

Шифр роботи „Літо”

**ДІЯЛЬНІСТЬ СТУДЕНТСЬКОЇ ТЕЛЕРАДІОСТУДІЇ У
ФОРМУВАННІ МЕДІАКУЛЬТУРИ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ У ЗАКЛАДІ
ВИЩОЇ ОСВІТИ**

ЗМІСТ:

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ У ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	7
1.1. Науково-теоретичний аналіз проблеми формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти.....	7
1.2. Сутнісна характеристика діяльності студентської телерадіостудії у формуванні медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти	11
1.3. Діагностування сформованості медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти	14
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА Й УПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ У ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ.....	17
2.1. Науково-теоретичне обґрунтування технологій формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти.....	17
2.2. Упровадження технологій формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти.....	20
2.3. Аналіз ефективності технологій формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти.....	25
ВИСНОВКИ.....	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	29
ДОДАТКИ.....	31

ВСТУП

У сучасних умовах розвитку суспільства спостерігається значний розвиток науково-технічного прогресу, що призводить до початку нового інформаційного етапу розвитку людства. Головними цінностями цього етапу виступають інформація та знання.

Глобальна інформатизація суспільно-політичного життя, стрімке зростання швидкості обміну інформацією призводять до розшарування суспільства на дві категорії: тих, хто використовує нові інформаційно-комунікаційні технології для власного саморозвитку та освіти, а також тих, хто стає об'єктом впливу та маніпуляцій через власне незнання.

Саме подібні маніпуляційні впливи на психіку людей внаслідок використання агресивних інформаційних технологій стали однією з причин військових подій на сході України 2014 року, які В. Курило, С. Савченко та О. Караман визначають як гібридну війну.

Однією з основних складових гібридної війни є війна інформаційна, глибинною сутністю якої є інформаційно-психологічний вплив на особистість. Засобом ведення інформаційної війни є інформаційно-психологічна зброя, що уявляє собою сукупність засобів, форм, способів та прийомів прихованого впливу (маніпулювання) інформацією в інформаційному просторі постраждалої країни (зокрема через засоби масової інформації) для ураження індивідуальної та масової свідомості й підсвідомості людей з метою трансформації психіки та управління поведінкою та діяльністю людини в потрібному руслі [14, с. 7-8].

Це актуалізує, зокрема, потребу у підвищенні рівня медіакультури молоді як інструменту інтеграції особистості в суспільну соціокультурну парадигму.

Вплив військового конфлікту на сучасне суспільство досліджують у своїх працях І. Бандурка, О. Калашник, О. Швед.

Сутність, особливості та технології ведення інформаційної війни та її психологічний вплив на населення вивчають такі науковці, як Ю. Бабенко, В. Богуш, В. Вінтоняк, І. Воробйова, К. Гринько, В. Панченко та ін.

У працях О. Гойман, Р. Колеснікової, І. Кононова, Ю. Мороза, В. Хорошка та А. Чантурії досліджуються психологічні механізми маніпулювання масовою та індивідуальною свідомістю населення в умовах гібридної війни на сході України.

Медіакультуру як загальне соціокомунікаційне явище досліджував у своїх працях культуролог-комунікативіст Г. Інніс.

О. Баришполець, О. Голубева, Л. Найдьонова Г. Мироненко та В. Різун вивчали характерні особливості медіакультури особистості.

Зарубіжні дослідники, зокрема Р. Барт, Д. Белл, В. Беньямін та Г. Маркузе у своїх наукових дослідженнях розглядали особливості медіапростору.

Аналіз наукової літератури засвідчує наявність *суперечності* між необхідністю вивчення особливостей процесу формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти та слабкою теоретико-методичною розробленістю проблеми.

Виявлення суперечностей, актуальність, теоретична й практична значущість цієї проблеми, а також її недостатня наукова розробленість стали підставою для вибору теми дослідження: **„Діяльність студентської телерадіостудії у формуванні медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти”**.

Для національної ідентичної та єдності української держави важливо розуміти, що на окупованих та прифронтових територіях живуть громадяни України. Тому завдання формування медіакультури здобувачів освіти ми вбачаємо, зокрема, й у наданні правильний життєвих молоді, яка проживає в Україні та в зоні конфлікту.

Об’єкт дослідження: процес формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти.

Предмет дослідження: технологія формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти.

Мета дослідження: науково обґрунтувати, змістовно розробити та експериментально перевірити ефективність технології формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти.

Гіпотеза дослідження полягає у припущенні, що процес формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти набуде ефективності, якщо технологію формування медіакультури у закладі вищої освіти буде розроблено і впроваджено з урахуванням спрямованості її мети на формування критичного мислення та активізацію самостійної навчально-пізнавальної діяльності здобувачів освіти; формування інформаційного медіапростору закладу вищої освіти та насичення його українським імперативом.

Відповідно до об'єкта, предмета, мети та гіпотези дослідження було визначено такі **завдання**:

1. Виявити ступінь наукової розробки проблеми формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти.
2. Визначити сутнісну характеристику діяльності студентської телерадіостудії щодо формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти.
3. Діагностувати рівень сформованості медіакультури особистості у закладі вищої освіти (на прикладі конкретного закладу вищої освіти).
4. Змістовно розробити технологію формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти.
5. Упровадити у практику закладу вищої освіти розроблену технологію формування медіакультури здобувачів освіти.
6. Провести аналіз ефективності впровадженої технології формування медіакультури здобувачів освіти.

Поставлені завдання зумовили вибір **методів дослідження**: теоретичних: аналіз, синтез, систематизація, порівняння, узагальнення для з'ясування змісту базових понять процесу формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти; емпіричних: тестування та експертне опитування для діагностики рівня сформованості медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти;

статистичних: методи математичної статистики для порівняння та підтвердження емпіричних результатів дослідження.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що: *вперше* розроблено, теоретично обґрунтовано й експериментально перевірено технологію формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти, сутність якої полягає у спрямованості на: 1) розвиток навичок критичного мислення здобувачів освіти; 2) формування інформаційного медіапростору закладу вищої освіти, насичення його українським імперативом; 3) активізацію самостійної навчально-пізнавальної діяльності здобувачів освіти; *набули подальшого розвитку* наукові уявлення про сутнісні характеристики й зміст діяльності студентської телерадіостудії щодо формування медіакультури здобувачів освіти; *уточнено* особливості педагогічної підтримки процесу формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти.

Практична значимість дослідження полягає в тому, що розроблені та впроваджені в діяльність університету „***” форми і методи формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти, може бути використано в роботі закладів освіти в умовах гібридної війни.

Структура роботи: робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (20 позицій), додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ У ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

1.1. Науково-теоретичний аналіз проблеми формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти

З 2014 року на території Донецької та Луганської областей України триває збройний конфлікт. І хоча наразі діє режим припинення вогню, але операція об'єднаних сил триває й конфлікт, хоча й не в такій гострій фазі, продовжується.

В. Курило, С. Савченко та О. Караман визначають події на сході України як гібридну війну, яка являє собою потужний засіб непрямого невоєнного впливу на політику окремих держав і на міжнародну обстановку в цілому. Підсилюється протиборотство в глобальному інформаційному просторі, обумовлене прагненням Росії використовувати інформаційні й комунікаційні технології для досягнення цілей світового панування [19].

В умовах гібридної війни особливо актуальними стають технології маніпулювання суспільною свідомістю, які активно використовуються із залученням широкого діапазону засобів фальсифікації історії та викривлення фактів.

У сучасних реаліях пропагандистської війни та військової агресії важливу роль набувають проблеми, що пов'язані з формуванням медіакультури, яка займає чільне місце в дослідженні соціальної детермінації людської поведінки, її саморегуляції та прогнозуванні. Формування медіакультури відіграє важливу роль у регуляції поведінки особистості, формуванні світогляду та переконань, особливо на етапі соціально-професійного становлення молоді.

Поняття „медіакультура” науковці почали досліджувати ще в ХІХ-ХХ ст. Саме тоді Г. Тард висунув гіпотезу про існування прямої залежності між характером передачі інформації та способом суспільного устрою [9, с. 69-77].

З плином часу поняття „медіакультура” почало досліджуватися у розрізі різних дисциплін, які пов'язані з комунікативістикою. Дослідження медіакультури включало такі напрямки аналізу, як культурні дослідження,

постмодерністську методологію, феноменологію, семіотичний аналіз, теорію масової комунікації, культуральну соціологію тощо.

Уперше медіакультуру як загальне соціокомунікаційне явище досліджував у своїх працях культуролог-комунікативіст Г. Інніс. Науковець прийшов до висновку, що існує закономірний зв'язок між розвитком цивілізацій і засобами комунікації. На думку Г. Інніса, засоби масової інформації тісно переплетені з соціокультурними процесами суспільства і значною мірою впливають на них.

За визначенням О. Баришпольця медіакультура трактується як особливий різновид культури, що зародився з появою мас-медіа і розвивається разом з їх розвитком; складова частина інформаційної і загальної культури суспільства та особистості. Її складові: медіакультура суспільства і медіакультура особистості [3].

О. Баришполець, О. Голубева, Л. Найдьонова Г. Мироненко та В. Різун визначають медіакультуру особистості як певний рівень розвитку особистості під кутом зору її здатності ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі: розпізнавати, сприймати, розуміти, аналізувати, оцінювати медіа тексти, тлумачити поширювану через мас-медіа культурну, політичну та ін. інформацію і адекватно реагувати на неї, долучатися до медіа творчості, засвоювати нові знання за допомогою медіа. Складовими медіакультури є медіаобізнаність, медіаграмотність та медіаосвіченість [13, с. 32-41].

Основні складові медіакультури особистості представлені у Додатку А.

Медіаосвіченість дослідники трактують як розвинуту здатність сприймати, аналізувати та створювати медіатексти, розуміти соціокультурний та політичний контекст функціонування медіа, а також здатність вступати в медіадіалог між виробниками і споживачами інформації, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства, що передбачає: знання способів, за допомогою яких медіа конструюють реальність; знання соціального, культурного, політичного та економічного значення цих конструкцій та поширюваних ними цінностей, їхньої практичної значущості та ідей, що

містяться в них; усвідомлення того, що творці медіатекстів керуються безліччю економічних, політичних, організаційних, технічних, соціальних та культурних мотивів; розуміння того, що кожна людина так чи інакше долучається до селективного та аналітичного процесу дослідження медіатекстів [13, с. 32-41].

Медіаосвіченість передбачає високий рівень розвитку медіакультури особистості. А одним із найважливіших завдань медіаосвіти є розвиток критичного мислення.

Медіаграмотність науковці розуміють у двох розрізах: як сукупність мотивів, знань, навичок, умінь та можливостей, що сприяють сприйманню, добору, використанню та критичному аналізу медійної інформації; та як здатність використовувати засоби масової комунікації для задоволення інформаційних потреб, оцінювати, створювати і передавати повідомлення різних форм, жанрів, а також аналізувати складні процеси соціокультурного і політичного контексту функціонування медіа в суспільстві.

Базується на моделі, яка заохочує людей критично ставитися до того, що вони дивляться, слухають, читають; по-друге, визначено як комплекс навичок та вмінь користуватися технікою мас-медіа та спілкуватися за їх допомогою [13, с. 32-41].

Велику увагу дослідженню проблем медіаграмотності приділяє О. Баришполець. Науковець виділяє наступні критерії медіаграмотності: медіаактивність – спрямованість особистості на свідоме споживання медіапродукції; аналітичність – здатність оцінювати медіапродукцію з позицій соціальної реальності, використовуючи різні джерела інформації різної спрямованості та зіставляючи нову інформацію з раніше отриманою; здатність до образного сприйняття та образного аналізу; селективність – високорозвинена здатність розрізняти першорядну і другорядну інформацію, абстрагуватися від надлишкової; свідомий відбір інформації, необхідної для виконання соціальних ролей.

О. Баришполець виділяє й декілька рівнів медіаграмотності, зокрема високий, середній, низький та нульовий (повна відсутність певної ознаки

медіаграмотності). Інтегральним показником є базовий рівень – комплекс мінімально необхідних знань, навичок та вмінь, які забезпечують людині можливість функціонування в медійному середовищі [3].

Медіаобізнаність визначають як систему знань про засоби масової комунікації, особливості їх функціонування, їх вплив на розвиток особистості; а також як властивість комуніканта вільно орієнтуватися в інформаційному середовищі, швидко знаходити необхідні джерела інформації та ефективно їх використовувати [3].

Унаслідок військових дій, масової загибелі людей, втрати членів сім'ї, стресу, втрати домівок, переселення на нову територію, потрапляння в нове соціальне середовище, агресивної інформаційної політики з боку Російської Федерації, перебування у спотвореній і викривленій „зомбі реальності”, яку поки що не можуть перебороти українські інформаційні ресурси, відбулася деформація масової свідомості частини жителів Сходу України. Одним словом, населення та молодь прифронтової зони, передусім, втратила сенс життя та зрозуміле майбутнє; ідентичність у належності до українського суспільства, держави та нації; віру у свободу й справедливість; можливість ненасильницького, толерантного вирішення проблем тощо [6].

Актуальність дослідження підтверджують і дописи в соціальних мережах Є. Кравчук, голови Комітету Верховної Ради з питань гуманітарної та інформаційної політики. Вона зазначає, що у 2020 році понад 80% українців стикалися з дезінформацією у ЗМІ про COVID-19 та інші важливі теми. І тільки 3 % українців вдалося визначити різницю між справжньою та неправдивою інформацією.

Наразі в Україні фахівці Міністерства культури та інформаційної політики, фахівці сфери медіаосвіти, громадські організації й активісти ведуть активну роботу над всеукраїнським проєктом з медіаграмотності, який повинен навчити громадян відрізняти новини від фейків, робити фактчекінг та сформувати критичне мислення як у молоді, так і дорослого населення.

Отже, проблема формування медіакультури здобувачів освіти в Україні є актуальною та потребує ґрунтовного дослідження.

1.2. Сутнісна характеристика діяльності студентської телерадіостудії у формуванні медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти

Гібридна війна на сході України призвела до дестабілізації суспільно-політичної ситуації в державі та виокремлення низки нових категорій, які потребують підтримки в подоланні стресової ситуації та формуванні навичок психосоціальної адаптації.

Ситуація, що склалася на сході України, може особливо позначитись на формуванні молодого покоління. Адже саме молодь піддається негативному інформаційному впливу з боку держави-агресора. Застосування „брудних” інформаційних технологій та технологій маніпулювання призводять до того, що молодь втрачає життєві орієнтири, а для молодих осіб характерними стають низька соціальна активність, нереалістичність професійної орієнтації, недостатність комунікативних навичок для адекватних соціальних контактів. Саме тому в сучасних умовах особливо важливою складовою роботи зі здобувачами освіти у закладі вищої освіти є педагогічна підтримка формування медіакультури особистості. Саме сформована медіакультура особистості значно зменшує негативний вплив на особистість інформаційних технологій та маніпуляцій, дозволяє критично сприймати та аналізувати інформацію, уміти розпізнавати фейкові новини.

Ще одним важливим аспектом у рамках нашого дослідження є те, що в ході гібридної війни на сході України сформувалася нова категорія осіб, які потребують підтримки та допомоги, а саме – внутрішньо-переміщені особи. Це мирне населення, яке вимушене було покинути зону бойових дій. Велика частина цих осіб наразі проживають на території Луганської та Донецької областей, а також і в інших регіонах України. Саме ця категорія осіб, після повернення окупованих територій, буде нести на ту територію українську національну

ідентичність та цінності, а, отже, стане опорою для відновлення суспільно-політичної стабільності Донецького та Луганського регіону.

Ми повністю поділяємо думку О. Асєєвої, що особливу небезпеку гібридна війна становить для студентської молоді України. Гібридна війна в освіті – це, першою чергою, боротьба не за тексти у підручниках і не за риторику педагогів на заняттях. Це – боротьба за молодь, її свідомість, мислення, це війна з використанням переважно інформаційної зброї, тобто інформаційних технологій, які базуються на брехні, напівправді; поширенні чуток неправдивих версій, придуманих подій, обманних інтерпретацій того, що відбувається. Це тотальне нав'язування населенню, а головне – молоді, агресивного, антиукраїнського контенту, в якому чітко простежуються історичні, політичні, економічні, культурні, соціальні аспекти [2, с. 7-8].

Саме тому заклади вищої освіти повинні звернути особливу увагу на формування медіакультури здобувачів освіти, які в майбутньому виступлять провідником українських інтересів та одним із дієвих заходів майбутньої реінтеграції тимчасово окупованих територій України.

У сучасних умовах медіакультура є об'єктивною реальністю, атрибутом сучасного життя, що розвивається за своїми законами, де суспільство й окрема особистість можуть виступати одночасно і споживачами, і творцями медіакультури [10, с. 52-53].

Процес формування медіакультури здобувачів освіти в закладі освіти має свої специфічні особливості, пов'язані з віковими та соціальними особливостями молоді.

Т. Фурсикова наголошує, що система розвитку медіакультури в закладі освіти повинна узгоджуватись із логікою освітнього процесу і враховувати його зміст, організаційні умови, навчально-методичне забезпечення, інформаційно-технологічні особливості професійної підготовки здобувачів освіти.

Сьогодні у закладах вищої освіти активно продовжують свою діяльність студентські телерадіостудії, які почали активно з'являтися в університетах з розвитком інформаційних технологій.

А. Тернова у своїх дослідженнях приходить до висновку, що сучасні телерадіостудії, які здійснюють свою діяльність у закладах вищої освіти, виконують освітню функцію. Такі студії стають творчими майданчиками для студентської молоді, що дозволяє стати центрами апробації теоретичних знань на практиці. На думку ученої, саме студентські телерадіостудії є першим, початковим етапом у розвитку молодіжного телебачення в Україні.

Телерадіоефір у закладі вищої освіти – це можливість не лише якісно здійснювати навчання, а й PR-проектів та їхніх виконавців, стартовий трамплін до професійного росту здобувачів освіти. Важливим складником студентського телерадіомовлення стає онлайн-режим, адже воно маловитратне й спроможне повноцінно реалізувати основні функції професійного телебачення, що цілком задовольняє тих, хто навчається [20, с. 310-315].

Ще однією важливою складовою студентського телерадіомовлення є те, що воно, не ставлячи за головну мету отримання прибутку, реалізує основні функції професійного телебачення і радіомовлення: інформування, просвітництва й розважання. І ці функції цілком адекватні для тих, хто навчається – отримувати знання, тобто додаткову інформацію; розвивати ерудицію, тобто пізнавати світ; не забувати про вікові особливості, тобто навчаючись – відпочивати й розважатися [5, с. 31-37].

Проте, сьогодні залишається недостатньо дослідженим питання діяльності студентських телерадіостудій щодо формування медіакультури здобувачів освіти закладів вищої освіти. Дослідники приділяють активну увагу просвітницькій функції студентських телерадіостудій, їх ролі в формуванні необхідних практичних навичок студентської молоді. Але студентські телерадіостудії часто недостатньо використовують свій потенціал щодо формування медіакультури здобувачів освіти.

Проведений теоретичний аналіз проблеми формування медіакультури здобувачів освіти в закладах вищої освіти дозволяє сформувати початкову *концепцію*, що визначає наукові орієнтири в розробці технології діяльності студентської телерадіостудії з формування медіакультури здобувачів освіти в

умовах гібридної війни. Концептуальне положення визначає, що діяльність студентської телерадіостудії щодо формування медіакультури здобувачів освіти в закладі вищої освіти полягає в єдності організації соціального досвіду здобувачів освіти й їх педагогічної підтримки. Так, технологія формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти має таку структуру: мета, завдання, зміст, форми й методи, взаємозв'язок яких обумовлює ефективність технології.

В умовах пропаганди та військового конфлікту діяльність студентської телерадіостудії повинна спрямовуватись на допомогу молодій людині виробити стійкий імунітет проти згубного інформаційного впливу через власний український імператив.

1.3. Діагностування сформованості медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти

Педагогічний експеримент щодо формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти реалізовувався в університеті „***” на базі факультету „***”. Зауважимо, що в межах роботи ми працювали зі здобувачами освіти 1-3 курсів (100 осіб). Протягом року (з січня 2020 року по січень 2021 року) ми вирішували завдання допомоги здобувачам освіти у процесі формуванні їх медіакультури.

Наразі в університеті „***” навчаються здобувачі освіти, зокрема з прифронтової зони та студенти, які мешкали на тимчасово окупованій території України. Отже, здобувачі освіти зазнають впливу різноманітних інформаційних атак, технологій маніпулювання свідомістю з боку держави-агресора. Це, у свою чергу, призводить до зростання ризику формування у молоді інших цінностей та схиблених поглядів. Саме тому нами було проведено анкетування щодо розуміння здобувачами освіти поняття патріотизму як однієї з найважливішої цінності особистості (Додаток Б, п. 1).

Проаналізувавши отримані дані, ми відзначили, що 32% опитаних здобувачів освіти не змогли дати конкретної точної відповіді щодо власного

розуміння патріотизму. Також 84 % опитаних нами здобувачів освіти не змогли назвати більше п'яти якостей, якими повинен володіти патріот України. А 48% опитаних назвали не більше 4-х звичаїв українського народу. Таким чином, у здобувачів освіти немає чітко сформованого уявлення про патріотизм та відсутні ґрунтовні знання щодо звичаїв та традицій українського народу.

З метою дослідження рівня сформованості медіакультури у здобувачів освіти в університеті „***” ми скористалися методикою, представленою у дослідженнях Т. Фурсикової, В. Вебера та Н. Хілько. Пропонована методика дозволяє визначити рівень сформованості медіакультури здобувачів освіти, їх уміння та знання з медіакомпетентності, а також практичні навички сприймання медіатексту та критичного мислення.

Так, методику дослідження рівня сформованості медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти ми розділили на 3 блоки, кожен з яких має свої цілі. Так, перший блок „Оцінювання рівня сформованості медіакультури здобувачів освіти ” (Додаток В, п. 1) дозволяє виявляти інтерес до медіакультури, медійної інформації та визначити вплив медіа на дозвільну діяльність.

Другий блок „самооцінка вмінь медіакомпетентності та медіаграмотності” (Додаток В, п. 2) дозволяє виявити самооцінку вмінь медіакомпетентності та медіаграмотності.

І третій, практично-операційний блок (Додаток В, п. 3), було складено на основі праць Т. Фурсикової та характеристиках рівнів практично-операційних (діяльнісних) показників, розроблених Н. Хілько. Цей блок дозволяє виявити практичні вміння зі створення та поширення медіатекстів та медіапродукту.

Отже, переходимо до аналізу отриманих даних. Ми визначили рівень сформованості медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти. Про рівень сформованості медіакультури судять за „розмахом” балів, які здобувачі освіти використали для оцінок (студентам було запропоновано поставити біля кожного твердження бали від 1 до 5 з огляду на те наскільки вони з ним згодні). За цим показником ми виділили три групи обстежуваних. Перша група використовувала всі оцінки п'ятибальної шкали – 44%, що свідчить про

сформованість медіакультури. Друга група користувалася тільки двома оцінками (36%) – рівень медіакультури перебуває на початковій стадії формування. Третя група використовувала лише один бал (17%). До цієї групи ми віднесли також тих, хто не зміг дати оцінки (3%). Такий результат свідчить про несформованість медіакультури (або відмову від участі в експерименті).

У другому блоці нашого опитування учасникам необхідно було за семибальною шкалою оцінити свою здатність та готовність сприймати медіатексти, критично оцінювати й фільтрувати медіаінформацію, розуміти вплив ЗМІ на свідомість людини. Так, за результатами проведеного другого блоку опитування ми визначили, що 62% опитаних необхідно робити зусилля аби сприйняти медіатекст. У 41% опитаних нерозвинене вміння критично оцінювати та сприймати медіаінформацію. Також, 57% опитаних нами здобувачів освіти не вміють розрізняти емоційну й аргументовану реакцію під час сприйняття медіатекстів, щоб діяти відповідно. Тобто, студентська молодь часто емоційно реагує на певні медіатексти, що унеможливлює аргументований аналіз та критичне сприйняття медіапродукту.

Проведений практично-операційний блок нашого опитування продемонстрував, що 54% опитаних не мали досвіду створення та поширення медіатекстів різних видів і жанрів.

Отже, вважаємо, що формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти є важливим та актуальним завданням сучасної освіти, оскільки може стати знаряддям прискорення переходу суспільства до нових цінностей і стабілізації суспільного розвитку.

РОЗДІЛ 2

РОЗРОБКА Й УПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ МЕДІАКУЛЬТУРИ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ У ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

2.1. Науково-теоретичне обґрунтування технології формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти

Поняття „технологія” з точки зору педагогіки є актуальним та досліджується різними науковцями. Так, М. Кларін розглядає „педагогічну технологію” як напрям у педагогіці, який має за мету підвищити ефективність освітнього процесу, гарантувати досягнення поставлених цілей; дослідження з метою виявити принципи і розробити прийоми оптимізації освітнього процесу шляхом аналізу чинників, що підвищують освітню ефективність [12, с. 24].

На думку В. Андрєєва педагогічна технологія – це система проєктування і практичного застосування адекватних певній технології педагогічних закономірностей, цілей, принципів, змісту, форм, методів і засобів навчання і виховання, що гарантують достатньо високий рівень їх ефективності, у тому числі при подальшому використанні [4, с. 7].

У попередньому розділі ми дійшли висновку, що у сучасних умовах гібридної війни на сході України здобувачі освіти в закладах вищої освіти зазнають впливу різноманітних інформаційних атак, технологій маніпулювання свідомістю з боку держави-агресора, що призводить до зростання ризику формування у молоді інших цінностей та схиблених поглядів. Ми маємо чітко усвідомити необхідність формування медіакультури у молоді як важливої складової протистояння в гібридній війні. Здобувачі освіти, що вміють критично мислити, об’єктивно аналізувати отриману інформацію та володіють практичними навичками розпізнання фейків мають змогу ефективно протистояти інформаційним маніпуляціям та впливу ЗМІ, а, отже, зроблять марними намагання держави-агресора дестабілізувати ситуацію в Україні.

Отже, *метою* пропонованої технології є формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти (Додаток Г).

Прогнозуємо, що упровадження даної технології формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти допоможе вирішити наступні завдання: сформувати інформаційний медіапростір закладу вищої освіти, наситивши його українським імперативом; сформувати в здобувачів освіти навички критичного мислення; активізувати самостійну навчально-пізнавальну діяльність здобувачів освіти у закладі вищої освіти.

Отже, *зміст* технології формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти реалізується у три етапи шляхом педагогічної підтримки та супроводу.

У нашій діяльності ми будемо використовувати як індивідуальні, так і групові методи роботи. Саме індивідуальний підхід до особистості дозволяє краще її зрозуміти, виявити характерні особливості та спрогнозувати подальшу роботу. У той же час, вкрай актуальними є й групові форми роботи, де здобувачі освіти разом працюють над досягненням мети, обмінюються досвідом та враженнями від самостійної діяльності. Здобувачі освіти закріплюють комунікативні навички, отримують досвід взаємодії у колективі та навички роботи в команді.

Перший етап нашого експерименту передбачає *формування інформаційного медіапростору закладу вищої освіти, наситивши його українським імперативом.*

Так, реалізацію першого етапу технології ми будемо проводити на базі телерадіостудії університету „***”. Для вирішення першого завдання ми організуємо *конкурс* „Видатні українці: минуле та сучасність” щодо пошуку українського імперативу у мережі Інтернет. Роботи здобувачів освіти буде розміщено на інформаційних ресурсах університету. Також ми плануємо створити на інформаційних ресурсах університету „***” добірку українських фільмів, українських музичних хітів, цикл відеоінтерв'ю з викладачами, підприємцями та випускниками університету.

Для вирішення другого завдання (другий етап) – *формування у здобувачів навичок критичного мислення* – ми організуємо роботу медіаклубу.

У діяльність клубу ми запровадимо наступні *форми та методи*: зустрічі з журналістами; тренінгові заняття („Критичне мислення – запорука успіху”, „Вчимося мислити критично”); аналіз новинних сюжетів та телепрограм; аналіз друкованих ЗМІ на предмет відповідності стандартам журналістики; хвилини спілкування, які передбачають обговорення здобувачами освіти інформації, яку вони отримали зі ЗМІ, а також їх явлень про суспільство, громадську думку.

Останнє завдання (третій етап), яке ми маємо вирішити – це *активізація самостійної навчально-пізнавальної діяльності здобувачів освіти у закладі вищої освіти*, в основі якої лежить *проект зі створення здобувачами освіти власного медіапродукту*.

Варто більш детально описати та проаналізувати сутність проєктування як технологію розвитку здобувача освіти. Так, технологія проєктування повинна спонукати та мотивувати здобувача освіти до освоєння затребуваної у реальному житті діяльності. Здобувач освіти, склавши покроковий план дій, втілює його у життя. При цьому можна використовувати різноманітний ілюстративний матеріал, зокрема слайди та малюнки. Неодмінним етапом проєктування є аналіз отриманого результату та зворотній зв’язок.

Ми запровадимо ділову гру – презентацію проєкту „Мій власний медіапродукт” із запрошенням викладачів, здобувачів освіти та громадських активістів.

Отож, прогнозуємо, що у *результаті* впровадження розробленої технології формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти у студентів буде: сформовано навички критичного мислення; активізовано їх самостійну навчально-пізнавальну діяльність. А сформований інформаційний медіапростір у закладі вищої освіти буде насичений українським імперативом, що стане запорукою розвитку національної ідентичності молоді. Отже, у підсумку, це дозволить сформувати медіакультуру у здобувачів вищої освіти.

2.2. Упровадження технології формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти

У минулих розділах ми виявили та проаналізували актуальну проблему: сучасна молодь зазнає впливу різноманітних інформаційних атак, технологій маніпулювання свідомістю з боку держави-агресора, здобувачі освіти в закладах вищої освіти зазнають впливу різноманітних інформаційних атак, технологій маніпулювання свідомістю з боку держави-агресора. До того ж у здобувачів освіти, які перебувають у прифронтовій зоні та відвідують територію, тимчасово непідконтрольну Україні, є ризик формування інших цінностей та схиблених поглядів. Це призводить до потенційної можливості загострення конфлікту на Сході України та загрози занепаду Луганського й Донецького регіону. Отож, ми впроваджуємо у практику університету „***” розроблену нами технологію формування медіакультури здобувачів освіти.

Експеримент тривав один рік (з січня 2020 року по січень 2021 року). Він передбачав три взаємопов'язаних етапи, загальною метою яких стала педагогічна підтримка процесу формування медіакультури здобувачів освіти в університеті „***”. Своє дослідження ми будемо проводити на базі телерадіостудії університету „***”.

Перший етап передбачав формування інформаційного медіапростору закладу вищої освіти, наситивши його українським імперативом. Під українським імперативом ми розуміємо наші українські пісні, фільми, ЗМІ, продукти, нашу історію, традиції, видатних українців та інше. Тобто все те, що дає можливість пишатися своєю Батьківщиною.

Ми спланували, що можемо досягти цієї мети за допомогою опрацювання інформаційних ресурсів університету „***”. Так, у закладі вищої освіти є низка інформаційних ресурсів та майданчиків, на яких висвітлюється діяльність університету. Зокрема, є офіційний сайт університету; офіційні сайти структурних та відокремлених підрозділів; офіційні сайти фахових видань, які видає університет; сторінка університету в соціальних мережах „Facebook”, „Instagram”, „Twitter” та „Youtube”; а також офіційний сайт телерадіостудії.

Ми будемо формувати інформаційний медіапростір саме на базі телерадіостудії, оскільки сайт студії найчастіше відвідують саме здобувачі освіти, а студентська молодь бере активну участь у діяльності телерадіостудії.

Так, одним із важливих напрямів нашої діяльності стало створення циклу відеоінтерв'ю. Спільно зі співробітниками відділу маркетингу університету „***” ми записали інтерв'ю з випускником закладу вищої освіти, академіком Національної академії педагогічних наук України; доктором історичних наук, професором кафедри історії України; успішним підприємцем у сфері декорування. Кожне інтерв'ю було присвячене певній темі, зокрема з академіком Національної академії педагогічних наук України говорили про розвиток освіти в регіоні та процеси примирення в Україні. Професор кафедри історії України розповів про деякі історичні аспекти висвітлення подій Другої світової війни, а інтерв'ю з підприємцем було присвячено тому як організувати власний бізнес в Україні. Усі відеоінтерв'ю було розміщено на офіційному сайті університетської телерадіостудії та в соціальних мережах „Facebook” й „Youtube”.

Наступним кроком з формування інформаційного медіапростору стала розробка добірки українських фільмів та музичних хітів. У роботі ми скористалися мережею Інтернет, зокрема сайтами „BBC”, „Cinema.in.ua” та „Sykhiv.media”.

Також ми опитали здобувачів освіти щодо того, які українські фільми та музика їм подобаються найбільше. І за результатами опитування та аналізу Інтернет мережі склали добірку українських фільмів та музичних композицій. Так, серед інших українських кінострічок до списку увійшли „Дике поле”, „Захар Беркут”, „Ціна правди”, „Мої думки тихі”, „Тіні забутих предків” та фільми О. Довженка. Під час підготовки добірки музичних композицій ми також скористалися Інтернет-мережею та думкою здобувачів освіти і сформували список українських музичних хітів, до якого потрапили, зокрема, й наступні композиції: „Червона рута” (С. Ротару), „Дикі танці” (Руслана), „Без бою” (гурт „Океан Ельзи”), „1944” (Джамала), „Вона” (гурт „Плач Эремії”), „Весна” (гурт

„Воплі Відоплясова”), „Мовчати” (Скрябін та І. Білик), „Варто чи ні” (О. Пономарьов), „Плакала” (гурт „KAZKA”). Ми особливо обирали ті композиції, які відіграли важливу роль в українському державотворенні (наприклад, „Дикі танці”, композиція з якою співачка Руслана здобула перемогу на Євробаченні), а також пісні, які були популярні в різний час в Україні.

Добірка українських фільмів складалася з 30 найменувань та, у зв’язку з технічними характеристиками сайту телерадіостудії, була розміщена у вигляді назви кінострічки та посилання на сайт, де можна її переглянути.

Добірку музичних композицій, яка складалася з 50 пісень, ми повністю розмістили на сайті телерадіостудії університету „***”.

Також ми оголосили конкурс „Видатні українці: минуле та сучасність” щодо пошуку українського імперативу у всесвітній павутині, метою здобувачів освіти, як засобу виховання українця. Так, студенти отримали завдання протягом двох тижнів знайти в Інтернет-мережі інформацію про видатних українців, які зіграли значну роль в історії українського державотворення. Як результат здобувачам освіти необхідно було оформити знайдену інформацію у вигляді презентації.

Свої знахідки здобувачі освіти приносили до відділу маркетингу університету. Протягом тижня працювало журі з числа викладачів, співробітників та студентів. Варто зазначити, що здобувачі освіти старанно та відповідально попрацювали над завданням. Студенти дійшли висновку, що в українській історії є різні постаті (громадські діячі, спортсмени, митці, науковці, композитори, письменники, актори, лікарі), які стали відомими не тільки на теренах України, але й за кордоном. І кожен може зробити свій внесок у розвиток української держави. Журі після тривалих обговорень оголосило наступні номінації: ІТ-сфера (Дмитро Сергєєв, засновник міжнародного фотобанку „Depositphotos”); спортсмени (Яна Клочкова, українська плавчиня, яка виграла 5 олімпійських медалей); кінематограф (Олександр Довженко, український письменник, кінорежисер, кінодраматург, художник, класик світового кінематографа.); медицина (Микола Амосов, учений в галузі медицини та

біокібернетики, громадський діяч, академік Національної академії наук України); музика (Джамала, українська співачка кримськотатарського походження, народна артистка України, переможниця 61-го пісенного конкурсу „Євробачення”).

За результатами конкурсу роботи здобувачів освіти також було опубліковано на сайті телерадіостудії. Далі один раз на тиждень ми разом зі здобувачами освіти переглядали та обговорювали відео, фільми, слухали музику тощо.

Критичне мислення є неодмінною характеристикою сучасної особистості, запорукою її успішного протистояння різноманітним інформаційним маніпуляціям. Тому *другий етап* нашого експерименту полягав у формуванні в здобувачів навичок критичного мислення. З цією метою ми організували діяльність медіаклубу. Учасниками клубу стали студенти 1-3 курсів факультету „***” університету „***”.

На засіданнях медіаклубу разом працювали та спілкувалися здобувачі освіти, викладачі та громадські діячі міста. Також на засідання клубу ми запрошували журналістів. Так, під час зустрічі з журналістами місцевого видання студенти вчилися виявляти фейкові новини та аналізувати журналістські матеріали.

На засіданнях медіаклубу здобувачі освіти також розвивали вміння та навички сприймати телевізійну інформацію. З цією метою студенти відмічали фільми, телепрограми та новини, які вони переглядали протягом тижня, фіксували власні емоції, настрої та думки. Потім під час занять відбувалося їх обговорення, де здобувачі освіти розказували як на них вплинув певний фільм чи телепрограма. Такі обговорення є дуже важливими, адже повноцінний аналіз телепрограм та новин можливий лише за наявності вміння описувати свої власні враження.

Окрім цього, здобувачі освіти говорили про позитивні та негативні дії журналістів в новинних сюжетах. Студенти оцінювали моральну, культурну, політичну позиції тележурналіста, авторів, героїв, учасників конкретної

телепрограми, аналізували та обговорювали її. Таким чином, поступово у здобувачів освіти формувався певний імунітет проти телепрограм, що спрямовані на руйнацію національної культури, соціальних цінностей, пропаганду розпусти та соціальної дезорієнтації.

На засіданнях здобувачі совіти аналізували й друковані ЗМІ. Зокрема на дотримання стандартів журналістики, як об'єктивність та баланс думок. Також студенти намагалися знайти приховану рекламу в журналістських матеріалах.

У результаті активної участі у тренінгових заняттях здобувачі освіти навчилися працювати в групі, розуміти сутність і значення критичного мислення та опанували навички критичного мислення. Використовуючи матеріали збірника інноваційно-методичних робіт з медіаграмотності [8], ми провели тренінг, що мав на меті формування поглибленого розуміння ролі інформації в сучасних умовах, а також підготовку здобувачів освіти до захисту від маніпуляцій свідомістю.

За допомогою хвилин спілкування разом ми дійшли висновку, що засоби масової інформації можуть мати великий вплив на суспільно-політичні процеси, які відбуваються у державі. І цей вплив може бути як позитивним, так і негативним. Тому важливо вміти аналізувати всю інформацію.

Третій етап нашої роботи передбачав активізацію самостійної навчально-пізнавальної діяльності здобувачів освіти, в основі якої лежить проєкт зі створення студентами власного медіапродукту. Так, здобувачів освіти було розділено на групи. За кожною групою закріпили викладача та співробітника відділу маркетингу, які повинні були в разі потреби допомогти студенту у створенні медіапродукту. Варто відзначити, що на цьому етапі важливим є вміння здобувача освіти працювати самостійно.

Проєкт медіапродукту кожен здобувач освіти розробляв індивідуально, в залежності від власних інтересів та побажань.

Після цього відбулася презентація медіапродукту здобувачами освіти. Презентація проходила в кілька етапів протягом тижня (залежно від кількості

здобувачів освіти за один раз не більше десяти), час для презентації – п'ять-сім хвилин.

Так, кожен здобувач освіти презентував свій медіапродукт, аргументуючи свої думки та ідею. Під час презентації відбувається реалізація таких важливих характеристик для молоді, як необхідність відстояти власну думку та творчої мобілізації власних сил.

Після завершення презентацій ми також розмістили роботи здобувачів освіти на офіційному сайті телерадіостудії університету „***”, що дозволило значно покращити медіапростір університету.

2.3. Аналіз ефективності технології формування медіакультури здобувачів освіти в закладі вищої освіти

Заключним етапом нашої дослідницької роботи стала перевірка ефективності технології формування медіакультури здобувачів освіти в закладі вищої освіти.

Ми знову запропонували здобувачам освіти відповісти на питання анкети щодо розуміння ними поняття патріотизму (Додаток Б, п. 1). Відповіді студентів позитивно змінилися: 86% опитаних здобувачів освіти дали точну відповідь щодо власного розуміння патріотизму; 65% змогли назвати більше п'яти якостей, якими повинен володіти патріот України; 62% учнів відповіли, що їхня сім'я святкує державні та національні свята. Отже, після проведеного нами експерименту студенти усвідомили, що культура і духовність – це цивілізовані ознаки будь-якої нації, без яких є неможливим її існування.

Діагностуючи рівень сформованості медіакультури здобувачів освіти, ми, як і до експерименту скористалися методикою, представленою у дослідженнях Т. Фурсикової, В. Вебера та Н. Хілько. Ми запропонували респондентам оцінити за п'ятибальною шкалою твердження щодо роботи з медіа (Додаток В, п. 1). Так, за результатами дослідження медіакультура сформована у 79%; у 16% рівень медіакультури перебуває на початковій стадії; і лише в 5% ми фіксуємо несформованість рівня медіакультури. Такий результат можна пояснити тим, що

здобувачі освіти на впроваджених нами заняттях навчилися критично мислити, знаходити фейкові новини та аналізувати отриману інформацію.

Для наочності результати експериментальної роботи щодо сформованості рівня медіакультури відображено у Додатку Г.

Продовжуючи аналіз ефективності технології формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти, ми переходимо до даних, які характеризують здатність та готовність здобувачів освіти сприймати медіатексти, критично оцінювати й фільтрувати медіаінформацію. Так, за результатами проведеного опитування ми визначили, що вміння критично оцінювати та сприймати інформацію розвинене у 70% опитаних. Також 58% опитаних нами здобувачів освіти вміють розрізняти емоційну й аргументовану реакцію під час сприйняття медіатекстів, щоб діяти відповідно.

Отже, здобувачі освіти зрозуміли наскільки важливим є вміння аналізувати інформацію, критично її оцінювати та фільтрувати. Студенти на власні очі побачили технології маніпулювання свідомістю в телепрограмах та журналістських матеріалах.

Також учасники експерименту отримали досвід зі створення та поширення медіапродукту.

Отже, здобувачі освіти зрозуміли яку роль відіграє медіапростір та критичне мислення в сучасному житті суспільства. Молодь прагне успішного й щасливого майбутнього, розвитку регіону, в якому вони проживають. Студенти радо сприймають український імператив і головне завдання дорослих – створити умови для підтримки проукраїнських медіа.

ВИСНОВКИ

Однією з актуальних проблем сучасності є формування медіакультури молодого покоління. Гібридна війна на сході України, застосування „брудних” інформаційних технологій маніпулювання свідомістю особистості призвели до дестабілізації суспільно-політичної ситуації на сході та формування у молоді цінностей держави-агресора. У сучасному розумінні медіакультуру особистості визначають як певний рівень розвитку особистості під кутом зору її здатності ефективно взаємодіяти з мас-медіа, адекватно поводитися в інформаційному середовищі.

У сучасних умовах суспільно-політичної кризи в Україні медіакультуру варто розглядати з точки зору ресурсу для необхідних змін у суспільстві.

Успішне майбутнє сучасної молоді великою мірою залежить від допомоги дорослих, яким варто прикласти максимум зусиль для того, щоб здобувачі освіти стати гідними громадянами держави, продовжувачами традицій видатних українців та патріотами свого регіону, які докладуть значні зусилля для політичної та соціально-економічної стабілізації ситуації в рідному краї.

В умовах гібридної війни важливим завданням закладів вищої освіти є допомога молодій людині виробити стійкий імунітет проти згубного інформаційного впливу через власний український імператив. У цьому контексті важливою є діяльність студентських телерадіостудій, якій формують медіапростір закладів освіти та є майданчиком для апробації студентами отриманих знань на практиці.

Імовірність подальшого загострення військового конфлікту та загроза занепаду регіону призводять до проблем молоді прифронтової зони. Формування медіакультури здобувачів освіти може стати знаряддям прискорення переходу суспільства до нових цінностей і стабілізації суспільного розвитку. Отож, ми впровадили у практику університету „***” розроблену нами технологію формування медіакультури здобувачів освіти.

Зміст технології реалізовувався у три етапи, кожен з яких передбачав виконання окремих завдань та використання форм та методів. Так, перший етап

експерименту передбачав формування інформаційного медіапростору закладу вищої освіти, наситивши його українським імперативом. Для вирішення другого завдання – формування у здобувачів навичок критичного мислення – ми організували роботу медіаклубу, де запровадили наступні форми та методи: зустрічі з журналістами; тренінгові заняття („Критичне мислення – запорука успіху”, „Вчимося мислити критично”); аналіз новинних сюжетів та телепрограм; аналіз друкованих ЗМІ на предмет відповідності стандартам журналістики; хвилини спілкування, які передбачали обговорення здобувачами освіти інформації, яку вони отримали зі ЗМІ, а також їх явлень про суспільство, громадську думку. Третій етап передбачав активізацію самостійної навчально-пізнавальної діяльності здобувачів освіти у закладі вищої освіти, в основі якої лежав проєкт зі створення здобувачами освіти власного медіапродукту.

Упровадження розробленої нами технології формування медіакультури здобувачів освіти засвідчує: у студентів сформовано навички критичного мислення; у закладі освіти створено інформаційний медіапростір, насичений українським імперативом; у студентів започатковано формування медіакультури.

Отже, завдання наукової роботи вирішено, гіпотезу підтверджено. Наразі проблема формування медіакультури здобувачів освіти є актуальною й потребує подальшого дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

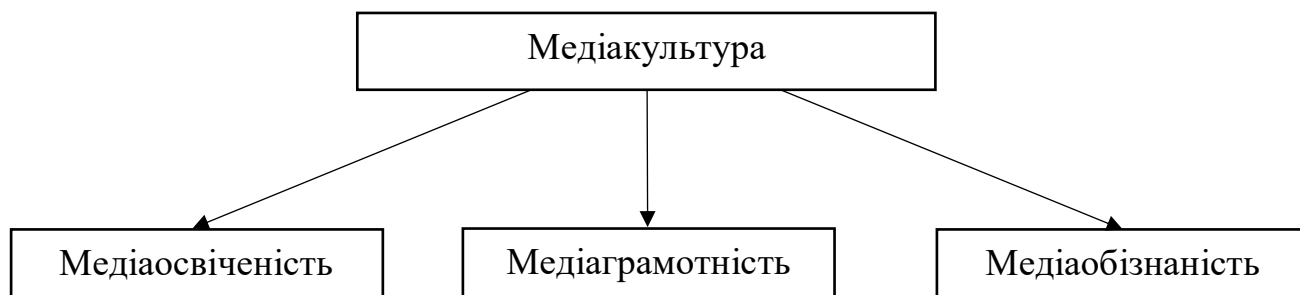
1. Алексєєва-Вовк М. І. Сутність процесу соціалізації студентів вищих навчальних закладів. URL: http://www.rusnauka.com/21_NIEK_2007/Psihologia/24227.doc.htm
2. Асєєва О. А. Інформаційна війна як негативний чинник впливу на процес адаптації студентської молоді Донбасу. *Освіта та педагогічна наука*. 2019. № 1 (170). С. 7–8.
3. Баришполець О. Т. Український словник медіакультури. Київ : Міленіум, 2014. 196 с.
4. Васюк О. В., Виговська С. В. Сучасні підходи до трактування поняття „педагогічна технологія”. *Вісник Національного університету оборони України*. 2011. № 6 (25). С. 7.
5. Гоян В., Гоян О. Студентське телерадіомовлення в контексті розвитку медіаринку: український досвід. *Теле- та радіожурналістика*. 2014. № 13. С. 31–37.
6. Діти війни: дослідження проблем дитинства в Україні за умов військової агресії. URL : <http://uire.org.ua/doslidzhennya/1738/>.
7. Драч І. Як облаштувати інформаційний простір. *Людина і влада*. 2001. № 1–2. С. 68.
8. Збірник інноваційно-методичних робіт з медіаграмотності / редактор-укладач О. Самойленко. Київ: ГО „Донецький прес-клуб”, 2016, 242 с.
9. Зражевська Н. Медіакультура як об’єкт соціокультурних досліджень. *Теле- та радіожурналістика*. 2014. № 13. С. 69–77.
10. Калиндирець Н. М. Поняття медіакультури студентів вищих навчальних закладів України. *Теоретичні питання культури, освіти та виховання*. 2012. № 46. С. 52–53.
11. Карпенко В. Інформаційний простір як чинник національної безпеки України. *Українознавство : науковий громадсько-політичний культурно-мистецький релігійно-філософський педагогічний журнал*. 2005. № 3. С. 182–192.

12. Кларин М. В. Педагогическая технология в учебном процессе. Анализ зарубежного опыта. Москва : Знание, 1989. 80 с.
13. Коневщинська О. Е. Розвиток медіаосвіти і медіакультури в умовах сучасного інформаційного суспільства. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2016. № 4. Том 54. С. 32–41.
14. Курило В. С., Савченко С. В., Караман О. Л. Соціалізація особистості в умовах гібридної війни на Сході України : монографія. Старобільськ : Держ. закл. „Луган. нац. ун-т імені Тараса Шевченка”, 2018. 240 с.
15. Лещук Г. В. Соціалізація особистості як соціально-педагогічне явище. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія „Педагогіка. Соціальна робота”*. 2011. № 20. С. 71–73.
16. Лисенко В. В. Проблеми інформаційної незалежності держави. URL : [http:// www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=59&c=1318](http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=59&c=1318).
17. Марута Н. О., Маркова М. В. Інформаційно-психологічна війна як новий виклик сучасності: стан проблеми та напрямки її подолання. *Український вісник психоневрології*. 2015. Т. 23. № 3 (84). С. 21–28.
18. Морозова Е. Е. К вопросу о социализации личности средствами патриотического воспитания в гуманистическом образовательном пространстве. *Сибирский педагогический журнал (Вопросы воспитания и обучения)*. 2017. № 2. С. 26–30.
19. Савченко С. В. Зміни соціальних норм та ціннісних орієнтацій молоді Донбасу в умовах гібридної війни. *Освіта та педагогічна наука*. 2018. № 1 (168). С. 6.
20. Тернова А. Телевізійні навчальні студії: формування та перспективи. *Вісник Львівського національного університету імені Івана Франка. Серія „Журналістика”*. 2013. № 38. С. 310–315.

ДОДАТКИ

Додаток А

Основні складові медіакультури особистості



Медіаосвіченість дослідники трактують як розвинуту здатність сприймати, аналізувати та створювати медіатексти, розуміти соціокультурний та політичний контекст функціонування медіа, а також здатність вступати в медіадіалог між виробниками і споживачами інформації, створювати нові елементи медіакультури сучасного суспільства [12, с. 32–41].

Медіаграмотність науковці розуміють у двох розрізах: як сукупність мотивів, знань, навичок, умінь та можливостей, що сприяють сприйманню, добору, використанню та критичному аналізу медійної інформації; та як здатність використовувати засоби масової комунікації для задоволення інформаційних потреб, оцінювати, створювати і передавати повідомлення різних форм, жанрів, а також аналізувати складні процеси соціокультурного і політичного контексту функціонування медіа в суспільстві [12, с. 32–41].

Медіаобізнаність визначають як систему знань про засоби масової комунікації, особливості їх функціонування, їх вплив на розвиток особистості; а також як властивість комуніканта вільно орієнтуватися в інформаційному середовищі, швидко знаходити необхідні джерела інформації та ефективно їх використовувати [3].

Додаток Б

Діагностувальний опитувальник

1. *Уважно прочитайте опитувальник і, дайте будь ласка, відповіді!*
Велике прохання до Вас: поставтеся до цієї роботи відповідально. Дякуємо!

- Що Ви розумієте під „патріотизмом”?
- Якими якостями повинен володіти патріот України?
- Чи вважаєте Ви себе патріотом України?
- Назвіть звичаї та традиції українського народу.
- Чи святкують у Вас вдома українські свята?

Додаток В

1. Анкета „Оцінювання рівня сформованості медіакультури здобувачів освіти”

Шановні студенти, просимо вас відповісти на запитання. Анонімність відповідей гарантовано. Цінність дослідження залежить від того, наскільки відверто й докладно ви відповісте на питання. Заздалегідь дякуємо вам за допомогу!

Нижче наведено твердження щодо використання медіа. Укажіть наскільки ви згодні з наведеними твердженнями, поставивши біля кожного пункту бали від 1 до 5 (5 – повністю згоден, 4 – переважно згоден, 3 – важко сказати, 2 – більше не згоден ніж згоден, 1 – не згоден).

1. Краще отримувати інформацію з паперових текстів.
2. Варто надавати перевагу електронному (телевізійному, комп’ютерному, інтернетному та ін.) формату інформації.
3. Я читаю літературу тільки з навчальною метою.
4. Я надаю перевагу розважальній літературі.
5. У моєму читанні переважає інформаційне, ділове читання.
6. Я надаю перевагу купівлі книги в книжковому магазині, а не завантажую її електронний варіант на комп’ютер або телефон.
7. Друковані ЗМІ публікують тільки перевірену інформацію, отже, друкованим ЗМІ можна довіряти.
8. Я більше довіряю інформації, отриманій від різноманітних блогерів.
9. Я сприймаю інформацію про новини та події тільки від одного конкретного телеканалу, не користуючись іншими.

2. II блок – „Самооцінка вмінь медіакомпетентності та медіаграмотності”

Оцініть свої здатність і готовність (за семибальною шкалою, де: 1 – не яскраво виражена, 2 – ні, 3 – швидше ні, ніж так, 4 – не знаю, 5 – швидше так, ніж ні, 6 – так, 7 яскраво виражена):

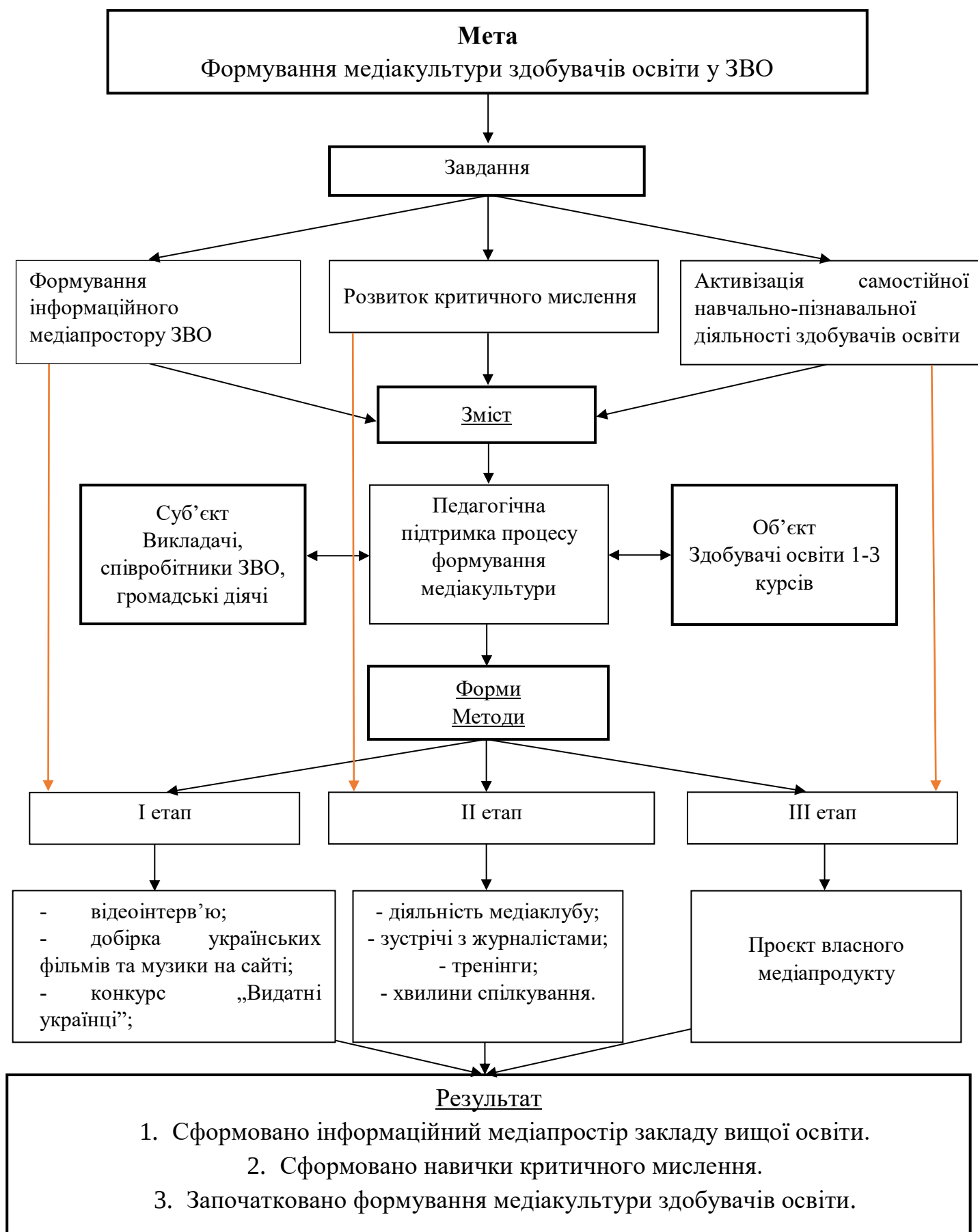
Зробити зусилля, щоб сприймати	1	2	3	4	5	6	7
Зрозуміти зміст медіатексту	1	2	3	4	5	6	7
Критично оцінювати й фільтрувати незначну медіаінформацію	1	2	3	4	5	6	7
Розуміти й поважати силу впливу медіатекстів	1	2	3	4	5	6	7
Розрізняти емоційну й аргументовану реакцію під час сприйняття медіатекстів, щоб діяти відповідно	1	2	3	4	5	6	7
Оцінити зміст медіатексту	1	2	3	4	5	6	7
Міркувати про медіатексти критично, незалежно від того, наскільки впливові їхні джерела	1	2	3	4	5	6	7
Розуміти вплив різних медіа незалежно від складності медіатекстів	1	2	3	4	5	6	7
Відбирати й використовувати те, що можуть запропонувати медіа	1	2	3	4	5	6	7
Розробити свій власний медіапродукт	1	2	3	4	5	6	7

3. III блок – практично-операційний

1. Чи виявляєте ви практичні вміння самостійного вибору, створення / поширення медіатекстів?
2. Чи здійснюєте ви активну самоосвіту в медійній галузі?
3. Чи створюєте й поширюєте медіатексти (зокрема й створені особисто або в складі групи людей) різних видів і жанрів за допомогою консультацій педагогів / фахівців?
4. Чи можете ви створювати ефективні й відповідальні медіатексти?
5. Чи вмієте ви вибирати ті чи ті медіа й медіатексти?
6. Чи можете ви створювати / поширювати власні медіатексти?

Додаток Г

Технологія формування медіакультури здобувачів освіти у закладі вищої освіти



Додаток Г**Результати експериментальної роботи***Рис. 2 Ступінь сформованості медіакультури в здобувачів освіти*