Для чого використано фрагмент мультфільму? (Щоб зацікавити, викликати симпатію до персонажів.)
- Що ви дізналися з цього тесту про Малюка? Що означає слово малюк? (Мала дитина.) Як видумаєте, чому це слово написано з великої літери?
- А що ви дізналися про Карлсона?
- Чому нічого не розказано пригоди, які відбуваються в мультфільмі?

Карлсон, який живе на даху

Жанр: мультфільм

Режисер: Вібеке Ідсое

Країна: Швеція – Норвегія

Рік: 2002

Семирічний мрійник Малюк почувається самотнім. Адже в нього зовсім нема друзів. І ось в один прекрасний день у розчинене вікно влітає «чарів-

ний та в міру вгодований у самому розквіті сил» із маленьким пропелером на спині та представляється «найкращим у світі Кар-л-с-соном». Малюкові дуже весело з новим другом, хочай дістається за його витівки. Але батьки, старший брат та сестра впевнені, що Малюк простовигадує всі ці історії про Карлсона. Як покарання, Малюка залишають вдома та приставляють до нього доморядницю фрекен Бок. І як тільки смачний обід готовий, Карлсон не примушуєна себе чекати...



Аналіз змісту та елементів форми роботи в медіатекстах

1) обговорення теми та ідеї, мети створення та цільової аудиторії рекламних відеороликів комерційного соціального спрямування;

Ви вже знаєте, що нам часто трапляється реклама у вигляді відеороликів, щоб зацікавити нас чимось. Зараз ми подивимося рекламу і з'ясуємо, для кого і з якою метою вона зроблена (нам щось хочуть продати, чи пропонують скористатися якоюсь послугою, чи від нас очікують якихось дій)»:

<https://www.youtube.com/watch?v=isPm79xTzM4>.

- Що рекламують? (*Спортивну форму для баскетболістів.*)
- Для кого зроблена ця реклама? (*Для спортсменів.*)
- Чи впізнав хто-небудь мелодію, яку відбивають м'ячами спортсмени? (*«Щедрик» Миколи Ле-онтовича*). Послухайте, щоб впевнитися:
<https://www.youtube.com/watch?v=bm2DgCP58Qk>.
- Як ви думаєте, для чого зробили цю рекламу саме з мелодією «Щедрика», а не з якоюсь іншою? (*Це поздоровлення з Різдом від магазину спортивного одягу.*)
- Це комерційна чи соціальна реклама? (*Комерційна.*)
<https://www.youtube.com/watch?v=N8E2ZgHquS8>.
- Про що це відео? (*про неприпустимість вирубаня лісів.*)
- Хто запам'ятав речення? (*Знайомий звук? А біль? Згадай, завдяки чому ти дихаєш. І подумай про майбутнє.*)
- Для кого створено це відео? (*І для дорослих, і для дітей.*)
- Чи пропонують нам щось купити? (*Ні.*)
- Для чого використана музика? Які почуття підсилює вона на початку відеоролика? (*Радість від краси природи, задоволення від милування її красою.*)
- А які почуття в другій частині ролика? (*Тривога.*)
- До яких дій спонукає нас ця реклама? (*Цікавитися, для чого ведеться вирубка; не брати само-му участь у недозволеній вирубці*)
- Це комерційна чи соціальна реклама? (*Соціальна.*)

2) перегляд мультфільмів

а) переглянути уважно короткий мультфільм про український літак «Мрія» і дати відповідь на питання (які заздалегідь записує на дошці):

<https://www.youtube.com/watch?v=tWwzx06-uJc>.

- Який цей літак завдовжки? Який цей літак завширшки?
 - Скільки він може перевезти слонів?
 - Скільки він може перевезти кашалотів?
- Після перегляду мультфільму та обговорення правильності відповідей учитель повертає увагу учнів до елементів форми медіатексту:
- Як у мультфільмі показано, який завдовжки та завширшки літак?
 - Як у мультфільмі показано, скільки слонів та кашалотів може перевезти літак «Мрія»?

б) перегляду мультфільму «Горщик-Смі- хотун»:

https://www.youtube.com/watch?v=8IG9rS_yfnY.

Після перегляду вчитель запитує учнів:

- Чи зрозуміли ви, що відбувається у фільмі? Адже жоден герой не вимовив ані слова?
- Хто промовляв замість персонажів?
- Які емоції відчували ви, коли звучав звук?

Звук – це повноцінний співавтор у творенні характерів персонажів. І саме цей мультфільм дає можливість відкрити з учнями роль звуку в мультфільмі

3) перегляд відеозапису виразного читання вірша

переглянути відео, на якому Софія Забаріна, декламує вірш Анатолія Качана «Гойдалка біля Дунаю»:

https://www.youtube.com/watch?v=Uon_IGtEBBQ.

Після перегляду учні, використовуючи подані критерії, оцінюють декламування і порівнюють власні оцінки, щоб обговорити, що саме сподобалось у манері декламування Софії.

- швидко
- повільно
- емоційно
- неемоційно
- голосно
- тихо
- робить паузи
- не робить пауз
- активно використовує жести
- жести не використовує

Як було продекламовано
вірш?

Створення ілюстрацій до художнього твору, комп'ютерної гри

1) опрацювання уривку (самотійно)

Після читання з казки Івана Андрусяка «Третій сніг», учитель може після читання й первинного обговорення тексту зініціювати створення ілюстрацій. Працюючи над ілюстраціями, учні можуть поміркувати над такими питаннями:

- Яким ви уявляєте собі їжачка та його хатку?
- Які в хатці меблі?
- Які книжки на полицях?
- Де зберігаються ліки, які він п'є під час застуди?

2) опрацювання уривку (в групі)

- Обговоріть, які ілюстрації, на вашу думку, слід помістити в книжку з віршем Анатолія Качана «Після бурі».
- Домовтеся, як ви будете спільно працювати над ілюстраціями.
- Створіть 4-5 ілюстрацій до вірша.
- Представте свої ілюстрації глядачам, зачитуючи уривки вірша, які ви проілюстрували.

3) створення ілюстрації до комп'ютерної гри

- прочитати й обговорити вірш Сашка Дерманського «Кого беруть у космонавти»
- перейти до прогнозування того, якою може бути комп'ютерна гра на його основі.
- Можна скористатися ресурсом онлайн-ігор про космос: <http://www.game-game.com.ua/uk/tags/393/> щоб розширити уявлення учнів про те, які існують ігри про космос, чого можна навчитися, граючи в такі ігри.
- Учні об'єднуються в пари, обговорюють власні ідеї та створюють спільну ілюстрацію до такої гри.

Створення коміксу

1) Завдання «Комікси-мальовані історії»

Вчитель пропонує учням переглянути кілька журналів з коміксами

- В чому основна різниця між книжкою з ілюстраціями і коміксом?

Діти доходять висновку, що при ілюструванні книги багато тексту і трохи малюнків, а в коміксах навпаки – багато малюнків і трохи тексту.

Можна переглянути електронний варіант коміксів:

- «Кому дякувати?» <https://jmil.com.ua/2018-1/movie>
- «Голос сумління» <https://jmil.com.ua/2018-5/movie>

Вчитель просить розказати про свої улюблені комікси та їх героїв.

За допомогою вчителя діти роблять висновок:

Комікс — послідовність малюнків, зазвичай з короткими текстами, які створюють певну зв'язну розповідь.

Тексти, зазвичай, мають специфічну форму «мовної бульки» («мовної хмарки», «мовного димка», виноска; англ. speech balloon), яка передає мову чи думку (мисль) персонажу, заголовків і титрів.

Три найбільш поширених виноска (зверху вниз: мова, думки, крик).



2) Створюємо комікс

Вчитель пропонує учням об'єднатися в групи. Кожна група отримує роздрукований варіант коміксу (сюжетних малюнків), в яких не зроблено відповідні надписи. Учні складають за малюнками історію, додають в «словесних бульбашках» відповідні репліки, вигуки. Створені історії кожна група презентує однокласникам.

<https://jmil.com.ua/rubrics/movie>

Передплатний індекс журналу — 40295

ДЖМІЛ





Наприклад, дитячий журнал «Джміль» пропонує історію «Як лежить багато, чи можна трохи взяти?» <https://jmil.com.ua/2017-8/movie>
Ще один варіант – знайти шаблони.

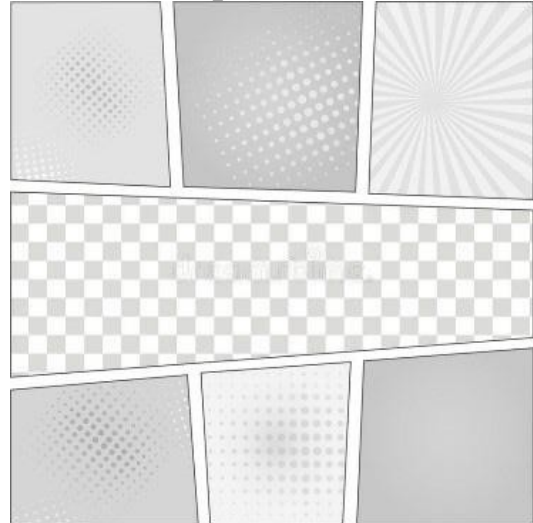
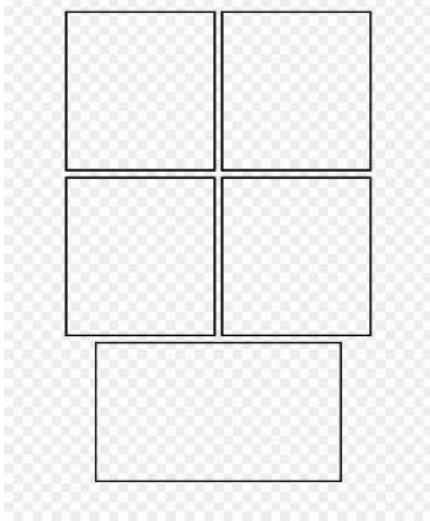
6 причин, чому дитині потрібні комікси:

1. Комікси виконують важливу соціальну функцію – в їх сюжетах висвітлюється боротьба зі злом, толерантність до інших, рятувальна місія супергероїв тощо.
2. Комікси – це зручне поле для випробовування творчих здібностей – ті діти, які не навчились ще гарно малювати і писати твори, можуть без остраху братися за комікси.
3. Комікси є прикладом мистецтва на межі різних медіа - вони поєднують прозу, живопис, графіку та кінотехніку, а значить мають перспективу до залучення більшої кількості прихильників.
4. Комікси бувають дуже різними за стилістикою та тематикою - тож кожен у них знайде щось своє.
5. Комікси моделюють різні варіанти майбутнього - дає дітям шанс уникнути помилок.
6. Під «соусом легкого сюжету» та яскравих пригод комікси часто просувають складні ідеї, потужну філософію, класичні літературні сюжети й навіть наукові інновації.

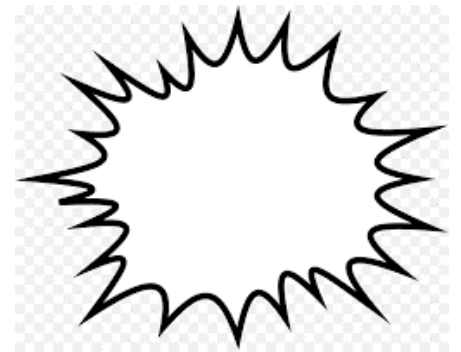
Якщо діти готові до створення власних коміксів, необхідно спочатку скласти план роботи.

1. Придумайте персонажів (небагато – 2-3).
2. Продумайте їх характер, визначте позитивних та негативних героїв.
3. Уявіть, як вони будуть виглядати (малювати схематично, чорно-білому)
4. Продумайте невеличкий сюжет (що задумали робити герої, як вони це зробили, хто і чому потрапив в халепу, чим закінчилась історія, який висновок для себе зробили герої).

5. Вирішіть, скільки «кадрів» потрібно для малювання цієї історії (небагато – 4-6). Оберіть пустий шаблон, або створіть власний.



1. Вирішіть, які сюжетні моменти ви покажете малюнком, а що напишете невеличким текстом в «словесних бульбашках».
2. Придумайте короткі, лаконічні фрази, репліки для героїв.
3. Подумайте, як будуть виглядати «словесні бульбашки», які підходять для вигуків, які для думок, які для слів.



1. Напалюйте сюжетні картинки і напишіть репліки героїв.
2. Презентуйте свій комікс друзям, однокласникам, батькам.

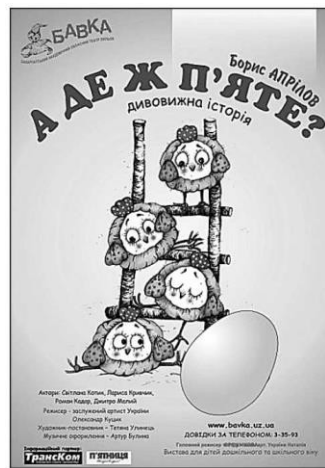
Створення медіапродукту з візуальними елементами

1) Театральна афіша, кіноафіша (фрагмент уроку) Вчитель: Шрамко Л.М. 3 клас

Працюймо у групах. Кожна група отримає ілюстрацію театральної афіші. Проаналізуйте її.

Куди запрошує, або про що інформує афіша, яку ви бачите на зображенні?

3. Виступ кожної групи.



V. Самостійна практична робота учнів.

▼ *Поміркуймо:* чим відрізняються літери, шрифт на афіші від шрифтів у підручниках, дитячих книжках?

- Зображення і текст на афішах мають бути видними ще здалеку, щоб привертати увагу. Тому краще, коли зображення яскраве, а текст стислий, але чіткий, яскравий.

1. Творче завдання

- Уявіть себе художниками, які створюють афіші для вистави. Виконайте ескіз афіші до однієї з театральних казок: «Колобок», «Дюймовочка», «Троє поросят».

2. Фронтальна бесіда.

▼ До якої вистави ви створюватимете театральну афішу?

▼ Що буде головним у вашій афіші?

▼ Який шрифт ви доберете? Чому?

▼ Які кольори переважатимуть на афіші? Чому?

3. Пояснення послідовності малювання ескізу афіші до улюбленої вистави.

4. Практична робота учнів.

VI. Підсумок уроку. Виставка робіт учнів.

- Продемонструйте свої роботи.

VII. Рефлексія «Загадкові листи».

2) Створення рекламної листівки (групова робота)

Кожного дня до нас надходять багато повідомлень. Вони мають різні цілі, зміст і форму. Ви повинні знати, які з них були створені, щоб дати нам деякі знання, корисну інформацію, і які є рекламою товарів або послуг.

Розподіліть учнів на чотири групи. Запропонуйте кожній з них створити плакат.. Розподілити необхідні матеріали. Підкресліть, що плакати мають бути дуже барвистими, але також розбірливими, щоб ви могли чітко бачити, що на них.

Надайте всім слогани, які мають бути зображені на плакатах. Прочитайте їх кожній групі, якщо це необхідно. Скажіть, що плакати можуть бути подавати малюнки, наклейки, зображення, які ілюструють даний слоган.

Група 1. Пийте газований напій «Живчик», і у вас будуть найкращі красиві посмішки.

Група 2. Шоколад «Кіндер» такий ніжний, як мамина ласка для дітей.

Група 3. Коли ти з'їдаєш забагато шоколаду, то я дуже хворію потім. Твій животик.

Група 4. Кожен день я псую твої маленькі маленькі зубки, тому що не люблю коли вони здорові і білі. Просто Живчик.

Попросіть кожну групу представити свій плакат і повісити його у видимій частині, щоб плакати груп I та III, а також плакати груп II та IV висіти поруч.

Запитайте:

- Про що ми дізнаємося з цих плакатів.
- Вони надихають нас?
- Яка інформація викликає сумніви учасників і чому?
- Що вони змінили б?

Коли учасники звертають увагу на суперечливу та неправдиву інформацію, що з'являється на плакатах, зверніть увагу, що не кожне оголошення можна сприймати як правду, варто дотримуватися принципу обмеженої довіри, а не вірити в все, що показують.

3) Створення посту в соціальній мережі

- Чи знаєте ви, що таке соціальна мережа? (Сучасне середовище спілкування в інтернеті.)
- Чи чули ви від батьків, якими соціальними мережами вони користуються? (Найпопулярніші – фейсбук, твітер тощо.)
- У соціальних мережах, крім спілкування із друзями та знайомими, можна знайти дуже багато найрізноманітнішої корисної інформації. Що, на вашу думку, потрібно зробити, щоб інформацію, яку ви розміщуєте в інтернеті, будь-яке повідомлення, яким ви хочете викликати потрібну вам реакцію, досягло своєї мети?

Уявіть що в школі є соціальна мережа!

Учні можуть спробувати написати пост для розміщення в даній соц мережі.

Правила написання посту в соціальній мережі:

Завдання першого рядка полягає в тому, щоб захопити увагу читача.

Завдання кожного абзацу полягає в тому, щоб утримати читача до наступного.

Абзаци повинні бути короткими, їх потрібно писати так, щоб читач міг зрозуміти зміст тексту, навіть якщо пропустив попередній абзац.

Ще одне просте правило: тексти повинні бути грамотними. Будь-яка пропущена або зайва кома може заплутати читача і «злякати».

Текст посту можна підкріпити картинкою, це зробить його помітнішим серед інших новин

У межах створення візуальних медіа продуктів можна запропонувати *фотопроєкт* «5 днів фотопригод». День : 1. Світлина, яка розповідає, що вам подобається.

2. Світлина людини, яку ви любите.
3. Світлина з пейзажем.
4. Світлина, яка показує емоції
5. Світлина вашого улюбленого місця

4) Написання повідомлення

Есемес з використанням емотиконів теж можна розглядати як візуальний медіапродукт.

Учням можна запропонувати написати повідомлення (до 20 слів) будь-якій людині, за якою кожний з них скучив (це можуть бути рідні, знайомі, друзі).

Слова та сполучення слів *скучив/скучила, буду радий/рада побачити, обіймаю* та інші бажано супроводжувати додаванням смайлів (емотиконів). Потім учні використовують електронну пошту або інший канал зв'язку для передання свого повідомлення

← 4a_classssss

Стежити Повідомлення

← always_a_favorite_class

ШКОЛА
У
ЗНАМКА
СІЛЬКИ
ТИМ
НЕ
ВІЗЯТИ

502 37 77
Дописи Читачі Відстежу...

3-Б клас
Школа I-III ступенів #151 міста Києва

Стежити Повідомлення

11 вподобань

4a_classssss Закріплюємо знання про прикметник 😊

Цікаво, повчально та весело проводимо час на уроках української мови

25 січня

Ознайомлення з видами телевізійних програм

Телебачення – загальний термін, що охоплює всі аспекти технології та практичної діяльності, пов'язаних з безпроводним передаванням рухомих зображень зі звуковим супроводом у реальному часі на далекі відстані.

1) Сюжет про «Парк Динозаврів»

<https://tsn.ua/video/video-novini/miy-putivnik-opolske-vojevodstvo-batkivschina-dinozavriv-ta-naugarnishi-palaci-polschi.html>.

- Про що розповідається в цьому відеозаписі?
- Як ви думаєте, з якою метою ця розповідь внесена в ранкову новинну передачу? (*Реклама подорожі; пізнавальна інформація.*)
- Як ви думаєте, чому я дібрала саме цей уривок для нашого заняття?
- Що повідомили про тиранозаврів у цьому відеофрагменті? Чи збігається це з тим, що ми дізналися про тиранозавра Оленку у вірші Олесі Мамчич «Про тиранозаврів та їжу»? Як ставитися до таких суперечливих фактів?

2) «Як озвучують мультфільми»

https://www.youtube.com/watch?v=vaOd_cmNMw8.

- Як ви думаєте, з якою метою ця розповідь внесена в ранкову новинну передачу? (*Пізнавальна інформація.*)
- Що таке дублювання? (*Озвучення відеопродукції (фільмів, серіалів, відеоігор тощо) іншою мовою.*)
- Як актори тренують своє вміння говорити різними голосами?

3) Новинний канал «Україна-світові»

За мотивами книжки Сашка Дерманського був знятий мультфільм. Перегляньте анонс мультфільму «Чудове чудовисько» на новинному каналі «UATV Channel» (Україна – світові) і спробуйте створити короткі нотатки – на стікерах, занотувати коротко найголовнішу (на вашу думку) інформацію, яка стосується виходу мультфільму:

<https://www.youtube.com/watch?v=jDZC3XCGHdc>

4) Радіо

Цікаві для такого знайомства не лише радіовистави, але й волонтерський проєкт для дітей з вадами зору «Книги, що говорять. Вір в Україну»:

<https://www.youtube.com/channel/UC92LrokNWqvnH3YTVWkIquA/about>.



Вір в Україну

5) Дитячий веб-сайт

прочитати текст, який ілюструвати за допомогою відкритої сторінки сайту : <https://kids.nationalgeographic.com/>.

Анімація як медіатекст (уривок заняття)

Під час заняття діти спробують створити власноруч короткий анімаційний фільм. На початку вони створюють кожен кадр, після чого "історію" зафільмує лектор. Попросіть дітей назвати анімаційні фільми, які вони дивилися вдома, в дитячому садочку деінде.

А) Малюємо анімафільм

Об'єднайте дітей в чотири групи за різними столами. Дайте кожній картку А 5 з колом посередині, яке ви вже намалювали. На першому столі діти малюють на кожному аркушеві два промінчики, на другому – п'ять, на третьому – багато-багато променів. А на четвертому столі малюють лише сумні або щасливі обличчя. Вкінці вчитель закріплює всі малюнки за допомогою скотчу. Потім з'єднує всі картинки разом у комп'ютерній програмі (Photoshop), щоб отримати фінальне відео.

Учитель пояснює, що кожен намалював свій кадр – нерухоме зображення, що містить якусь інформацію – кількість промінчиків чи обличчя. Кожен анімафільм складається кадриків, як будинок з цеглинок.

Б) «Тихіше, голосніше»

Учитель разом з дітьми створює музику до фільму. З цією метою діти видають звуки, знайомі їм з природного середовища, наприклад, вітру (ш-ш-ш-ш), собаки (гав-гав), ворони (кар-кар). Усі разом уявляють, як зустрічають сонце різні тварини.

□ У цій справі важливо, щоб діти не кричали одне на одного, а звертали увагу саме на динаміку (голосніше, спокійніше), на що вказує вчитель, регулюючи поведінку учнів піднятими чи опущеними руками.

Анімафільм, який продумали і створили десятилітні учениці Зеленодольської ЗШ № 1 ст. Дніпропетровської області Антонова Валерія та Орехова Альбіна. Цей фільм намальовано в традиції петриківського розпису.

<https://www.youtube.com/watch?v=nT6zzVjRALM&feature=youtu.be>

А ось ще один зразок анімафільму, який створили харківські третьокласники під керівництвом вчительки Валерії Василівни Голощапової – пластилінова анімація

https://drive.google.com/file/d/0B_edL3iAHnAqGazFPeVJaWjUxNzQ/view

Створюємо аудіокнигу (уривок заняття)

а) «Читати не можна слухати»

Учитель пропонує учням порівняти два формати книжки: друкований та аудіозапис. Для цього запрошує учнів закінчити речення: «Мені більше подобається друкована книга / аудіо книга, тому що ...».

Можна запропонувати школярам скористатися фразами з дошки або скласти свій варіант:

- розвивається навичка читання, дуже важлива в усіх галузях життя;
- можна виконувати буденну роботу і слухати книгу;
- не напружуються очі;
- додаєш текстові власної інтонації, власного забарвлення;
- можна перечитати фрагмент, який сподобався або незрозумілий;
- можна слухати під час руху;
- взяти в дорогу, вона не займає багато місця;
- розвиває пам'ять, концентрує увагу;
- запах книжки, дотик до неї спонукає до читання;
- можна скачати з безплатного інтернет ресурсу;
- має ілюстрації;
- можна зібрати бібліотеку;

Учитель підводить дітей до висновку, що кожен формат книжки – і друкований, і аудіозапис – мають право на існування. Треба подумати, який варіант доречніший в певній ситуації.

б) «Створюємо аудіокнигу»

Дати учням можливість прослухати кілька уривків з аудіокниги, що записали професіонали:

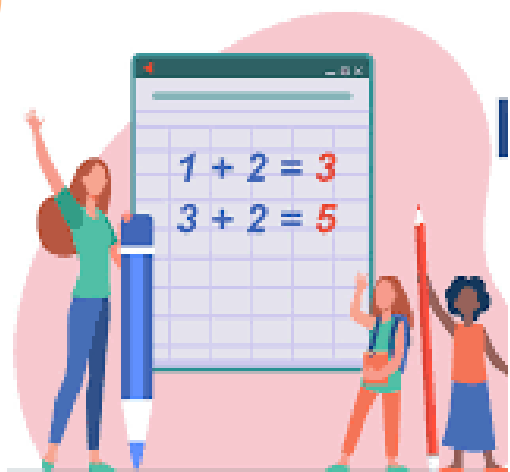
<https://pustunchik.ua/ua/audio/audioknygi-dlia-detei>;

<https://www.svitkazok.in.ua/>;

<https://derevo-kazok.org/audio-tales/>;

Після прослуховування інтерактивне спілкування:

- Чи сподобалося вам звучання?
- Скільки читців озвучували книгу?
- А скільки було героїв в оповіданні, казці?
- Як вдалося одній людині голосом зобразити кількох героїв?
- Навіщо використано музичні заставки?
- Чи однакова в різних епізодах музика? Чому? Як можна нам досягти такого рівня виразного читання?
- Що будемо робити, якщо з першого разу вам не сподобається ваш власний запис?



Математика (фінансова грамотність)



а) створення задач на основі публікацій місцевих газет;

Проаналізувати одне число однієї місцевої газети. Знайти в місцевих газетах приклади інформаційного, аналітичного та художньо-публіцистичного жанрів і рекламу.

Скласти таблицю жанрів і рекламних оголошень.

Прокоментувати співвідношення: як ви думаєте, чому саме так організована газета?

Інформаційні статті	Аналітичні статті	Художньо-публіцистичні статті	Рекламні статті
---------------------	-------------------	-------------------------------	-----------------

б) використання відеосюжетів «Цікава математика»

«Бути математиком — це не просто розв’язувати числові задачі й виводити алгебраїчні формули. Бути математиком — значить мислити нестандартно, формулювати правильні питання, а головне — піддавати сумнівам припущення, які призводять до лжевисновків. Саме ці завдання і зближують її з медіаосвітою» - Ольга Онищенко.

Наприклад:

- Коли краще всього приїхати до аеропорту, щоб не витратити марно час і при цьому не спізнитися?
- Як працює система знижок у супермаркетах?

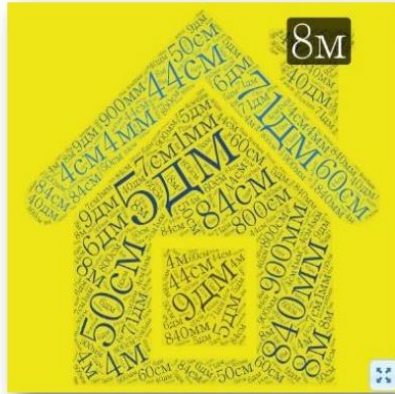
в) інтерактивні комп'ютерні флеш - ігрові вправи

LearningApps.org

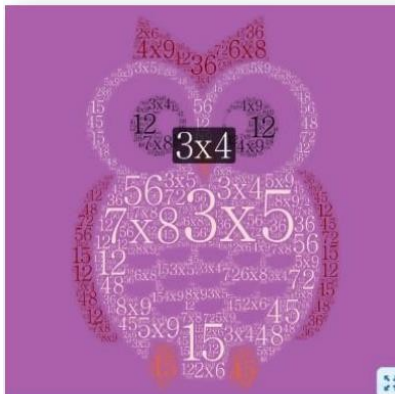
НАПРИКЛАД:



- Знайди однакові іменовані числа (<https://tagul.com/cloud/9>).



- Позмагайся! Хто краще знає таблицю множення (<https://tagul.com/cloud/5>).



ФІНАНСОВА ГРАМОТНІСТЬ для вчителя

<https://myclassroomeconomy.org/>

На цьому сайті багато практичних порад, як вплести різні фінансові теми у звичайні програми для будь-якого шкільного віку. Проте для цього потрібно знати англійську мову.



ЯДС.

Я досліджую світ





Тема: Що таке інформація

Інформація - дані про навколишній світ, які можна зберігати, перетворювати, передавати і використовувати

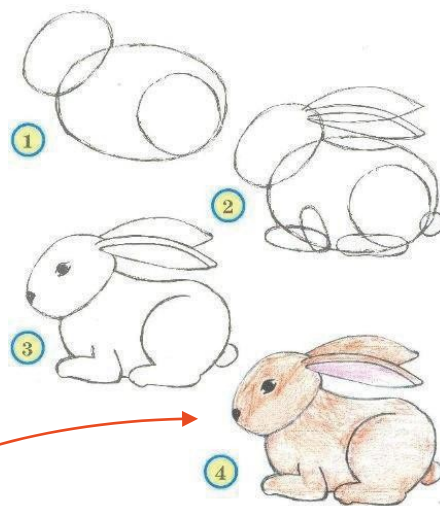
а) Властивості інформації

1. Об'єктивність інформації.
2. Достовірність інформації.
Недостовірною інформація може бути з таких причин:
 - навмисне спотворення (дезінформація) або ненавмисне перекручення;
 - спотворення внаслідок перешкод («зіпсутий телефон») і недостатньо точних засобів фіксації інформації.
3. Повнота інформації.
4. Точність інформації
5. Актуальність інформації
6. Корисність (цінність) інформації.

Завдання:

Розгляньте зображення і дайте відповіді на запитання:

1. Чи достовірний підпис під фотографією, яку надіслали вам з Києва?
«До нас прийшла зима. Ось як тепер у нас: сніг та морози».



2. Для кого буде корисна така інформація на фотографії?
3. Який підпис щодо зображення буде точніший?:
 - 1 підпис: «На фото зображено 5 цуценят».
 - 2 підпис: «На фото зображено багато цуценят».

б) Інформація за призначенням

1. Масова – містить загальну інформацію, зрозумілу більшій кількості людей.
2. Спеціальна – містить специфічний набір інформації, що може бути незрозумілою для більшості людей, але необхідною і зрозумілою в межах вузької групи, де вона використовується.
3. Особиста – відомості, про яку-небудь особистість, що визначає її стан.

Завдання:

Яке зображення відповідає розумінню понять масової, спеціальної, особистої інформації?




в) Поширення інформації

- 1) оприлюднення її у пресі, передання через радіо, телебачення чи з використанням інших масмедіа;
- 2) поширення в інтернеті чи з використанням інших засобів телекомунікаційного зв'язку;
- 3) викладення в характеристиках, заявах, листах, адресованих іншим особам;
- 4) повідомлення в публічних виступах, в електронних мережах, а також в іншій формі хоча б одній особі;
- 5) вивішування (демонстрація) в громадських місцях плакатів, гасел, інших творів;
- б) розповсюдження серед людей листівок.

Завдання:

1. Придумайте назви повідомленням для розміщення в газеті, на телебаченні, радіо.
2. Складіть оголошення, що будуть розміщені біля кінотеатру, на рекламних стендах, на листівках до свята.



Тема: Фейк чи не фейк? як розпізнати?

ФЕЙК



ПЕРЕВІРЬТЕ ДЖЕРЕЛО

- Відвідайте головну сторінку сайту;
- Ознайомтеся з його описом;
- Перегляньте контактну інформацію;
- Оцініть якість сторінки сайту в соцмережі, читайте коментарі.



ПРОАНАЛІЗУЙТЕ СЛОВА

- Чи автор використовував емоційно заряджені слова?
- Сатира, іронія, знецінення?
- Чи не домінують особисті судження автора?



ЦІКАВТЕСЯ ОСОБИСТІСТЮ АВТОРА

- Загугліть ім'я;
- Чи реальна це особистість?
- Ознайомтеся з іншими матеріалами автора, відвідайте його сторінки в соцмережах.



ПЕРЕВІРТЕ УСІ ПОСИЛАННЯ

- Натисніть на лінки в матеріалі;
- Чи правдиві додаткові джерела?
- Чи доповнюють фактами матеріал?



ПЕРЕВІРТЕ ДАТИ

- Чи є вони в матеріалі?
- Чи не застарілі?
- Чи не виправлені?



ЗАПИТАЙТЕ ЕКСПЕРТІВ

- Знайдіть авторитетних експертів
- Прочитайте експертні матеріали
- Порівняйте дані у статті з експертними висновками.



ПОРІВНЯЙТЕ ЗІ СВОЇМИ ДУМКАМИ

- Чи не впливають вони на об'єктивність оцінки;
- Чи не керуєтеся ви упередженнями?



ЧИТАЙТЕ НЕ ЛИШЕ ЗАГОЛОВКИ

- Вчитуйтесь в суть поданої нижче інформації;
- Оминайте сенсаційні заголовки з CAPS LOCK.

Завдання:

Прочитайте новинне повідомлення. Скажіть, чи це фейк?
Аргументуйте своє припущення



Летючі пінгвіни

Час новини: 1 квітня, 25 годин 40 хвилин

Газета «Новини від Гаррі Поттера»

Вчора жителі міста Києва стали свідками незвичного явища. Над містом пролітала зграя пінгвінів. Як бачимо на фото, що зробив випадково зі свого будинку киянин, пінгвіни пролітають над містом. Дивним було те, що це відбулося на початку літа, а не восени. І ще один Зазвичай пінгвіни літають з півночі на південь, але багато людей бачили їх високо в небі, як вони летіли в іншу сторону. Наші журналісти звернулись до працівників Міністерства погоди, щоб вони пояснили це дивне явище. Нам дали відповідь, що вони придумали машину погоди, яка впливає тільки на пінгвінів. І через це вони змінили місце свого проживання і наразі будуть жити під Києвом.



Автор: Невідомий

Кілька ознак цього фейку:

- дата і час;
- назва газети;
- фотографія взята з інших джерел, а не знята з будинку. На фото є напис англійською мовою, який можна перекласти. На фото зображене не місто, а берег океану (моря);
- пінгвіни не літають і живуть в Антарктиді;
- Міністерства погоди немає, а хто сказав про машину погоди – невідомо;
- автор Невідомий, тобто анонім;



Тема: Безпечний інтернет

а) Перегляд анімаційних роликів

«Кібербулінг. Як я перестала/перестав бути жертвою»

Анімаційний ролик «Mr. Nox»:

https://www.youtube.com/watch?time_continue=104&v=KuCuc6jcKUc&feature=emb_logo.

Анімації засновані на реальних історіях учнів, які змогли захиститися від кібербулінгу:

<https://www.youtube.com/watch?v=2GQdfpdfvZA>,

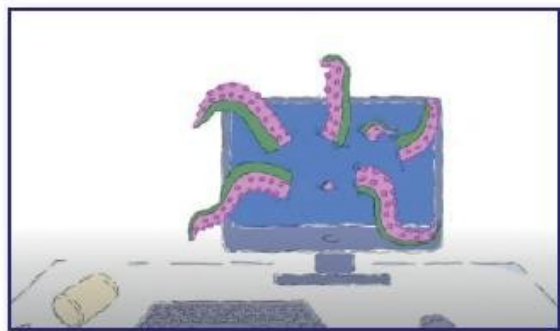
https://www.youtube.com/watch?time_continue=73&v=KHWR4755Gc&feature=emb_logo.

б) Завдання

«Робота із скріншотами»

Дати учням завдання скласти усно власне оповідання «Боротьба з кібербулінгом» По закінченні роботи заслуховуємо декілька розповідей і пропонуємо учням переглянути кліп провести бесіду за запитаннями:

- Чи правильними ви вважаєте дії дівчинки та її мами?
- Які висновки кожен для себе зробив з цього кліпу?



Тема: Авторське право



Авторське право захищає результат людської творчості, воно непорушне, отже, лежить у сфері права інтелектуальної власності і захищається як звичайне право власності.

Завдання:

А) Вчителька попросила учнів створити у вигляді вірша загадку, записати в зошиті й принести наступного разу на заняття. Вона попередила, що якщо хтось не зможе її придумати, то хай знайде в інтернеті й обов'язково напише хто її автор.

Один з учнів приніс загадку **про сонце** у вигляді вірша і сказав, що він сам її склав.

*Впливає з-за гори,
Загляда у всі двори,
Сіє, сіє позолоту,
Всіх скликає на роботу,
Осяває все навкруг
Чарівний червоний круг.*

Але вчителька натрапила на оцю сторінку в інтернеті:
<https://mala.storinka.org/віршовані-загадки-валентина-кириленка.html>.

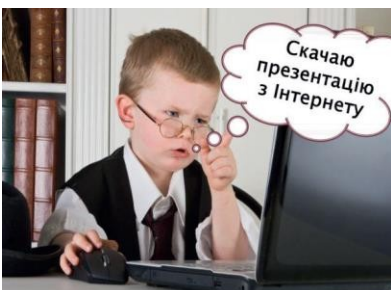


Що забув зробити учень?

Як він може виправити свою помилку?

б) Встановити зв'язок

Учні мають встановити, що на всіх зображеннях зображено порушення авторських прав.





в) Перегляд відеоролику

<https://www.youtube.com/watch?v=YAuh-comFgA>,
<https://ilaw.center/scho-take-avtorske-pravo-pryhody-tymura/>.

По завершенні перегляду поставте запитання:

1. Що таке плагіат?
2. Чому цього не можна робити?
3. Що могло б бути з Тимуром, якби він не послухав друзів, які його попередили про те, що не можна копіювати з інтернету для продажу?
4. Чому з навчальною метою можна демонструвати твори і продукцію інших авторів? (немає комерційної зацікавленості)
5. Що означає знак © на руці? Чому саме на руці він зображений? (авторський знак на людській долоні, яка створює твори)

в) Поєднати

У таблиці подано різноманітні символи, що зображують твори, які охороняє авторське право.

Знайдіть відповідність між символом та текстом, поданим нижче від таблиці. Зважте на те, що на одну текстову тезу може припадати кілька зображень символів.



1. **Література** – романи, оповідання, нариси, вірші, рукописи, статті, програмне забезпечення для комп'ютера та додатки для смартфонів.
2. **Музика** – музичні ноти, мелодії та тексти музичних творів.
3. **Звукозаписи** – компакт-диск та інші записи.
4. **Аудіовізуальні (мультимедійні)** – фільми, телевізійні шоу, онлайн-відео, сценічні вистави, відеоігри та слайд-шоу, пантоміми та хореографія.
5. **Мистецтво** – графіка, образотворче мистецтво, фотографії, карти, схеми та скульптури.



МИСТЕЦТВО



Метод : Постав на паузу

Мета навчання. Учні повинні усвідомлювати, що:

- Кожен елемент візуального зображення має певне значення. Візуальні зображення можна «читати», як і інші тексти.
- Положення елементів у межах зображення, використовувані кольори та освітлення — все може вплинути на інтерпретацію.
- Як відстань до камери (наприклад, великий план, кут камери та те, як вона рухається, впливають на сенс побаченого?
- Як чергування кадрів впливає на сенс?

Опис методики

Використовуйте кнопку паузи, щоб допомогти класові обговорити кожен кадр короткого відео (до 60 с).

Запитайте:

- Що вони можуть бачити коли зображення «заморожені»?
- Які елементи зображення розміщено в кадрі?
- Як впливає освітлення та колір?
- Яка відстань між камерою та предметами? Який кут камери?
- Як рухається камера під час знімання?
- Скільки є кадрів і як вибудовується їх послідовність?

Запитання

- Чому кадр скомпоновано саме так?
- Що змінилася б, якби він був скомпонований по-іншому?
- Чому камера розміщена так?
- Що змінилося б, якби вона була десь в іншому місці?
- Що зміниться, якщо деякі кадри щезнуть?

ЗАВДАННЯ

а) Де розміщена камера в центрі, зверху, знизу?

- Чому кадр скомпоновано саме так?
- Чому камера розміщена так?

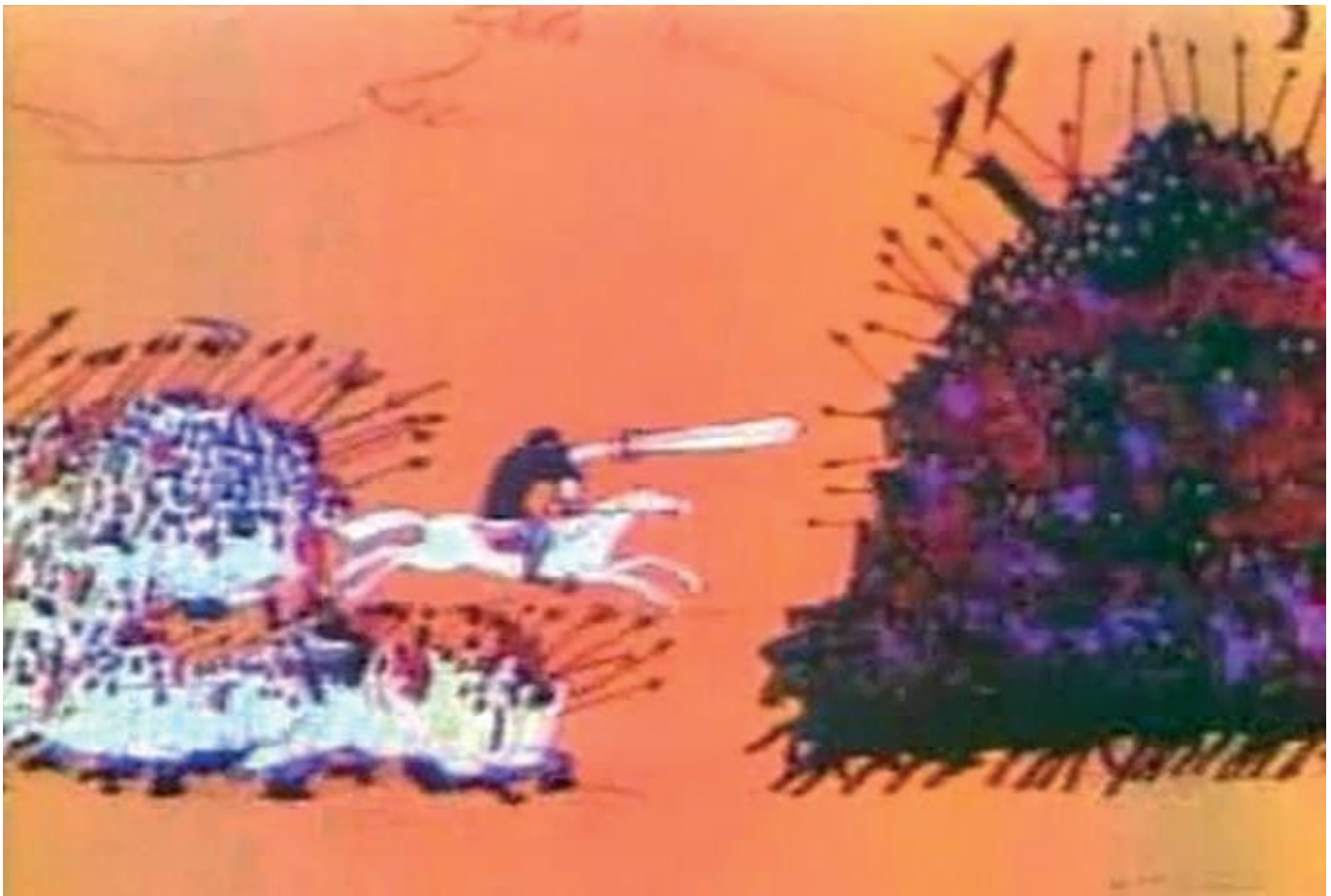


б)Режисер Ніна Василенко у 1965 створила анімаційний фільм«Микита Кожум'яка». Це легенда про киянина, що пробрався крізь печенізьку облогу до князя Святослава і врятував Київ. Поміркуй:

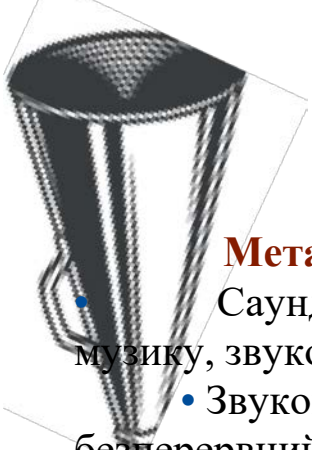


Перед тобою рекламний постер анімафільму. Його мета — підштовхнути до перегляду. - Як ти думаєш, чому автори обрали саме цей епізод?

- Які кольори автори використовують, щоб передати емоції? Чому ці кольори такі промовисті?



Постер мультфільму «Микита Кожум'яка»



Метод : Звук та зображення

Мета навчання: Учні мають усвідомлювати, що:

- Саундтреки рухомих зображень можуть мати чотири елементи: музику, звукові ефекти, голос і тишу.
- Звукові ефекти бувають двох типів: «атмосферний» (тобто безперервний звук) і «точковий ефект» (тобто короткі звуки).
- Звук, а особливо музика, — формує «настрій» кінотексту та служить жанровим ідентифікатором (наприклад, комедії, трилеру).
- Звук часто може краще розкрити значення сцени (епізоду), ніж візуальні зображення.
- Звуки за екраном допомагають створити ефект тривимірного простору.
- Тиша також потужно впливає на сприйняття кадрів.

Опис методики

Закрийте екран і попросіть учнів уважно слухати звук.

- Учні мають визначити, що це, і описати всі звуки, які вони почули.
- Потім вони мають вгадати контент та стиль зображення.
- Покажіть знову відео зі звуком і запросіть до дискусії про те, як звуки та зображення впливають одне на одного.

Запитання

Про музику: • Що це за музика?

- Які візуальні образи вона навіює?

Про звукові ефекти: • Що саме ти чуєш і що за цим може бути?

Про слова: • Що можна довідатися про героїв за тембром їхніх голосів?

Про тишу: • Чому, саме ці кадри супроводжує тиша? Що може трапитися?

Про кінцевий перегляд: • Що звук вносить у кадр?

- Що змінилося б, якби цих елементів не було?

А) МУЗИКА

Перегляньте з учнями анімафільм:

<https://www.youtube.com/watch?v=5DVWia04ELI>

Об'єднайте учнів у пари. Попросіть одного розповісти про музичну тему, яка супроводжує Марусю Богуславку, а другого — про тему, що характеризує Пана турецького і його палац. В обох випадках основою анімафільмів послуговували легенди — народне казкове сказання або оповідання про якісь події чи життя людей.



Б) ШУМИ

Перегляд мультфільму «Горщик-Сміхотун»

- Чи знаєте, що горщики бувають різні? Бувають і такі, що стають не просто героями мультфільмів, а й навіть найголовнішим героями, як наприклад анімафільму «Горщик-Сміхотун»
- Чи ви зрозуміли, що відбувається у фільмі? Адже жоден герой не вимовив ані слова?
- Хто промовляв замість персонажів?

Кадр фільму «Маруся Богуславка»

- Які емоції відчували ви, коли звучав звук?

Перегляд епізодів з метою виявлення ролі звукових ефектів

- Давайте подивимося як за допомогою лише шумів нам показують персонажа

https://www.youtube.com/watch?v=8lG9rS_yfnY (2хв. 08сек — 2 хв.20сек)

- Що нам розповіли шуми про козлика?
- Давайте ще раз переглянемо один із епізодів мультфільму
https://www.youtube.com/watch?v=8lG9rS_yfnY (1хв. 19 сек — 2 хв.05 сек).
- Скільки тут персонажів? (Так чотири: гончар, чоловік і жінка та, звісно горщик.

Б) ДІАЛОГ

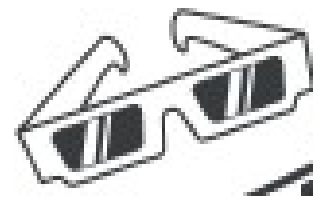
Переглянь мультфільм «Книга-мандрівка. Україна». 5 серія. Чорнобиль. Це не дуже весела історія. Але, це історія, яка відбулася і наслідки якої продовжують впливати на життя українців. Під час перегляду знайти інформацію до другої колонки в таблиці З-Х-Д «Чорнобиль».

Обговоріть:

- Хто головний персонаж мультфільму?
- Які емоції викликає в тебе розповідь ведмедика?
- Як звучання голосу допомагає відчути, що відбулося?
- Хто створює в мультфільмі звукові ефекти?

Уяви себе актором, який озвучує цей мультфільм. Вимкни звук і намагайся читати титри так, мовби ти озвучуєш ведмедика.





Метод : Відстеж кадр

Мета навчання

- Кількість, послідовність та тривалість кадрів у плані розкривають його сенс і створенні в процесі монтажу.
- Час на екрані та «час в історії/сюжеті» зазвичай різняться: монтаж «підкорегує» час для нас.
- Кожен новий кадр вносить нову інформацію або враження: кадри змінюються не просто для утримання уваги глядача.
- Темп і ритм монтажу та їх зміни застосовуються для донесення сенсу.

Опис методики

- Після першого перегляду епізоду учні визначають кількість планів (кадрів).
- Після другого перегляду відзначають кожну зміну кадру, локації та звуків (за необхідності використовуйте кнопку паузи).
- Після третього перегляду вони уважно дивляться, як це створено та чи відбуваються відповідні трансформації звуку. Учні також повинні зафіксувати довжину кожного плану. Можливі подальші дії:
- Створіть розкадрування (сторіборд), де зафіксуйте аналіз планів з таймінгом.

Запитання

- Скільки часу триває план? А скільки часу відбувається сама подія, яку він репрезентує?
- Яку нову інформацію чи враження додає нам кожен план?
- Яку інформацію чи враження додають звукові ефекти?
- Чому саме такий плану змінює інший ? Чому плани саме такі завдовжки?

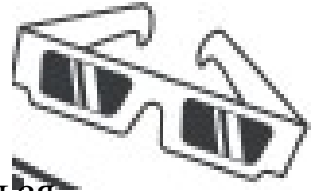


ЗАВДАННЯ

- Перегляньте з учнями мультфільм:

<https://www.youtube.com/watch?v=jI4K9CT2Xr8>.

Поєднай персонажів у тій послідовності, у якій вони зустрічаються ведмедиківі.



1	
2	
3	
4	
5	





Метод : Верх і низ

Мета навчання

- Назва ідентифікує медіатекст та «продає» його аудиторії; відсилаючи чітко до жанру та мети або ж маскує це, для цікавості.
- Інформація про те, хто створив медіатекст, хто це фінансував і хто ним володіє, може попередити вас про те, чиї інтереси він представляє, а чиї інтереси не може представляти.

Опис методики

- Покажіть назву, чи якийсь із фрагментів кінотекстів, для того щоб учні визначили його жанр, передбачили аудиторію, на яку він розрахований, та основний меседж/ «повідомлення», що він поширює.
- Покажіть титри на початку та /в кінці кінотексту і обговоріть питання власності та джерела: хто виробив продукт і яким чином він поширюється.

Запитання

- Це кінофільм чи телепрограма?
- Це факт чи вигадка?
- Для кого це?
- Про що це?
- Хто це зробив?
- Хто ним володіє?
- Чому він створений?
- Які фахівці були залучені до його створення?

ЗАВДАННЯ

- Ви почули назву анімаційного фільму «Як козак щастя шукав»
- Як ви думаєте, про що цей фільм?
- Який його жанр?
- Хто головний герой?
- А які можуть бути ще герої?

Прокоментуйте:

Назва ідентифікує медіатекст та «продає» його аудиторії; відсилаючи чітко до жанру та мети або ж маскує це, щоб викликати цікавість.

Метод : Завоювати аудиторію

Мета навчання

Учні мають усвідомлювати, що:

- Більшість текстів рухомих зображень змагаються за аудиторію на насиченому комерційному ринку.
- Тексти рухомих зображень можна рекламувати в багатьох різних медіа; маркетингові та рекламні стратегії — базові рушії для більшості галузей.
- Більшість виробників і розповсюджувачів — частина більших конгломератів і можуть залучати цілий ряд різних компаній, щоб тідопомагали просувати їхню продукцію.
- Відгуки аудиторії вимірюються та враховуються під час вибудовування майбутніх стратегій виробництва та просування.
- Виробництво рухомих зображень найдорожче і найризикованіше.

Опис методики

У парах або групах учні обговорюють, як текст просувався та розповсюджувався серед аудиторії:

- Наприклад, телевізійні програми, каталоги освітніх ресурсів, відео каталоги, магазини, веб-сайти, фільми, реклама, трейлери, рейтинги телебачення, кінопрокат, інформація, огляди, прес-релізи, новини.
- Групи або пари представляють свої результати (наприклад, презентації, плакати тощо) і наводять висновки.

Запитання

- Які методи використовували для просування цього тексту аудиторії?
- Чому ці методи використовувались, а не інші?
- Хто допоміг просувати цей текст і чому?
- Чи реагували аудиторії так, як планували продюсери?
- Якщо ні, то чому?
- Чи розпалювались навмисне дискусії в масмедіа?





Метод: Перекладаємо

Мета навчання Учні мають усвідомлювати:

- Значення може змінюватися, коли інформація представлена в іншій формі або перенесена на інший носій.

- Будь-які медіа має власну мову та жанри.
- Рухоме зображення більше пасує для деяких видів змістів, тоді як літературний твір більше підходить іншим.

Опис методики

- Учні зіставляють знаково-символьну інформацію з мовною і «перекладають» текст рухомого зображення — наприклад документального фільму, телевізійних новин.
- Реклами, сцени з художнього фільму — мовою друкованих жанрів, як-от публікації в газеті, анотації роману, новели або вірша.
- Учні трансформують друкований текст у форму рухомого зображення (метод розкадрування/ сторібордінгу).

Запитання

- Що можна висловити літературним твором таке, чого не скажеш за посередництва рухомих зображень?
- Що можна висловити рухомими зображеннями таке, чого не напишеш на папері?
- Який засіб, на вашу думку, найкращий для оповідання / інформації / ідеї, яку бажаєте поширити?
- Чи можливий повний «переклад» /перенесення з одного середовища в інше?

Метод: Порівняй медіа



Мета навчання

Учні мають усвідомлювати:

- Групи, проблеми, цінності чи ідеї по-різному представлені відповідно до форми, жанру та цільової аудиторії.
- Друковані тексти можуть бути адаптовані мовою рухомих зображень.
- Як документальні, так і художні жанри можуть ефективно представляти тему.
- Межу між фактом і вигадкою може бути важко вловити.

Опис методики

Учні можуть використовувати основні методи 1--6 для:

- Порівняння трактування проблеми у двох різних медіа або для двох різних аудиторій;
- Порівняння ключового моменту в літературному творі та його адаптації рухомими зображеннями;
- Порівняння трактування однієї і тієї ж теми в документальному та художньому форматі.

Запитання

- Які елементи залишаються однаковими, а що змінюється (і як?) для різних аудиторій?
- Що додається і що втрачається в кожній формі?



Метод: Моделювання

Мета навчання

- Більшість текстів рухомих зображень під час створення мають редакційні та інституційні обмеження: час, бюджет, контекст, призначення.
- Зміст та форма залежать від аудиторії та призначення.
- Звернення до іншої аудиторії може додати етичні чи юридичні фактори, які впливатимуть на те, що можна, а чого не можна сказати чи показати.

Опис методики

- Пари або групи учнів обирають ролі в групі виробників рухомих зображень, беруть медіа-текст і модифікують або реконструюють його для іншої вікової групи.
- «Продають» текст іншій аудиторії.
- Створюють альтернативний текст.

Плани мають бути представлені вчителю або іншій групі, яка виступає в ролі виконавчого продюсера.

Питання

- Чому ви вибрали цю вікову групу / аудиторію?
- Які аспекти тексту ви можете використовувати, щоб продати його новій аудиторії?
- Які методи були б найбільш підходящими для досягнення цієї аудиторії?
- Які докази ви використовуєте для аргументів ?
- Хто аудиторія нової версії?

Метод: Моделювання

Завдання:

Покажіть учням зображення Людини-мурахи і Людини-паука.



Запитайте:

- Які типи поведінки /наслідки зображено?
- Що цінне для цих супергероїв?
- Що вас приваблює в цих героях?
- Чого Вам не доставляє?

Прокоментуйте:

Це герої фільмів «Людина-мураха і Оса» і «Людина-павук». Ці американські фільми — фантастичні екшени.

Прийнято вважати, що мураха — це невтомний та наполегливий трудівник. Саме така найперша асоціація виникає, коли згадують про цю комаху. Так воно насправді і є. Головний герой фільму Людина-мураха також невтомний трудівник і надзвичайно талановитий фахівець у галузі електроніки та комп'ютерів, добре розуміється на всіляких пристроях та дивайсах. У реальному житті Мураха ще здатна досить болюче вкусити, коли її зачеплять або виникне якась загроза.

У фільмі Людина-мураха сильна та здатна постояти за себе, майстер рукопашного бою. У фільмі Людина-павук після того, як грабіжник убив його дядька, стає борцем зі злочинністю в місті, він за справедливість та захисник скривджених і однозначно позитивний герой. Цим навіть схожий на знаменитого героя англійського фольклору — благородного розбійника Робіна Гуда, бо він так само гостро відчуває несправедливість, має своє бачення правосуддя та чинить його на власний розсуд. Водночас, як і Робін Гуд, офіційно його вчинки поза законом.

Інтернет - ресурси



«**Медіазнайко**» – це перша навчальна гра з медіаосвіти в Україні, її мета – допомогти якомога більше дізнатися про інформаційне / медійне поле. Гра – частина курсу з медіаграмотності, розробленого спеціально для загальноосвітніх шкіл.

Суть гри полягає у тому, що потрібно пройти 9 рівнів/етапів, надати відповідь на запитання, стати журналістом, створити телепрограму, сайт і газету, дізнаючись при цьому як працюють медіа і як вони впливають на тебе – споживача інформації.

Навчальну гру «Медіазнайко» розробив і створив Центр медіаініціатив (Вірменія) за фінансової підтримки Всесвітнього банку в рамках програми «Альтернативні ресурси для медіа» в партнерстві з Інтерньюзом (США) і за фінансової підтримки USAID.



Медіаграмотна місія від IREX

Проект дає змогу дорослим перевірити свої знання та навички з медіаграмотності та критичного мислення, а також покращити їх в ігровій формі.



«Пригоди Літератуса» Центр медіаініціатив (Вірменія)

Гра розроблена для підлітків. Вона допомагає розвивати навички пошуку інформації, її аналізу та перевірки, а також розрізнення фейкових і правдивих новин. Вона навчає, як краще ухвалювати рішення в інформаційному середовищі.

Використана література

перейди за посиланням



Назва папки: «Зростаємо медіаграмотними»

У файлі ти можеш побачити всю літературу яка була використана в даному довіднику і навіть більше!

МЕТОДИЧНИЙ КОМЕНТАР

Сучасний учитель працює з учнями, які мають справу з інформаційним простором з найменшого віку (через гаджети, телебачення, зовнішню рекламу тощо). Отож формування вмінь молодшого школяра працювати з інформацією: шукати, аналізувати, критично переосмислювати, відбирати необхідну, використовувати для вирішення певних задач диктують необхідність медіаграмотності уже в початковій школі.

Медіаграмотність – частина медіаосвіти, що дає змогу споживачам критично аналізувати медіаповідомлення, щоб бачити там пропаганду, цензуру, однобокість, свідомо сприймати і критично тлумачити інформацію, відділяти реальність від її віртуальної симуляції, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують, причини таких дій, а також розуміти структурні елементи, які впливають на інформацію (власник медіа, модель фінансування, політичні уподобання тощо).

Інформація, яку людина отримує щодня через ЗМІ та соціальні мережі, формує її свідомість. Типова освітня програма початкової школи передбачає змістову лінію «Досліджуємо медіа», відповідно до якої учні мають набути навичок, пов'язаних із медіапродуктами. Інтегрована в початкову школу, медіаосвіта допомагає школярам критично мислити, вчитися шукати й перевіряти інформацію, аналізувати медіаповідомлення і самостійно створювати такі медіапродукти.

Змістова лінія «Досліджуємо медіа» передбачає ознайомлення школярів з основами медіаграмотності. Діти формують уявлення про межу між реальним світом і світом мас-медіа. Вони вчаться інтерпретувати, аналізувати, оцінювати медіатексти (фільм, мультфільм, реклама, фотографія тощо) та створювати прості медіапродукти. Змістова лінія «Досліджуємо медіа» пропонує інструмент для активного критичного освоєння комунікативного медіасередовища.

Медіаграмотність є не окремим предметом, а пронизує наскрізно всі предмети й різні теми. На перший план виходить підготовка вчителя, тобто «Навчання впродовж життя особливо важливо і для вчителів, вони мають бути лідерами змін».

Зміст початкової освіти сьогодні вирізняється міжпредметною інтеграцією і формуванням практичних навичок. Інтеграція тематики

медіаосвіти скерована на досягнення цілей середньої освіти, сформульованих у концепції Нової української школи, і, зокрема, на розвиток критичного мислення.

Результатом сформованості у молодших школярів поняття «медіаграмотності» мають стати такі знання:

1. Поняття інформаційної безпеки;
2. Поняття маніпуляції та пропаганди;
3. Загроза в інформаційній безпеці: крадіжка особистих даних, віруси, спам, хакери, шахрайство, контакти з незнайомцями;
4. Технік пропаганди: бендвгон, сильні слова, церемонії, асоціації, повторення, шельмування, страх.

Ознайомившись, що таке медіаграмотність, діти мають:

- усвідомлювати вплив медіа;
- порівнювати власну думку з думкою інших учнів, висловлювати свої міркування;
- критично оцінювати інформацію;
- протистояти впливу пропаганди та маніпуляцій;
- визначати роль інформації та мас-медіа в сучасному світі.

Освіта з медіаграмотності допомагає учням ефективно спілкуватись і не лише створювати різні форми медіа, але і знаходити можливості, щоб їх почули.

Декілька **порад** щодо формування медіаграмотності – життєво необхідної навички, якою має володіти кожна особистість, яка спілкується з медіа.

1. Формувати безпристрасно свої стрічки новин у соцмережах. Якщо не подобається інформаційний продукт, достатньо адекватно зреагувати і відмовитися від нього.

2. Видалити недостовірні джерела, якщо певний ресурс або людина публікує дурниці.

3. Не відволікатись на не важливі (модні тренди, незрозумілі тощо), не в курсі всього, відстежувати все тощо.

4. Дбати про якість (якісна аналітика, пізнавальна інформація, освітні проекти тощо).

5. Важливо виділяти час для того, щоб подумати, відволіктися від нескінченного потоку інформації, проаналізувати власні думки, побути у тиші.

6. Перевіряти джерела інформації, факти, навчати критичного мислення.

Для цього можна використати гру “Три факти про мене”:

кожен учень виповідомляє три факти про себе, один з яких неправда, й називає їх перед класом. Діти намагаються здогадатися, який із цих фактів хибний, ставлячи уточнювальні запитання.

7. Не змішувати факти з оцінними судженнями (Наприклад: «Я навчаюсь у школі» (факт), «Я радісно навчаюсь у школі» (судження)).

Зростаємо медіаграмотними!

Список використаних джерел

1. Шейбе С.,Рогоу Ф. , перекл. з англ. Дьома С., за загал. В.Іванова, О.Волошенюк . Медіаграмотність: Підручник для вчителів .Київ: Центр Вільної Преси, Академія Вільної Преси, 2017. 319с.
2. <http://www.biblioteka.lviv.ua/files/Media.pdf>
3. <https://nus.org.ua/articles/mediagramotnist-z-chogo-pochaty/>
4. Бакка Т., Голощапова В., Дегтярьова Г., Євтушенко Р., Іванова І., Крамаровська С., Мелещенко Т, Шкребець О. Медіаграмотність та критичне мислення в початковій школі: посібник для вчителя . За редакцією Волошенюк О., Дегтярьової Г., Іванова В. Київ : ЦВП, АУП, 2017. 197 с.

Зростаємо медіаграмотними : Інформаційно-методичний посібник /За ред. Іванової Л.І. Рівне: Видавництво О.Зень. 2022. 90 с.

Ухвалено навчально-методичною комісією факультету РДГУ. Протокол № 1 від 18 лютого 2022року

