

ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ У ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Сучасна цивілізація, культура, суспільство, людина – всі ці поняття нерозривно пов'язані з медіакультурою. У часи створення потужної інформаційної структури, інформація самого різного типу перетворюється в економічну категорію. У результаті розвитку – ЗМІ стає насиченою складовою ринку глядацьких інтересів. Як наслідок – розділяє канали за тематикою, аудиторною, адресною, національною, територіальною, тимчасовою та іншими ознаками та словами, а вплив мас-медіа на людину приймає все більш професійний характер. Потік інформації постійно зростає, з'являються нові телевізійні канали, періодичні друковані видання, Інтернет-сайти та інші медіаресурси.

Бурхливий розвиток медіатехнологій та розширення їх можливостей призводить до того, що медіа присутні сьогодні практично в будь-якій сфері життєдіяльності та стають в сучасних умовах товаром індустрії свідомості. Сучасні медіа (преса, радіо, телебачення, кінематограф і комп'ютерні мережі) несуть людям всі види соціальної інформації: економічну, наукову, політичну, естетичну тощо. Мас-медіа все активніше беруть на себе навчальні та просвітницькі функції. Вони є своєрідною паралельною школою для підростаючого покоління, яке все частіше називають медійним. І хоча ступінь обізнаності про різні засоби масової комунікації залежить від безлічі факторів (основними з яких є вікові особливості аудиторії, наявність медійних засобів і т. д.), інтерес, що проявляється до медіа, незмінно зростає, а вільний час більшості молодих людей тісно пов'язаний саме із засобами масової комунікації. Це не дивно, адже здебільшого для дітей та молоді сучасні медіа (особливо Інтернет), набагато більше, ніж просто засіб пізнання навколишнього світу. Це їх світ, їх віртуальна реальність, де все найкраще і найгірше може бути як створено, так і знищено. Молоді набагато більше, ніж дорослим, подобається мати справу з новими технологіями, і вони більш невимушені в цьому відношенні.

Незважаючи на простоту і доступність медійної інформації, якою людина, на перший погляд, досить легко управляє, вона деколи не помічає, що стає пасивним об'єктом інформаційного світу, в якому далеко не вся інформація є всебічна та достовірна. Постійно зростаюча популярність мас-медіа в освітньому та молодіжному середовищі визначається використанням терапевтичної, рекреаційної, естетичної, пізнавальної, інформаційної, комунікативної, моральної, соціальної та інших функцій. Постійно зростає потік медіаінформації, в тому числі – недостовірної, та такої, що відверто маніпулює свідомістю індивіда. Вона вимагає від сучасного глядача, слухача, читача оригінального осмислення і критичного аналізу, виявлення естетичного і художнього значення медіатекстів, визначення їх потенційних можливостей для розвитку особистості. У зв'язку з цим, одним із шляхів забезпечення інформаційно-психологічної безпеки особистості виступає вміння читати медіатекст, розвивати самостійність, критичне мислення, що збільшує опору маніпулятивному впливу медійної інформації.

Мета роботи – розкрити та показати досвід роботи у проведенні тренінгів з медіаграмотності для більш якісної роботи з медіатехнологіями.

Методологія. Систематизація й теоретичне осмислення наукових публікацій, аналіз наукової та навчальної літератури, інтернет-джерел, розкриття основних дефініцій досліджуваної проблеми, узагальнення та уточнення ідей науковців.

Наукова новизна. Визначено нові аспекти медіаосвітніх застосувань в умовах закладу вищої освіти відповідно до законодавчих змін. Представлено основні форми впровадження медіаосвіти різних категорій учасників освітнього процесу закладу. Розкрито оптимальні умови поєднання у навчальні дисципліни курсу з медіаграмотності. Проаналізовано, які компетентності набувають учасники освітнього процесу після опанування курсу.

Зроблено **висновки**, що впровадження курсів з медіаграмотності допоможе ефективно орієнтуватися у медіапросторі та осмислення власних медіапотреб; дозволить сприяти адекватному та різнобічному оцінюванню змісту і форм інформації, її повноцінного і критичного тлумачення з урахуванням особливостей сприймання мови різних медіа.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаграмотність, тренінги.

Постановка проблеми. У сучасних умовах велике значення надається якості вищої освіти, підвищенню рівня знань фахівців самих різних спеціальностей. Стратегія модернізації освіти спрямована на розвиток ключових компетентностей в інтелектуальній, суспільно-політичній, комунікаційній, інформаційній та інших сферах.

Важко не погодитися з думкою, що освіта, розрахована на перспективу, має будуватися на основі двох нерозлучних принципів: «вміння швидко орієнтуватися в стрімко зростаючому потоці інформації і знаходити потрібне вміння осмислювати і застосовувати отриману інформацію» [12].

Однак проблема підготовки підростаючого покоління до життя в епоху інформаційного вибуху, інформаційних технологій, зростання ролі інформації як економічної категорії не актуалізується в контексті вищої освіти, випускники виявляються не готовими до інтеграції в світовий інформаційний простір. А у закладах вищої освіти, медіаграмотності не приділяється достатньо серйозної уваги.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вивченням медіаосвіти та її значенням займалися у своїх наукових працях вітчизняні дослідники В. Бакіров, О. Беляк, М. Ватковська, Н. Габор, С. Гончаренко, Р. Гришкова, В. Іванов, Т. Іванова, А. Литвин, Г. Онкович, Ю. Ярославцева та інші. Нові інструменти медіаосвіти вивчали Н. Приходькіна, Г. Почепцов, В. Синьов. Напрями забезпечення медіаграмотності вивчали не лише вітчизняні, а й зарубіжні дослідники Б. Щорб, У. Вагнер, Дж. Поттер та інші.

Мета роботи – розкрити та показати досвід роботи у проведенні тренінгів з медіаграмотності для більш якісної роботи з медіатехнологіями.

Використані методи дослідження. Систематизація й теоретичне осмислення наукових публікацій, аналіз наукової та навчальної літератури, інтернет-джерел, розкриття основних дефініцій досліджуваної проблеми, узагальнення та уточнення ідей науковців.

Наукова новизна. Визначено нові аспекти медіаосвітніх застосувань в умовах закладу вищої освіти відповідно до законодавчих змін. Представлено основні форми впровадження медіаосвіти різних категорій учасників освітнього процесу закладу. Розкрито оптимальні умови поєднання у навчальні дисципліни курсу з медіаграмотності. Проаналізовано, які компетентності набувають учасники освітнього процесу після опанування курсу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Право на доступ до інформації є конституційним правом людини, яке гарантоване ст. 34 Конституції України. Також конституційне право на інформацію передбачено Законами України «Про інформацію», «Про доступ до публічної інформації», іншими законодавчими та нормативно-правовими актами [4; 6].

Закон України «Про доступ до публічної інформації» визначає порядок здійснення та забезпечення права кожного на доступ до інформації, яка знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації визначених Законом, та інформації, що становить суспільний інтерес [4].

Вивчення та впровадження курсу «Медіаграмотність» неможливе без знань про свої конституційні права та академічну доброчесність.

Зміни в законодавстві з питань освіти розширюють коло питань актуальних в аспекті медіаосвіти. Так, запровадження Закону України «Про освіту» [5] передбачає запровадження аудиту ЗВО. Один із аспектів аудиту – академічна доброчесність. Інституційний аудит закладів містить таку складову як ефективність планування педагогічними працівниками своєї діяльності, використання сучасних освітніх підходів до організації освітнього процесу з метою формування ключових компетентностей здобувачів освіти, що передбачає визначення педагогічних працівників, які створюють та використовують власні освітні ресурси, мають публікації професійної тематики та оприлюднені методичні розробки; педагогічних працівників, які застосовують інформаційно-комунікаційні технології в освітньому процесі [1, 128].

Удосконалення правових механізмів реалізації конституційного права громадян на рівний доступ до якісної освіти на всіх рівнях передбачає і таку складову як академічна доброчесність, яка закріплена в ст. 42 Закону України «Про освіту» [5]. Зміст поняття відображає й складові, які є предметом медіакультури, зокрема, посилання на джерела інформації у разі використання ідей, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право; надання достовірної інформації про результати досліджень та власну педагогічну (науково-педагогічну, творчу) діяльність. Учасники освітнього процесу опановують неправомірність дій, які вважаються порушенням академічної доброчесності: академічний плагіат – оприлюднення (частково або повністю) наукових (творчих) результатів, отриманих іншими особами, як результатів власного дослідження (творчості), та/або відтворення опублікованих текстів (оприлюднених творів мистецтва) інших авторів без зазначення авторства; фабрикація – фальсифікація результатів досліджень, посилань, або будь-яких інших даних, що стосуються освітнього процесу; списування – використання без відповідного дозволу зовнішніх джерел інформації під час оцінювання результатів навчання [1, 143].

В аспекті впровадження медіаосвіти виділяємо інформаційно-цифрову компетентність, яка передбачає впевнене, критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією в публічному просторі та приватному спілкуванні [3].

Важливим стало залучення закладу освіти до нового медійного проекту «Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність», який здійснює IREX (Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів)

спільно з Академією української преси та StopFake за підтримки Посольств США та Великої Британії в Україні. Програма «Вивчай та розрізняй» (L2D-S) має на меті інтеграцію елементів медіаграмотності та критичного сприйняття інформації у практику впровадження вибраних предметів. Відповідно меті програми навчання й надіслані матеріали сприяють тому, що на парах пояснюють, як можуть маніпулювати різного роду наративами та історичними подіями. Під час викладання курсу «Основи роботи з мультимедіа» студенти сконцентровані на візуальному контенті, навчаються розрізняти стиль подання інформації, аналізувати специфіку обробки за рахунок зміни ракурсу висвітлення подій, визначати маніпуляції пов'язані за допомогою суміжних програм: Photoshop, VN, InShot, Kinemaster та інші [3].

Важливим джерелом в роботі залишаються матеріали, підготовлені фахівцями – «Медіаосвіта та медіаграмотність». Підручник затверджений Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України як підручник для студентів вищих педагогічних навчальних закладів та слухачів Інститутів підвищення кваліфікації вчителів». Як зазначили автори, у педагогів мають бути сформовані специфічні навички роботи з медіатекстами: критично аналізувати джерело інформації (характеризувати авторство джерела, час, обставини і мету його створення); аналізувати інформацію, подану в різних знакових системах (текст, карту, таблицю, схему, аудіовізуальний ряд); розрізняти в медіаінформації факти і думки, історичні маніпуляції та історичні пояснення; брати участь у дискусіях з історичних проблем, пов'язаних з висвітленням в медіа, формулювати власну позицію з обговорюваних питань, використовуючи для аргументації історичні відомості [7].

У НУЧК імені Т. Г. Шевченка на технологічному факультеті медіаосвіта представлена у вигляді впровадження тренінгів під час проведення науково-методичних семінарів, «методичних мостів» для вчителів ЗЗСО м. Чернігова, Чернігівської області.

Під час викладання курсу «Технічні засоби навчання», який служить для створення та розповсюдження мас-медіа повідомлень, передбачена робота студентів з носіями аудіовізуальної інформації та апаратури. Майбутні викладачі закладів професійно-технічної освіти вивчають сучасні технічні засоби та інформаційні технології навчання, володіють методичними і технічними знаннями і вміннями, які необхідні для ефективного використання сучасних засобів навчання в освітньому процесі. Вміння користуватися інформаційно-комунікаційною технікою, спілкуватися за допомогою медіазасобів, грамотно «споживати» медіа, критично оцінювати інформацію, створену медіаджерелами, підсилить зацікавленість студентів до вивчення курсу і підвищить кваліфікацію викладача.

Головне завдання нашого факультету – навчити молодь грамотно читати медіатекст та критично мислити; привити естетичний смак; допомогти інтегрувати знання та вміння, здобуті на різних заняттях, при сприйнятті, аналізі інформації, у творчій діяльності; проявити і сформулювати через медіадіяльність та медіаактивність особистості її соціальну та громадянську відповідальність.

Під час проведення тренінгів за тематикою «Вимоги сучасності: чому важлива медіаграмотність?», які відбувалися на базі НУЧК впродовж 2020 року, аспірантка кафедри педагогіки, психології і методики технологічної освіти Рекун Оксана долучилась до інтегрованого впровадження медіаграмотності, а саме:

- що є медіаграмотність?
- принципи та умовна структура медіаграмотності;
- основні правила медіабезпеки;
- що таке маніпуляції та як їх виявляти;
- 10 навичок медіаграмотності;
- створення власного медіаполя;
- практичний гід зі спілкування в Інтернеті.

Слухачі отримали пам'ятки споживача якісної інформації та чек-листи питань для верифікації новинної інформації. Тренер стала учасницею у складі університетської команди у роботі «Вивчай та розрізняй інфо-медійна грамотність» впродовж жовтня–грудня 2020 року, що сприяло новим тематичним інформуванням для студентів та викладачів на тему безпеки в соціальних мережах. Залучення до навчання на платформі Дія. Цифрова освіта. Цей проєкт реалізовується Координатором проєктів ОБСЄ в Україні за фінансової підтримки урядів Великої Британії та Німеччини. Проходження курсу з цифрової грамотності обсягом 0,33 кредиту ЄКТС.

Розпочинаючи вивчення курсу з новим складом, проводимо соціопитування серед учасників: «Скільки часу і на що саме Ви витрачаєте в Інтернеті?», «А у скількох соцмережах маєте акаунти? Прокидаєтесь і відразу берете в руки телефон? Гортаєте стрічку новин під час сніданку? Переглядаєте, «що новенького» перед сном? Ви онлайн 24/7?». Порахуємо і позначимо на шкалі, скільки годин ми витрачаємо на різні категорії.

Останнє соціопитування показало, що викладачі закладів професійно-технічної освіти віком від 30 до 55 років 30 % часу проводять у соціальних мережах та месенджерах, 20 % – відео та онлайн-ігри, 30 % – навчання інформація, телебачення – 15 %, інше – 5 %. Серед опитаних найбільше часу проводять в соцмережах жінки, серед чоловіків – більший відсоток тих, хто грає в онлайн-ігри.

Далі робота передбачає корисні вправи та інформативні ролики. Учасники зможуть розрізняти «інформування» та «пропаганду», уміти розпізнавати фейки та навчатися створювати їх, дізнаються на

прикладі зі свого власного досвіду, як медіа маніпулюють нами. Корисним буде створити своє медіаполе та навчитися його раціонально використовувати.

1. *Вправа 1.* «Малюємо великий круг і вписуємо туди всі медіа, які ми споживаємо протягом дня, тижня, місяця, життя. Не забуваймо писати і соціальні мережі, телеграм, ютуб-канали. Майже у всіх на смартфонах є така функція як екранний годинник, який відстежує скільки часу ми витрачаємо онлайн. Потім рахуємо години за цією ж аналогією: день, тиждень, місяць, рік. І яку ми цифру бачимо?» [9].

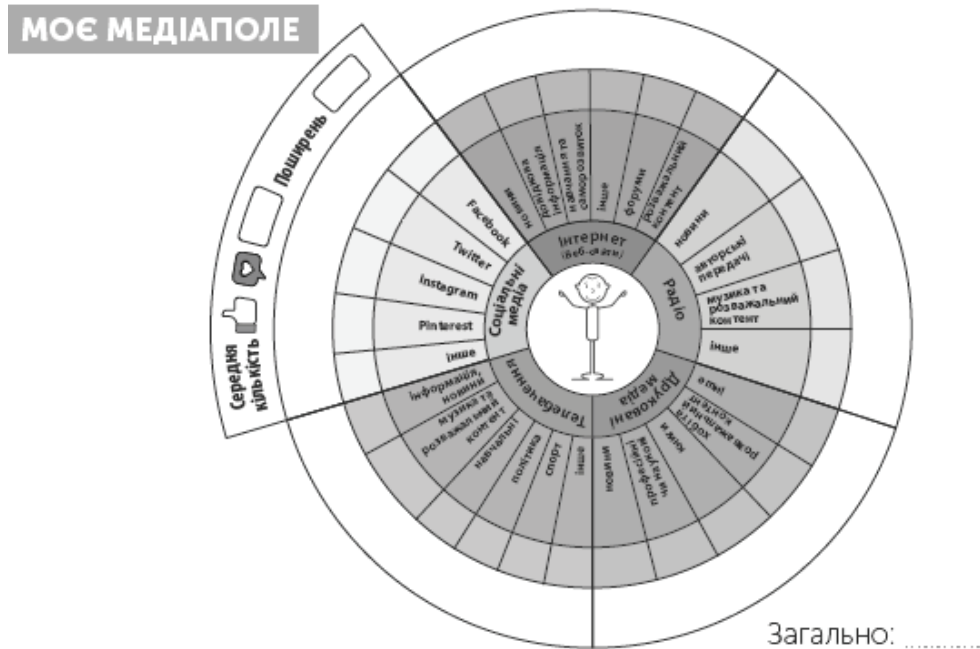


Рис. 1. Моє медіаполе (Розробка: Irex Ukraine)

Щоб розуміти медіа потрібно відповідати на питання: «Кому належить той чи інший ресурс»? Ставити під сумнів прочитане, побачене. Перевіряти інформацію.

Рис. 2. Запитайте себе, коли дивитесь телевизор (Розробка: Irex Ukraine)

Одне із завдань на тренінгу – тест на уважність та рівень маніпуляцій від медіа. «Всі ми знаємо, що реклама в той чи іншій мірі впливає на нас. Зараз і перевіримо. Щоранку ми йдемо до ванної кімнати чистити зуби. Скільки зубної пасти ви вичавлюєте на щітку? Більша частина респондентів різного віку кажуть про смужку пасти довжиною з поверхню щітки. Але на наступне запитання – скільки достатньо зубної пасти для того, щоб почистити зуби за рекомендацією лікарів – більшість відповідає: «маленька горошинка».

2. Ви заходите в ванну кімнату, берете в руки тюбик зубної пасти, на якому намальована ця довга смужка. Ви йдете вулицею, бачите рекламний борд, або дивитесь телевізійну рекламу, і що ви бачите? Довгу смужку зубної пасти. Ви зазвичай навіть не усвідомлюєте, що ви це побачили, але образ вже закарбувався у вашій свідомості. Це був класичний приклад маніпуляції у рекламі» [9].

3. Важливість медіаграмотності відображаємо у серії відео «Освітній проект "Чому медіа грамотність важлива"» [8].

Корисним буде попрацювати і показати свої знання на практиці. Для цього пропонуємо *вправу 2* «Асоціації зі словами "інформування" та "пропаганда"». Для цього потрібні фліпчарти та маркери. Перший лист: на одній половині вгорі написати слово «інформування», а на другій – «пропаганда».

Другий лист: записати запропоноване значення термінів «інформування» та «пропаганда», що вони означають.

Інформування – інформує, роз'яснює, але не дає готових рішень.

4. Пропаганда – інформує, роз'яснює, переконує, але компрометує, маніпулює [9].



Рис. 3. Практична вправа з педагогами

Вправа 3. Як навчитися створювати фейки? Для цього ми обираємо декілька команд і пропонуємо знайти в мережі Інтернет одну справжню новину, іншу придумати в команді. Представити їх потрібно так, щоб не зрозуміло було де яка. Заразом і перевіряємо прослухану теорію на практиці [9].

Вправа 4. Написати інформаційну карту свого регіону. Тобто, потрібно знайти найбільш популярні медіа свого регіону та прописати їх. Суть в тому, щоб побачити, як і які медіа на нас впливають, кому можна довіряти і виокремити для кожного свої топ-5 медіа регіону [9].

Після проведення вправ пропонуємо мозковий штурм з практичного спілкування в Інтернеті.

Як істоти раціональні, люди вірять, що хорошими аргументами та підтверджувальними фактами можна змінити точку зору навіть затятого фейкомета. Якби ж то правильно підібрати докази, послатися на надійні джерела та зрозуміло все пояснити ми розкажемо про це далі.

Важливо розуміти, що для будь-яких змін потрібен час, емпатія та терпіння. В еру цифрових технологій та суцільного онлайн, коли все більше розмов переходить в інтернет або чати, всіх цих трьох компонентів, так само як і глибоких розмов, годі шукати. До того ж, чим більша дистанція між людьми і

чим менше вони відчувають відповідальність за свої слова (якраз як в Інтернеті), тим більш обривчастим стає спілкування і тим менше залишається шансів порозумітися.

Пропонуємо покрокову складову порад:

1. Подивіться на заголовок. Часто його навмисне роблять таким, щоб привернути увагу або викликати у читачів обурення, яке змусить поширити будь-що. А згідно з журналістськими стандартами заголовки, навпаки, повинні бути нейтральними та навіть сухими – не викликати дискретних емоцій.

2. Вчитайтеся в текст. Правдива інформація повинна бути доведена: якщо є експерти, то будуть вказані їхні імена, факти будуть підкріплені статистикою, дата буде релевантною подіям.

3. Зверніть увагу на оціночні слова. Найчастіше, якщо у заголовку та самому тексті проносяться слова «сенсація», «шок», «скандал», «ви такого ще не бачили», «неймовірно» та інші – перед вами провокація, хтось так маніпулює вашим сприйняттям.

4. Подивіться, хто опублікував інформацію. Вивчіть ресурс, який шерить дані –коли його заснували, як він заявив себе на ринку, чи були вже якісь інциденти та що про нього пишуть інші. Якщо ж це не сайт, а окремий користувач – погуляйте по його сторінці та впевніться, що це реальна людина, якій можна довіряти.

5. Перевірте інші надійні ресурси. Якщо це справжня новина, то купа перевірених агенцій та ЗМІ, наприклад, Уніан, Укрінформ, Українські новини, НВ тощо напишуть про неї. Але і тут можуть бути свої нюанси, тому краще перевірити факт по всіх пунктах.

6. Знайдіть першоджерело. Зазвичай у правдивій новині є посилання на першоджерело – заявлена інформація повинна бути опублікована там.

7. Переконайтеся, що це не жарт.

8. Якщо тема важлива, чекніть інформацію завдяки джерелам з перевірки фактів.

Ось декілька з них:

– StopFake.org – ресурс для фактчекінгу, заснований в Україні у 2014 році: тут і статті, і відео, і подкасти.

– BBC Reality Check – сайт, вочевидь, від компанії BBC, на якому публікують матеріали про викриття неправдивих новин та політику.

9. Зробити так, щоб вас взагалі почали слухати.

10. Усвідомити, що факти та статистика не працюють.

11. Підштовхнути людину до зміни її думки [3].

Після проведеного нами соціопитування ми виявили, що наші учасники активні користувачі соцмереж та месенджерів. Для того, щоб зацікавити ще більше до курсу та вдумливого споживання медіа пропонуємо проект «Інтернет-мудрість» створений для того, щоб дати розумним та допитливим людям силу медіаграмотності.

Заключною *вправою* буде «Об'єктивність медіа». Ми будемо записувати на фліп-чарті назви телеканалів. Поряд, учасники будуть називати їх власників. Цим самим ми будемо обговорювати неупередженість та стандарти медіа, розвивати критичне мислення, дізнаються про форми власності та фінансування телеканалів, їх вплив та можливість маніпуляції, навчаються аналізувати контент телеканалів, мати критичне ставлення до інформації, правильно шукати та перевіряти інформацію в інтернеті [9].

Кінцева частина тренінгу – Індивідуальна робота – Заповнення анкети «після» тренінгу:

– Чи був цей тренінг цікавий для вас?

– Що нового ви дізналися?

– Які знання/навички ви тепер будете використовувати?

– Чи будете ви розповідати рідним і близьким про здобуті знання?

– Чи виправдалися ваші очікування?

Важливим залишається в медіаосвітньому просторі впровадити курс «Медіаграмотність і зв'язки з громадкістю» для студентів технологічного факультету НУЧК імені Т. Г. Шевченка, який навчить працювати з новинною інформацією, долучатися до життя держави, сформується громадянська компетентність.

Висновки та перспективи подальших наукових розвідок. Завдяки соціальній взаємодії, постійному життю онлайн, готовності до саморозвитку та самоосвіти, співпраця із ЗМІ, створення контенту, пошук і використання інформації, використання мобільних додатків, самореалізація через соціальні мережі потребує медіаграмотності та обізнаності в реаліях сьогодення. Впровадження такого курсу як «Медіаграмотність» для викладачів, які вже мають педагогічний досвід, дозволить сформулювати необхідні компетентності, забезпечить практичне застосування здобутих знань, умінь та навичок сприяти рефлексії і розвитку критичного мислення, як психологічних механізмів медіаграмотності, що забезпечить свідоме споживання медіапродукції на основі ефективного орієнтування в медіапросторі та осмислення власних медіапотреб; дозволить сприяти адекватному та різнобічному оцінюванню змісту і форм інформації, її повноцінного і критичного тлумачення з урахуванням особливостей сприймання мови різних медіа [10, 43].

References

1. Абетка для директора : Рекомендації до побудови внутрішньої системи забезпечення якості освіти у закладі загальної середньої освіти». URL: <http://www.sqe.gov.ua> (дата звернення : 14.02.2021).
Abetka dlia dyrektora : Rekomendatsii do pobudovy vnutrishnoi systemy zabezpechennia yakosti osvity u zakladi zahalnoi serednoi osvity» [Alphabet for the director : Recommendations for building an internal system of quality assurance in general secondary education.]. Retrieved from: <http://www.sqe.gov.ua>.
2. Вивчай та розрізняй. URL : <https://ms.detector> (дата звернення : 10.02.2021).
Vyvchai ta rozrizniai [Study and distinguish.]. Retrieved from: <https://ms.detector>.
3. Електронний ресурс. URL: <https://platfor.ma/specials/perekonaj-mene-povnistyu-praktychnyj-gid-zi-spilkuвання-v-interneti/> (дата звернення : 09.02.2021).
Elektronnyi resurs [Electronic resource]. Retrieved from: <https://platfor.ma/specials/perekonaj-mene-povnistyu-praktychnyj-gid-zi-spilkuвання-v-interneti/>.
4. Закон України «Про доступ до публічної інформації». Редакція від 24.10.2020, підстава – 912-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text> (дата звернення: 11.02.2021).
Zakon Ukrainy «Pro dostup do publichnoi informatsii» [Law of Ukraine «On Access to Public Information»]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>.
5. Закон України «Про освіту». URL : <https://zakon.rada.gov.ua/> (дата звернення: 11.02.2021).
Zakon Ukrainy «Pro osvitu» [Law of Ukraine «On Education»]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/>.
6. Конституція України. Редакція від 01.01.2020, підстава – 27-IX. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення : 14.02.2021).
Konstytutsiia Ukrainy [Constitution of Ukraine]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>.
7. 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.
Ivanov, V. F., Volosheniuk, O. V. & Rizun, V. V. (2012). (Eds.) Mediaosvita ta mediahramotnist [Media education and media literacy]. Kyiv, Ukraine : Free Press Center [in Ukrainian].
8. Освітній проєкт «Чому медіа грамотність важлива». URL: https://www.youtube.com/playlist?list=PLhADhJyTVVTrnRati_X2v5KVauxV5D3F (дата звернення 29.01.2021).
Osvitnii proekt «Chomu media hramotnist vazhlyva» [Educational project «Why media literacy is important»]. Retrieved from: https://www.youtube.com/playlist?list=PLhADhJyTVVTrnRati_X2v5KVauxV5D3F.
9. Практична медіаграмотність для бібліотек / Власюк О. В., Іванова Т. В., Потапова Т. І., Срібна С. І. / За редакцією Волошенюк О. В., Іванова В. Ф. Київ: АУП, ЦВП, 2019.
Vlasiuk, O. V., Ivanova, T. V., Potapova, T. I., & Sribna, S. I. (2019). Praktychna mediahramotnist dlia bibliotek [Practical media literacy for libraries]. Kyiv, Ukraine : AUP, TsVP.
10. Рекун О. О. Медіаграмотність у системі вищої освіти. *Вісник Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка*. Серія : Педагогічні науки. Вип. 164(8). Чернівці, 2020. С. 41-44.
Rekun, O. O. (2020). Mediahramotnist u systemi vyshchoi osvity [Media literacy in the higher education system]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu «Chernihivskiy kolehium» imeni T. H. Shevchenka. Serii : Pedagogichni nauky – Bulletin of the Taras Shevchenko National University «Chernihiv Collegium»*. Chernihiv, 164(8). 41–44.
11. Рекун О. О., Носовець Н. М. Впровадження медіаосвіти у процес підвищення кваліфікації вчителів. *IV International scientific conference. Modern education space: the transformation of national models in terms of integration*. October, 23, 2020. Leipzig, Germany. P. 173–176.
Rekun, O. O., Nosovets, N. M. (2020). Vprovadzhennia mediaosvity u protses pidvyshchennia kvalifikatsii vchyteliv [Introduction of media education in the process of teacher training.]. *IV International scientific conference. Modern education space : the transformation of national models in terms of integration*. Leipzig, Germany. 173–176.
12. Халперн Д. Психология критического мышления. Мышление : введение. URL : [2000/http://academy.odoport.ru/documents/akadem/bibl/education/supporting/2.1.html](http://academy.odoport.ru/documents/akadem/bibl/education/supporting/2.1.html) (дата звернення: 13.02.2021).
Khalpern, D. Psykholohyia krytycheskoho myshleniya. Myshlenie : vvedenyue [Psychology of critical thinking. Thinking : an introduction.]. Retrieved from: [2000/http://academy.odoport.ru/documents/akadem/bibl/education/supporting/2.1.html](http://academy.odoport.ru/documents/akadem/bibl/education/supporting/2.1.html).

PhD Student at the Department of Pedagogy,
Psychology and Methodology of Technological Education,
T. H. Shevchenko National University «Chernihiv Colehium»
(Chernihiv, Ukraine) E-mail: oksana_rekun@ukr.net

PRACTICAL ASPECT OF MEDIA EDUCATION IMPLEMENTATION AT INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION

Modern civilization, culture, society, humans – all these concepts are inseparably linked with media culture. Nowadays, with the creation of a powerful information structure, information of various types is transformed into an economic category. As a result of development – the media becomes a saturation of the market of audience interests. Consequently, it divides channels by subject, classroom, address, national, territorial, temporal and other features, in other words, the influence of media on a person is becoming more and more professional. The flow of media information is constantly growing, new TV channels, periodicals, Internet sites are appearing.

The rapid development of media technologies and the expansion of their capabilities leads to the fact that the media are present today in almost every sphere of life, become in modern conditions a commodity of the consciousness industry.

Modern media (press, radio, television, cinema, and computer networks) give people all kinds of social information: economic, scientific, political, aesthetic, etc. The media are increasingly undertaking educational and informative functions, and are a kind of parallel school for the adolescent generation, which is increasingly called the media. And although the degree of awareness of the various media depends on many factors (the main of which are the age of the audience, the availability of media, etc.), interest to the media is constantly growing, and the free time of young people is closely connected and associated with the media. This is not surprising, because, for most children and young people, modern media (especially the Internet) is much more than just a means of learning about the world around them. This is their world, their virtual reality, where all the best and worst can be both created and destroyed. Young people like to deal with new technologies much more than adults, and they are more at ease in this regard.

Despite the simplicity and accessibility of media information, which a person, at first sight, is quite easy to manage, one sometimes does not notice becoming a passive object of the information world, in which not all information is comprehensive and reliable. The constant growth of media popularity in education and among youth is determined by using therapeutic, recreational, aesthetic, cognitive, informational, communicative, moral, social, and other functions. The flow of media information is constantly growing, including unreliable, and sometimes openly manipulating the individual's consciousness, requiring the modern viewer's, listener's, reader's original thinking and critical analysis, identifying the aesthetic and artistic value of media texts, determining their potential for personal development. For this reason, one of the ways to ensure the information and psychological security of the individual is the ability to read the media text, develop independence, critical thinking, which increases resistance to the manipulative influence of media information.

***The aim of the work** is to reveal and show experience in conducting trainings on media literacy for better work with media technologies.*

***Methodology.** Systematization and theoretical understanding of scientific publications, analysis of scientific and educational literature, internet sources, disclosure of the main definitions of the researched problem, generalization, and clarification of scientists' ideas.*

***Scientific novelty.** New aspects of media education applications in the conditions of higher education institutions are defined in accordance with legislative changes. The main forms of implementation of media education for various categories of participants in the educational process of the institution are presented. The optimal conditions for combining a media literacy course in academic disciplines are revealed. It is analyzed what competencies participants in the educational process acquire after mastering the course.*

*It is **concluded** that the introduction of courses on media literacy will help to effectively navigate the media space and understand your own media needs; it will contribute to an adequate and versatile assessment of the content and forms of information, its full-fledged and critical interpretation, taking into account the peculiarities of the language perception of the various media.*

Keywords: media education, media literacy, trainings.

Стаття надійшла до редакції 14.02.2021

Рецензент: доктор історичних наук, професор В. О. Дятлов