

Л. А. Найдьонова, Н. І. Череповська,
О. Л. Вознесенська, Ю. С. Чаплінська,
Н. О. Обухова, Н. Л. Дятел,
І. О. Бондаревська, О. О. Кришовська

«МЕДІАКУЛЬТУРА»

Навчальна програма
для учнів 9, 10, 11 класів
закладів загальної середньої освіти
(три роки навчання)

Укладачі: Л. А. Найдьонова, Н. І. Череповська
За редакцією Л. А. Найдьонової

Київ - 2018

Медіакультура. Навчальна програма для учнів 9, 10, 11 класів закладів загальної середньої освіти (три роки навчання) / Л. А. Найдьонова, Н. І. Череповська, О. Л. Вознесенська, Ю. С. Чаплінська, Н. О. Обухова, Н. Л. Дятел, І. О. Бондаревська, О. О. Кришовська; уклад. Л. А. Найдьонова, Н. І. Череповська; за ред. Л. А. Найдьонової; Інститут соціальної та політичної психології НАПН України. – Київ, 2018. – 78 с.

Схвалено МОН України
Лист № 221\10-1767 від 04.06.2018

Пояснювальна записка

Розвиток медіакультури суспільства та соціально відповідального медіасередовища є життєво важливим інтересом суспільства і держави, як зазначається в Доктрині інформаційної безпеки України (Указ Президента України №47/2017 від 25 лютого 2017 року). Підвищення медіа-грамотності суспільства має бути пріоритетом державної політики в інформаційній сфері.

Сучасні діти й підлітки не бачать свого життя без медіа. Вони отримують інформацію і засвоюють зразки поведінки з медіа, що визначає їхню кіберсоціалізацію, яка відбувається часто поза участю батьків в умовах, коли повний контроль медіасередовища є неможливим. Одним із важливих сучасних напрямів виховання молоді є формування особистісної медіакультури. Розвинена медіакультура особистості передбачає як пошук, сприймання, критичний аналіз, адекватне оцінювання та осмислення різноманітної медіапродукції, так і створення власних медіапродуктів на основі усвідомленої системи цінностей і переконань у взаємодії з іншими людьми. Ціннісна смислова саморегуляція – це основний психологічний механізм, який перетворює медіаграмотність особистості на її персональну медіакультуру. Створений людиною сенс життя і прийняті нею цінності дають додаткові потужні можливості регулювати свою поведінку і розв'язувати проблеми або конфлікти, робити обґрунтований вибір у складних суперечливих ситуаціях життя і його відображення в медіа. Медіаграмотна людина знає і вміє, а медіакультурна – діє або не діє згідно зі своїми переконаннями, здійснює своїми діями вчинок заради чогось (цінності, смислу, інших вищих психічних регуляторів). Медіакультура особистості – передбачає наявність у людини власної картини світу, розуміння нею соціокультурного й політичного контексту закономірностей функціонування медіа в сучасному світі. Свідоме ставлення і критичне мислення є особливо актуальними під час інформаційно-психологічних атак, поширення «фейків» – підробної, навмисно створеної неправдивої інформації, провокування соціального песимізму і нав'язування підліткам різних способів самоушкодження.

Формування належного рівня медіакультури особистості можна сьогодні забезпечити завдяки комплексу заходів. Ключовим серед них є введення до шкільної програми старшої школи спеціалі-

льного медіаосвітнього курсу «Медіакультура», у межах якого учні узагальнюватимуть власний неформальний досвід взаємодії із сучасними медіа, переосмислюватимуть знання, отримані в інших медіаосвітніх курсах, позашкільній роботі та під час реалізації різноманітних власних проєктів створення медіапродукції.

Відповідності до концепції Нової української школи застосовуватиметься інтегрований підхід: замість передавання учням певної кількості знань курс створює можливості для формування компетентностей у важливих для дітей уже сьогодні практичних завданнях і проєктах – при залученні учнів до парної та групової роботи, для підтримки їхнього виходу в проєктах за межі класної кімнати в простір школи і місцевої громади. Курс «Медіакультура» базується на принципі підготовки старшокласників до життя як творчих, патріотичних і конкурентоздатних особистостей, що вибудовують персональний проєкт майбутнього життєвого самоздійснення в професійній і громадській сферах.

Школа – це те інформаційно-освітнє середовище, яке може сформувати медіакультурну особистість, навчити дитину не лише знаходити потрібну інформацію, а й опрацьовувати великі обсяги інформації (що є важливим умінням сучасного фахівця в будь-якій спеціальності), розпізнавати неправдиву інформацію та протидіяти потенційно руйнівним інформаційним впливам (що є особливо актуальним в період гібридної війни), самовиражатися з повагою до інших, створюючи власний медіаконтент та вміти його поширювати з урахуванням адресата і керуючись етичними принципами. Сучасна українська школа має забезпечити превентивну підготовку дитини до безпечної взаємодії з медіа. Упровадження курсу дає можливість сформувати високий рівень медіакультури особистості, яка має компетентності, важливі для самоздійснення в сучасному інформаційному світі; зокрема здатність протидіяти агресивному медіасередовищу, розпізнавати медіаманіпуляції, бути стійким до медіатравматизації. Медіакультура особистості спирається на психологічну культуру саморегуляції емоційних станів старшокласника у взаємодії з медіа та іншими людьми за допомогою медіазасобів, дає учню можливість відчувати й утверджувати себе як відповідального носія і творця шкільної, національної і глобальної медіакультури.

Принципи побудови і реалізації курсу

Головною особливістю впровадження курсу «Медіакультура» має бути *гнучкість і спрямованість на природну мотивацію учнів* орієнтуватися в цифровому середовищі, що передбачає активний, творчий підхід з боку медіапедагога (учителя, який викладає курс) у співпраці із психологом, соціальним педагогом, батьками, адміністрацією і педагогічним колективом закладу загальної середньої освіти.

Загальними принципами, на яких будуються заняття, мають бути принципи *паритетності і балансу*.

Принцип паритетності передбачає рівність прав висловлювати свою думку, відстоювати власну позицію, а також опрацьовувати зворотні зв'язки і за необхідності коригувати свої погляди в ситуації дружнього спілкування людей з різним рівнем компетентності на спільному медіаосвітньому майданчику. Спілкування на уроці відбувається як обмін знаннями: варто укласти угоду з учнями про взаємне навчання в цьому курсі (учні навчаються того, що знає вчитель, а вчитель навчається того, у чому самі учні вже є більш компетентними й обізнаними). Варто делегувати учням підготовку тематичних інформаційних повідомлень, а вчителю давати обґрунтовані зворотні зв'язки, порушувати проблемні питання, провокувати розмову щодо ціннісно-сміслових зв'язків і самовизначень, просити допомоги і перевіряти точність свого розуміння щодо самовираження дітьми їхньої думки, коректно висловлювати й обґрунтовувати своє ставлення, демонструвати синтез позицій у ході розв'язання дилем тощо. Коротка формула: *Важлива думка кожного в нашому обміні знаннями*.

Принцип балансу в навчанні пов'язаний із корінним принципом балансу в діяльності медіа, що має кілька вимірів своєї реалізації. Так і в медіаосвітньому курсі прагнемо досягти балансу: між індивідуальними потребами учнів у сфері медіапрактик і організацією спілкування з повагою до іншого, між увагою до медіа і посиленням рухової активності, між інформативністю і розважальністю на занятті, між ситуативністю і плануванням майбутнього і т.ін. Коротка формула: *Баланс творимо разом*.

Обсяг курсу

Курс пропонується для вивчення старшокласниками впродовж 3 років навчання:

9 клас – 35 годин (2 години резервні)

10 клас – 35 годин (2 години резервні)

11 клас – 35 годин (2 години резервні)

За рішенням закладу освіти у 9 і 11 класах кількість годин може бути скорочено до 17 годин для уникнення перевантаження, враховуючи підготовку учнів до незалежного оцінювання. Проте, приймаючи такі рішення, варто зважати, що програма містить завдання й окремі теми, які мають психотерапевтичний потенціал, а це сприяє покращенню саморегуляції учнів у стресовий період їхнього життя. Вивчення курсу може за певних обставин починатися з 2-го або й з 3-го року (в 10 чи 11 класі), у цьому випадку вчитель може включати до програми окремі теми або матеріали з програми для попередніх років на власний розсуд і за побажаннями учнів.

Модульна побудова курсу

Матеріал курсу розподілено з урахуванням організації навчального процесу в чотирьох чвертях. Програма курсу для кожного року навчання складається з вступного і трьох змістових модулів:

Вступний орієнтувальний модуль є підготовчим і мотиваційним. Учні поглиблюють свої знання в сфері медіаграмотності, отримані в попередні періоди навчання, оновлюють правила взаємодії з медіа відповідно до своїх життєвих завдань і розширення власного соціального досвіду. У першій чверті учні осмислюють широку сферу використання медіаграмотності, планують і здійснюють різноманітні медіаосвітні події, беруть участь у всеукраїнських медіаосвітніх акціях, готують проекти до Глобального тижня медіаінформаційної грамотності, який у різних країнах проводиться в період, що припадає зазвичай на осінні канікули. Практична зорієнтованість вступного модуля актуалізує потребу в поглибленні знань, дає можливість учням відчувати себе замовниками курсу, спільно з учителем спланувати і скоригувати наповнення подальших трьох змістових модулів. Вступний модуль дає медіапедагогу можливість визначити рівень медіаграмотності учнів, отриманий у попередні періоди навчання, для відповідного коригування змісту:

чим нижчий рівень медіаграмотності, тим більше уваги має звертатися на розвиток медіаіунітету і медіа обізнаності; чим вищий рівень, тим більше часу відводитиметься в курсі на медіаторчість і рефлексію учнями власних медіапрактик для їх ціннісно-сміслової саморегуляції.

Три основні змістові модулі відповідають наступним навчальним чвертям, що полегшує проміжне підбиття підсумків:

Модуль 1. **Кіберкультура** (культура взаємодії з кіберпростором, насамперед інтернет-ресурсами).

Модуль 2. **Аудіовізуальна медіакультура** (сучасна культура аудіовізуальних, насамперед екранних, медіа).

Модуль 3. **Інформаційна культура** (загальна інформаційна культура сучасності).

Оскільки змістові модулі є відносно незалежними, перший і третій (кіберкультура та інформаційна культура) можуть за вибором учителя викладатися в запропонованому прямому або зворотному порядку, коли курс починається з інформаційної культури.

Мотиваційна відповідність курсу

Кожного наступного року модульна структура зберігається, а зміст Кожного наступного року модульна структура зберігається, а змістове наповнення модулів ускладнюється відповідно до мотивації, характерної для вікового розвитку старшокласників.

На 1-му році навчання пропонується введення у Медіакультуру в формі узагальнення власного досвіду, що стає, власне, продовженням курсів з основ медіаграмотності, якщо вони вивчалися учнями на попередніх етапах. Цей рік є рефлексивним, що відповідає потребам підлітків у самодослідженні і самовизначенні. Медіаосвітній курс сприяє активізації професійного самовизначення й осмислення проекту власного майбутнього.

2-й рік навчання – найбільш насичений – передбачає переосмислення і поглиблення змісту знань, основну структуру яких закладено в перший рік навчання. Медіаосвіта спрямована на переосмислення правил взаємодії з медіа, створення умов для становлення ціннісно-сміслової саморегуляції взаємодії з медіа, індивідуального самовираження й обробки зворотного зв'язку як у безпосередньому, так і в медіатизованому спілкуванні. Медіаосвітній

курс сприяє активізації громадянського самовизначення в проекті власного майбутнього.

На 3-му році навчання акцент зроблено на комунікативній і креативній груповій діяльності. Пропонуються різні види медіаторчості, медіа-арт-терапія та інші види прикладної медіаосвітньої діяльності, що сприяє антистресовій смисловій саморегуляції. Медіаосвітній курс сприяє активізації внутрішніх і групових ресурсів, опрацюванню пріоритетів у проекті власного майбутнього.

Загальна мета курсу:

розвиток медіаосвітньої компетентності учнів відповідно до вікових та індивідуальних особливостей їхніх медіапрактик та нагальних викликів у сучасних умовах інформаційного простору в Україні, що передбачає необхідність посилення *саморегуляції взаємодії з медіа* і потребує:

- формування в учнів *системи знань* щодо інформаційного суспільства, системи медіа, особливостей побудови стосунків за допомогою медіа, розуміння ролі парасоціальності (стосунків з медіаперсонажами), соціальних мереж, віртуальних застосунків та інших можливостей медіа в сучасному світі;

- розвитку *критичного мислення* та аналітичних здібностей щодо медіапростору і медіаспоживання, спрямованих на ефективну реалізацію отриманих знань задля формування об'єктивної та осмисленої картини світу;

- формування в учнів особистої аудіовізуальної медіакультури як розвитку *здатності практично застосовувати знання* та вміння взаємодіяти з аудіовізуальними творами в будь-яких медіа й у спілкуванні загалом, а також здатності протистояти деструктивним інформаційним впливам медіа, зокрема пропаганді (сприяти саморозвитку свідомого дієвого патріотизму шляхом обрання медіаконтенту);

- розвитку в учнів умінь, необхідних для *свідомої цілювальної медіаторчості* для самовираження, здатності до аналізу психологічних впливів продуктів медіаторчості, вміння прогнозувати вплив власної медіапродукції на глядачів і користувачів (з урахуванням поваги до приватності, гідності та різноманіття), готовності відповідати за наслідки створення і поширення медіаконтенту;

●засвоєння учнями знань та умінь, спрямованих на *ефективну організацію медіапрактик* та інформаційних процесів, а саме: створення, збирання, опрацювання і використання інформації, на основі якої формується картина світу і соціальний капітал, приймаються свідомі рішення, конструюється власне майбутнє.

Завдання курсу:

●створити *майданчик для дружнього обміну досвідом* взаємодії з медіа між учнями і з дорослими, в ході якого підтримується мотивація пошуку нових знань, формування умінь і бажання їх практичного застосування, усвідомлення особливостей життєвої ситуації і розвитку старших підлітків у взаємодії з медіа для побудови проекту власного майбутнього;

●ознайомити учнів з основними поняттями і *показниками медіа-інформаційної грамотності*, історією розвитку медіаосвіти, глобальними подіями у сфері медіаосвіти, українськими реаліями медіаосвіти в умовах інформаційного протистояння і міжнародного воєнного конфлікту та його довготривалих наслідків;

●ознайомити учнів з *тенденціями розвитку системи медіа*, змінами в провідних аудіовізуальних екранних і цифрових медіа, традиційними і новітніми видами медіатекстів, зразками сучасного медіамистецтва (медіа-арту), «масової» та «елітарної» медіакультури;

●роз'яснити значення інформації та її видів, способи отримання, обробки та поширення інформації, *критерії якості надання інформаційних послуг* медіавиробниками і мовниками; сформувати тезаурус понять щодо опису своєї взаємодії з медіасередовищем;

●створити умови для формування в учнів умінь аналізувати й *оцінювати вплив медіа на свій емоційний стан*, уявлення і переконання; розширити діапазон способів емоційної і ціннісно-сміслової саморегуляції взаємодії з різними медіа і за допомогою медіа, у тому числі медіарозваг;

●розвинути в учнів психологічні механізми критичного мислення і комунікативні вміння *аргументувати власну позицію*, відповідно презентувати себе, розуміючи особливості медіатизованого спілкування порівняно із спілкуванням безпосереднім;

●сформувати в учнів культуру *безпечного спілкування в мережі*, сприяти розумінню учнями явищ, механізмів та засобів ін-

формаційної війни, пропаганди і маніпуляцій (дезінформації, фейків-підробок тощо), уміння розрізняти мову ненависті і протистояти кіберцькуванню (кібербулінгу); тренувати вміння протистояти деструктивним руйнівним впливам і досягати своєї мети в спілкуванні з урахуванням етичних принципів;

- розвинути в учнів уміння створювати, узгоджувати і переосмислювати *правила взаємодії з медіа* як організаційної основи особистісної медіакультури, позитивно спрямовувати учнів у набутті умінь самоорганізовувати перегляди і користування інтернет-ресурсами, свідомо вибірково ставитися до аудіальних медіатекстів, аналізу новин, реклами, сучасних медіагероїв та медіаконтенту;

- прищеплювати старшокласникам *громадянський патріотизм* як ціннісно-смыслову основу особистісної медіакультури – за допомогою використання в курсі національно-патріотичного художнього медіаконтенту, підтримки патріотичної позиції учнів під час медіатизованого спілкування, сприяння позитивному зміцненню особистісного інформаційного патріотизму через його самоусвідомлення;

- виховувати в учнів *особисту відповідальність за використання медіапрактики*, спонукати до критичного опрацювання зворотного зв'язку в різних видах взаємодії в інформаційному просторі;

- сприяти формуванню *ставлення до медіа як до ресурсу саморозвитку* та засобу медіаторчості, самовираження і самоздійснення в забезпеченні психологічного благополуччя і побудові та реалізації проекту власного майбутнього;

- підтримувати бажання учнів *робити особистий внесок* своїми навчальними проектами у розвиток медіакультури закладу освіти і відкритого інформаційного простору місцевої громади.

Варіативність і гнучкість програми

Запропонована кількість часу на вивчення розділу або теми є орієнтовною. Учитель може її змінювати (у загальних межах 35 год.). Програма передбачає творчу співпрацю учителя й учня, а також індивідуальну самостійну роботу школяра, у тому числі щодо уточнення найбільш актуального змісту, що обговорюється на заняттях у межах зазначених модулів.

Згідно з методичними рекомендаціями МОН України, курси за вибором оцінюються за рішенням педагогічної ради. В орієнтовному плануванні зазначено модульні та підсумкові тестування, які синхронізовано можуть проводитися на загальноукраїнському рівні. У разі відмови від оцінювання години, відведені в календарному плані на проведення тестування, учитель на власний розсуд додає на вивчення окремих тем, підготовку і презентацію окремих учнівських проєктів з медіаторчості чи медіапсихологічних досліджень, індивідуальні консультації чи інші форми медіаосвітньої роботи на вибір учнів.

Міждисциплінарні зв'язки та інтегровані уроки

Змістові модулі мають міждисциплінарні зв'язки, що дають можливість інтеграції медіаосвітніх занять з уроками з інших предметів на вибір учителя. Це створює для вчителя додаткові можливості, щоб пристосувати типову програму до різних навчальних профілів та уподобань учнів, використовуючи групові форми роботи.

Окремі заняття модуля кіберкультури можуть бути інтегрованими з технологічним і математичним напрямками підготовки, зокрема з інформатикою – через вивчення цікавих учням нових застосунків, елементів кодування, дизайну, виконання практичних проєктів, що реалізуються в освітньому інтернет-просторі. Також існують можливості інтегрувати окремі заняття з біологією, географією, здоров'язберігальним напрямом освіти.

Окремі заняття з модуля аудіовізуальної культури можуть бути інтегровані з напрямом мовної підготовки через зв'язок із вивченням екранізацій програмних літературних творів, театральними проєктами, які передбачають розуміння екранної мови, аналітичну роботу, розвиток мовлення для самовираження і саморегуляції під впливом аудіовізуальної медіапродукції.

Модуль інформаційної медіакультури має можливості інтеграції окремих занять із громадянською освітою, суспільно-політичними дисциплінами, в яких передбачається осмислення поточної суспільно-політичної ситуації, розгляд проблем журналістики, розбір актуальних маніпуляцій в інформаційному просторі, моделювання соціальних діалогів, пошук шляхів побудови взаємо-

розуміння і самоздійснення, дотримання прав людини і дитини в цифровому середовищі, розвиток соціальних і комунікаційних умінь.

Комунікативна і психологічна зорієнтованість курсу «Медіакультура» передбачає також можливість проведення окремих занять спільно із психологом (соціальним педагогом, соціальним працівником) згідно з планом діяльності шкільної психологічної служби.

Курс «Медіакультура» передбачає можливість тісної взаємодії медіапедагога зі шкільною бібліотекою, що у світлі розвитку інформаційно-комунікаційних технологій перетворюється сьогодні на центр надання інформаційних послуг у глобальному цифровому середовищі світової мережі бібліотек.

У межах курсу «Медіакультура» можливі ініціативні учнівські проекти, які передбачають і заохочують взаємодію із шкільним самоврядуванням, органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями, медіавиробниками (преса, радіо, телебачення, інтернет-ресурси), до реалізації яких можуть залучатися батьки (за згодою).

Примітки до модулю «Аудіовізуальна медіакультура»:

1. До кожної теми модуля добирається візуальний медіаконтент для ілюстрування інформаційної частини заняття, а також для проведення практичних занять.

2. Проведення практикумів у форматі медіаклубів передбачає перегляд художніх стрічок проукраїнського змісту. Медіапедагог заздалегідь пропонує учням обрати з декількох запропонованих один фільм для домашнього перегляду, домашньої практичної роботи і подальшого його спільного обговорення в класі. Якщо хтось з учнів не бажає дивитися обраний фільм, він може обрати інший. Проте в індивідуальному порядку має виконати запропоноване практичне завдання, зокрема самостійно визначити жанр фільму, тематику, виокремити порушену в стрічці проблему, яку варто обговорити, запропонувати своє бачення цієї проблеми, можливі способи її розв'язання, віднайти у переглянутому корисне, цінне для себе, і представити в письмовій або усній формі презентації.

ЗМІСТ програми Медіакультура

Перший рік навчання: 9-й клас

Тема, зміст навчального матеріалу та очікувані результати (36 годин)

Вступний модуль. Від медіаграмотності до медіакультури (6-7 годин)

| № | ГОДИН | Зміст навчального матеріалу | Державні вимоги до рівня загальноосвітньої підготовки учнів |
|---|-------|--|--|
| 1 | 2 | <p>Тема 1. Медіапрактики і правила культурної взаємодії (2)</p> <p>«Мої літні медіапрактики» (есе, обговорення): співвідношення медіапрактик та інших способів відпочинку, скільки на них витрачається часу (реальне і бажане), чому так.</p> <p>«Мої власні правила взаємодії з медіа» (формулювання правил, обговорення): чому мої правила саме такі, як я ними користуюся, як часто переглядаю, чи узгоджую з іншими. Як працюють правила, що регулюють. Правила як критерій культури саморегуляції медіапрактик.</p> <p>До Дня українського кіно: «Мое медіаспоживання» (есе, обговорення): нові фільми українського виробництва і медіапродукція про мою країну, що ми знаємо, звідки беремо інформацію. Кінотеатри, телебачення та інтернет (YouTube) – відмінності медіаспоживання. Як медіапіратство впливає на медіавиробництво (моделювання уявного майбутнього); що було б, якби всі перестали платити за перегляд фільмів (ідея економічного зворотного зв'язку в системі ринкової регуляції медіа. Зворотний зв'язок як ознака культурної взаємодії).</p> <p>«Улюблені герої мультфільмів і фільмів»: яких медіагероїв мені не вистачає (побажання-замовлення медіавиробникам). Аналіз цінностей медіагероїв (добро, справедливість, істина, краса, сила, стійкість), на яких героїв хочу бути схожим, що вони дають мені в моєму житті.</p> | <p><i>Знають:</i> поняття «медіакультура», «медіапрактики», «зворотний зв'язок», «бюджет часу»</p> <p><i>Розуміють:</i> складові культури медіаспоживання.</p> <p><i>Уміють:</i> сформулювати правила, оцінити їхню спроможність регулювати медіапрактики, моделювати майбутні системи медіа.</p> <p><i>Усвідомлюють</i> і можуть оцінити обсяг та розмаїття своїх медіапрактик через розподіл бюджету часу; усвідомлюють себе як замовників медіапродукції.</p> |

| | | | |
|---|---|--|---|
| 2 | 2 | <p>Тема 2. Медіаграмотність: 5 основних законів (2)</p> <p>Що таке медіаграмотність у швидко змінюваному світі: медіа вчора, сьогодні і завтра. Як змінювалися медіа, як змінювалася медіаосвіта. Якою могла б бути перспектива медіаосвіти (футуристичні прогнози розвитку технологій і світу професій, які проблеми будуть у підлітків через 5-10 років, які рекомендації майбутнім старшокласникам щодо профілактики проблем).</p> <p>Кожен розуміє медіаграмотність по-своєму чи є загальні закони? Глобальні, європейські і національні ініціативи. Медіаінформаційна грамотність і медіакультура. Медіаграмотність у Доктрині інформаційної безпеки України.</p> <p>ЮНЕСКО і документи, що визначають медіаграмотність. Обговорення п'яти законів медіаграмотності (інфографіка https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko_opublikovala_pyat_printsipiv_mediynoi_ta_informatsiynoi_gramotnosti/): 1) до всіх каналів інформації (бібліотеки, традиційні медіа, інтернет та інші технології) треба ставитися критично і використовувати їх для сталого розвитку суспільства; 2) кожен є творцем інформації, має право на доступ і самовираження в медіа, але без порушення прав інших; 3) медіа не завжди є нейтральними і не позбавлені помилок; 4) кожен громадянин має право на отримання інформації і спілкування, навіть якщо не знає і не заявляє про це; 5) медіаінформаційна грамотність не набувається одномоментно, це процес засвоєння знань, набуття умінь і вироблення ставлень у досвіді. Провокативне запитання: який із законів найбільш важливий для українських реалій? (діють тільки всі разом). Формулювання головних законів медіакультури для свого класу/школи на поточний рік.</p> | <p><i>Знають:</i> поняття «медіаосвіта», «медіаграмотність» «медіакультура» та відмінність між ними</p> <p><i>Розуміють:</i> закони медіаграмотності і їхній взаємозв'язок, зв'язок історії розвитку медіа з розвитком технологій.</p> <p><i>Уміють:</i> моделювати майбутнє у формі фантазій та уявлень про розвиток технологій, аналізувати проблеми, зумовлені зловживанням медіатехнологіями.</p> |
|---|---|--|---|

| | | | |
|---|-----|--|---|
| 3 | 2-3 | <p>Тема 3. <u>Практикум 1.</u> МІГ-проекти для свого професійного плану (2-3)</p> <p>Підготовка індивідуальних і/або групових проектів «Перспективна професія»: презентація і обговорення. Які цінності є провідними при виборі професії? Відчуття бідності при виборі професії: бідні думають лише про гроші, а не про те, що за допомогою грошей можна зробити в цьому світі. Споживання як потреба, що не може придати остаточного задоволення насиченням (завжди буде те, чого ще не маєш); творення як потреба, що дає задоволення. У який бік ми змінюємо світ своїм професійним вибором?</p> <p>Світ професій і роль медіа у виборі професійного майбутнього. Фільми про професію, інтернет-ресурси про професію, новини про професію, блоги професіоналів, професійні медіаресурси. Медіаграмотність як складова будь-якої професії в сучасному світі. Ресурси для вибору професії і побудови свого професійного плану.</p> | <p><i>Знають</i> структуру професійного плану.</p> <p><i>Розуміють</i> роль медіа у формуванні професійного плану і роль медіаграмотності в досягненні професійного успіху.</p> <p><i>Уміють</i> знайти і представити фрагменти медіапродукції та інтернет-ресурси, корисні для вибору професії; скласти, оцінити і вдосконалити свій професійний план з використанням медіаресурсів;</p> <p><i>формулюють ставлення</i> до корисності медіаресурсів, якості свого професійного плану;</p> <p><i>самовизначаються</i>, як подякувати однокласнику за внесок у спільну роботу в МІГ-проекті.</p> |
|---|-----|--|---|

Модуль 1. КІБЕРКУЛЬТУРА (6-7 годин)

| № | ГО- | Зміст навчального матеріалу | Державні вимоги до рівня загальноосвітньої підготовки учнів |
|----|-----|---|--|
| 4. | 2 | <p>Тема 4. Глобальна кіберкультура, ігрова і віртуальна реальність (2)</p> <p>Інтернет як технологія: усвідомлення особистого досвіду використання інтернету. Бюджет вільного часу в кіберпросторі (віртуальній реальності).</p> <p>Мова кіберпростору: сутність та специфіка мови в кіберпросторі (текстова інформація, аудіовізуальна мова, різні види кібертекстів з урахуванням віртуальності).</p> <p>Чотири пласти культури інтернету: техномеритократична культура (культура, створена високопрофесійними спеціалістами, науковцями), культура хакерів (комп'ютерних зломників, що пропагують вільний доступ до інформації та засобів роботи на комп'ютері), культура віртуальної спільноти (мережа як місце спілкування) та підприємницька культура (комп'ютерні технології і засоби як предмет куплі/продажу).</p> <p>Інтернет як новий соціальний контекст. Комп'ютерні клуби, інтернет-провайдери, магазини комп'ютерних аксесуарів, радіоринки, спеціалізовані виставки, інші традиційні місця спілкування для нового інтернет-покоління – представників кіберкультури.</p> <p>Механізми діалогу культур як взаємодії у процесі міжкультурної комунікації (добровільність, взаємообмін, етикет, соціоре-</p> | <p><i>Знають</i> базові технологічні особливості мережі інтернет як глобальної мережі; поняття «кіберкультура», «кіберпростір», «віртуальна реальність», «віртуальність», «кібертекст».</p> <p><i>Розуміють</i> особливості масової культури і роль у ній кіберпростору, процесів програмування (кодування) і створення техніки, механізмів діалогу культур.</p> <p><i>Розрізняють</i> різні види інтернет-культури, характеризують їх (у т. ч. кіберспорт, інтернет-комерцію, електронну демократію).</p> <p><i>Розрізняють</i> віртуальні і реальні стосунки на прикладі комп'ютерних ігор.</p> <p><i>Уміють</i> описати свій емоційний і тілесний стан та його зміни в ході комп'ютерної гри та під час інших кіберпрактик.</p> |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | <p>гуляція тощо), включених у процес обміну через мережу інтернет.</p> <p>Проблема тотожності матеріального й ідеального в інтернет-культурі: ілюзія дійсності, створювана за допомогою комп'ютерних систем, які забезпечують зорові, звукові та інші відчуття. Комп'ютерні ігри як частина кіберпростору.</p> <p>Психологічне благополуччя в кіберпросторі і грі.</p> | <p><i>Уміють</i> підібрати чи створити візуальні, аудіовізуальні продукти, що можуть бути використані для привітання та інших форм офлайн-спілкування.</p> |
| 5 | 2 | <p>Тема 5. Соціальні мережі, групи за інтересами та онлайн спілкування (правила і бюджет часу) (2)</p> <p>Інтернет як засіб масової інформації. Як ми інформуємо інших у соціальних мережах та здобуваємо послідовників. Історія розвитку опосередкованих засобів спілкування. Соціальні мережі як місце, де відбувається спілкування. Засоби, що надаються соціальними мережами для комунікації.</p> <p>Передавання інформації в опосередкованому спілкуванні. Викривлення інформації в процесі передавання.</p> <p>Моделювання передавання і викривлення інформації під час спілкування.</p> <p>Групи за інтересами в кіберпросторі. Субкультури в кіберкультурі, зокрема біохакінг (використання гаджетів для управління здоров'ям).</p> <p>Інтернет як новий творчий і партнерський інструмент. Кіберпростір і стосунки: дружба і кохання в медіа і в житті.</p> | <p><i>Знають</i> психологічні особливості спілкування в мережі інтернет на відміну від спілкування в реальності.</p> <p><i>Уміють</i> оцінити виконання завдання в інтернеті і соціальних мережах відповідно до заданих критеріїв успішного та продуктивного спілкування в інтернеті.</p> <p><i>Уміють</i> встановити і коректно перервати контакт у соціальних мережах, точно передати інформацію в ході опосередкованого спілкування і стати бар'єром для поширення фейків.</p> <p><i>Уміють</i> оцінити безпечність і корисність своєї участі в певній групі в соціальній мережі, обґрунтувати свою позицію.</p> |

| | | | |
|---|-----|---|--|
| 6 | 2-3 | <p>Тема 6. <u>Практикум 2.</u> «Нетикет» проти мови ворожнечі і кібербулінгу (2-3)</p> <p>Інтернет як засіб розширення горизонтів комунікативної свободи, арсеналу виражальних засобів і можливостей набуття соціокультурного досвіду, організації подій. Особливості спілкування в різних секторах інтернету.</p> <p>«Неформальна» комп'ютерна культура і стосунки.</p> <p>Види онлайн-спілкування. Особливості спілкування віч-на-віч. Синхронне і асинхронне онлайн-спілкування. Стили онлайн-спілкування.</p> <p>Особливості етикету в онлайн-спілкуванні. Онлайн-етикет у різних країнах. Ознаки мови ворожнечі і способи її уникнення.</p> | <p><i>Знають:</i> поняття психологічного благополуччя в мережі та грі і його складові; визначення понять «булінг» і «кібербулінг» і способи протистояння ним.</p> <p><i>Уміють:</i> оцінити власне психологічне благополуччя, скласти правила забезпечення психологічного благополуччя і безпеки в кіберпросторі.</p> <p><i>Уміють</i> обґрунтувати важливість дотримання онлайн-етикету.</p> <p><i>Уміють</i> успішно та продуктивно спілкуватися в ході спільного виконання завдань в інтернеті.</p> <p><i>Уміють</i> підшукати замітники простих фраз з елементами мови ворожнечі на аналоги без використання мови ворожнечі.</p> <p><i>Самовизначаються</i> щодо прагнення бути медіаграмотним, докладаючи зусилля для протидії кібербулінгу, сприяти своєму психологічному благополуччю в медіапрактиках.</p> |
| 1 | | Підбиття підсумків модулю (1) | |

Модуль 2. АУДІОВІЗУАЛЬНА МЕДІАКУЛЬТУРА (10-11 годин)

| № | Годин | Зміст навчального матеріалу | Державні вимоги до рівня загальноосвітньої підготовки учнів |
|----|-------|--|---|
| 1. | 3 | <p>Тема 7. Історія аудіовізуальних медіа і роль критичного мислення (3) <i>1-ша частина. Історичний аспект.</i> Візуальна культура – частина загальної культури як система усього створеного людиною, що ми здатні сприймати зором: одяг, архітектура, дизайн предметно-речового світу, мистецтво... <i>Медіавізуальна культура</i> – виробництво та споживання візуальної медіапродукції завдяки візуальним, аудіовізуальним засобам масової комунікації: фотографії, кінематографу, телебаченню, цифровим технологіям. Короткий виклад історії розвитку опосередкованої комунікації як передавання візуальної інформації на відстань і в часі: від візуальних протомедій («камера-обскура», «чарівний ліхтар», «стробоскоп», «фотографія», «сінематограф») до сучасних візуальних технологій інформаційної доби. <i>Ефект персистентності</i> як психофізіологічна особливість людського ока затримувати на деякий час зорові відчуття, що сприяє їх перетворенню у рухоме зображення, <i>провідні види медіа</i>: фотографія, кіно, відео, телебачення, Інтернет. <i>Технічні функції</i>: створення інформації (медіатехніки та медіатехнології); зберігання на матеріальному носії; відтворення; копіювання і</p> | <p><i>Знають</i> відмінності візуальної і медіавізуальної культур, основні етапи розвитку медіазасобів, сучасні провідні види візуальних медіа, їхні основні технічні і соціальні функції. <i>Розуміють</i> ефект персистенції людського ока; знають поняття медіатексту та екранної мови, сутність, переваги і ризики взаємодії людини з техногенним світом і візуальними медіа. <i>Уміють</i> визначати медіатекст за видами медіа, медіаформатом, жанром; застосовувати на практиці алгоритм аналізу щодо форми і змісту окремого медіатексту.</p> |

тиражування; передавання (трансляція) інформації на відстані; медіатизація як запис, копіювання, тиражування інформації, створеної в іншій продуктивній діяльності (репродукування творів образотворчого мистецтва й музичних творів). *Соціальні функції*: поширення інформації в суспільстві; опосередкована масова комунікація, цільова аудиторія.

Медіатекст – продукт медіавиробництва, елемент візуальної медіакультури. Екранна мова. Структурування медіатексту: за видом медіа, медіаформатом, жанром. *Практичні справи*: визначення загальних характеристик запропонованих медіатекстів. *Практичні домашні завдання*: підготувати презентації на 2-3 хвилини на тему вітчизняної і світової медіаісторії (цікаві факти, події).

2-га частина. Філософський аспект медіа – посилення психосоціальних функцій людини: переваги і ризику. Виникнення нових психосоціальних феноменів: *кліпове мислення* (не логічне); *медіаперцептивна комунікація* – умовна комунікація, опосередкована екранним медіа (уявне спілкування з медіаперсонажами, медіагероями, щодо улюблених фільмів, програм); *медіамистецтво* – синтез традиційного мистецтва, новітніх технологій і науки, провідною функцією якого є комунікативна: *взаємодія між «твором» і «реципієнтом»* (наприклад, діджитал-арт – цифрове, комп'ютерне мистецтво; сайєнс-арт – наукове мистецтво, або мистецтво науки; нет-арт – створюється й розвивається в мережі Інтернет, тому мережеві проекти, існуючи лише в його просторі, не мають матеріального втілення, не потребують залів і галерей). Демонстрація нових видів медіа-

Формулюють і продовжують думку щодо філософських питань у галузі медіа, уміють її записати, висловити лаконічно, узагальнити.

Уміють на прикладах критично оцінити стан розвитку сучасних провідних українських медіа (кіно, телебачення) у технічній і медіатекстовій площинах.

мистецтва (по декілька медіа-арт проектів). Домашнє завдання (за бажанням) – підготувати презентацію новітнього цікавого виду/проекту медіамистецтва.

3-тя частина. Візуальність і критичне мислення

Обговорення проектів медіамистецтва з погляду цінностей, які вони підтримують. Роль критичного мислення людини в її взаємодії з медіапростором. *Критичне мислення* – тип спрямованого мислення, яке передбачає розуміння, аналіз, узагальнення, оцінювання, самостійний висновок і його аргументацію; є «наріжним каменем» медіаграмотності. Нові феномени візуальної культури потребують від людини їхнього критичного осмислення. Застосування *скороченого алгоритму критичного аналізу* (дослідження візуальних медіатекстів):

1 – уважне сприймання; 2 – визначення виду, медіаформату, жанру; 3 – інтерпретація змісту та виявлення смислового акценту; 4 – визначення: «хто?», «що?», «кому?», «з якою метою?» повідомляє, «кому це вигідно?»; 5 – виявлення задіяних медіатехнологій; 6 – рефлексія на запитання: що особисто тебе «зачіпає?»; 7 – оцінювання, висновок, аргументація.

Практичні вправи: аналіз невеликих візуальних медіатекстів у форматі відео, кліпів, реклами, фрагментів теленовин, анімацій, запропонованих зразків медіамистецтва тощо.

Практичне домашнє завдання: написати міні-есе «Візуальні медіа: мої ресурси і ризики».

| | | | |
|----|---|---|--|
| 2. | 2 | <p>1) Тема 8. Медіасприймання (образи, ілюзії, мови). Саморегуляція медіасприймання (2)</p> <p><i>1-ша частина Медіасприймання.</i> Сприймання – це процес відображення й осмислення предметів і явищ зовнішнього світу. <i>Візуальне сприймання</i> – психофізіологічний процес відображення матеріального світу за допомогою зору, а також процес осмислення сприйнятого. <i>Образ</i> як продукт візуального сприймання – природний відбиток реальності на сітківці ока і психологічне відображення зовнішнього світу в уявленнях про реальну картину світу. <i>Візуальне медіасприймання / екранне</i> – новий тип сприймання людини, який виник з розвитком візуальних медіа і цифрових технологій. Це процес засвоєння інформації зовнішнього світу через екран різних засобів медіа і новітні технології. Медіасприймання охоплює: 1 – сприймання <i>техногенних ілюзій</i>, породжених медіа (фотографічні відбитки світла на плівці, на цифровій матриці; кінематографічні кадри, екранні смуги, піксели, растри), які завдяки психофізіологічним особливостям ока людини перетворюються в зображення; 2 – осмислення зображень репрезентованого світу. Продуктом процесу цього сприймання є <i>медіавізуальний образ</i> – симулякр. За ним немає предметної реальності (він відсилає глядача до чогось, чого не існує на даний момент, до ірреального), і тому цей образ симулятивний. Результатом сприймання «штучного» образу є віртуальна картина світу.</p> <p><i>Творче медіасприймання</i> візуальних, аудіовізуальних медіатекстів – це їхнє <i>переосмислення</i>: мисленнєве перетворення сприйнятого, ви-</p> | <p><i>Знають</i> поняття сприймання, візуального і аудіовізуального медіасприймання, творчого медіасприймання.</p> <p><i>Знають</i> відмінності між зоровими природними і техногенними ілюзіями людини; переваги і недоліки сприймання зображень статичного і рухомого зображень.</p> <p><i>Розуміють</i> причини виникнення нового типу медіасприймання; відмінність реального й ілюзорного світів; різницю між поняттями «дивитися» і «бачити».</p> <p><i>Пояснюють</i> правдивість «природного» образу об'єктивного і суб'єктивного світів та симулятивність, ілюзорність «штучного» образу віртуального медіасприймання.</p> <p><i>Обґрунтовують</i> необхідність саморегуляції медіасприймання.</p> |
|----|---|---|--|

никнення власних креативних ідей на підставі сприйнятого. Результатом творчого медіасприймання є створення нових образно-сміслових конструктів «у голові суб'єкта», суб'єктивно нової внутрішньої реальності.

Практичне заняття: аналіз і порівняння зорових/оптичних і технологічних ілюзій людини на прикладах.

2-га частина. Особливості медіасприймання і саморегуляція. Головним елементом візуальних медіа і потужним агентом емоціонального впливу на глядача є медіавізуальний образ/картинка. Картинка може бути *статичною* або *рухомою*. Першу можна розглядати, і тому її легше аналізувати; друга передає більше інформації, проте аналізувати, осмислювати рухоме зображення набагато важче.

«Дивитися» (сприймати те, що на поверхні об'єкта) і «бачити» (розуміти його невидиму суть) – різні способи сприймання. «Бачення» – це розумне сприймання, в якому домінує мислення. Завдяки вдумливому медіасприйманню можна зрозуміти штучно створені образи людей, події віртуального світу, які репрезентуються не всебічно, а спотворено, неправдиво, з наміром спотворити картину світу.

Саморегуляція медіасприймання. Саморегуляція – вольові зусилля людини, довільна організація її уваги, спрямовані на певні дії (внутрішні і зовнішні цілі). Різні медіаформати і жанри потребують різного типу сприйняття, тому потрібна цілеспрямованість уваги, її вчасне переведення з одного «режиму» сприймання в інший.

Як бажано дивитися різні медіаформати: інформаційний, розважальний, інфотейммент (змішаний). Перегляд новин, аналітичних, ін-

ня, зокрема щодо психологічного механізму переведення уваги відповідно до медіаформату.

Уміють регулювати своє медіасприймання залежно від жанру і змісту медіатекстів.

| | | | |
|----|---|---|---|
| | | <p>формаційних, науково-популярних програм передбачає пріоритет <i>раціонального</i>, аналітичного сприйняття.</p> <p>Перегляд музичних, розважальних програм, анімаційних, художніх стрічок передбачає пріоритет <i>емоційного</i>, асоціативного сприйняття з подальшим раціональним аналізом уже після перегляду.</p> <p>Перегляд документальних фільмів, відео залежить від їхнього жанру і змісту, тому передбачає різні емоційно-когнітивні пріоритети сприйняття.</p> <p><i>Вправи:</i> під час демонстрації різних за форматом і жанром невеликих медіатекстів (які показуються безперервно, але з 1-2-секундною паузою / пустим екраном) переводити увагу на відповідне сприймання.</p> <p><i>Практичне завдання.</i> Групова робота: перша група дивиться запропонований медіатекст, як того вимагає його медіаформат і жанр; друга група, застосовуючи вольові зусилля дивиться, навпаки, «неправильно» (новини – емоційно переживаючи те, що сприймається; або анімацію – суто раціонально, критично; після перегляду обговорити відчуття, думки. На іншому відеоматеріалі групи міняються способом сприймання, аналізують та обговорюють стани і складності саморегуляції. Загальний висновок щодо проведеного завдання, самовизначення на саморегуляцію, індивідуальний план розвитку способів саморегуляції.</p> | |
| 3. | 2 | 2) Тема 9. <u>Практикум 3.</u> Реклама в сучасних медіа і критичне медіасприймання (2) | <i>Знають</i> визначення реклами, її призначення, медіаформати, |

Реклама – специфічний медіаформат, який забезпечує фінансування засобам масової комунікації («дає» їм гроші): рекламодавці платять для того, щоб привернути увагу потенційних покупців, заохотити їх до певного вибору, вплинути на нього, виборців, активних громадян.

Медіаформати реклами: поліграфічна листівка, реклама-плакат, рекламний банер (білборд), картинка в інтернеті, телереклама, рекламні ролики в інтернеті тощо. Види/жанри реклами: *інформаційна* (інформує про заходи, події, що мають відбутися), *комерційна* (презентує товар, послуги, які продаються), *політична* (є частиною політичної кампанії, «просуває» політичні партії, пропонує політичних кандидатів), *соціальна* (спрямована на служіння інтересам суспільства, питання збереження екології; не має на меті отримання прибутків; фінансується державними органами, громадськими організаціями, спонсорами і меценатами).

Технології психологічного впливу в рекламі. Провідні психологічні ефекти медіавпливу на глядача в рекламі: привертання уваги, затримання уваги, періодичне нагадування як психологічний тиск на аудиторію. *Засоби досягнення ефекту медіавпливу:* *візуальні* (використання привабливих образів красивої жінки, дитини, тварини, чоловіка, презентація привабливих частин людського тіла, красивих речей, архетипних образів «мудрої людини», «воїна», «матері», «добра і зла», а також природи – як гарної і тої, що потерпає; переважають яскраві кольори, висока якість «картинки» в цілому та ін.); *аудіальні* (музика в рекламі буває гарною, приємною, цікавою: від

види.

Характеризують ознаки кожного виду реклами.

Розуміють значення реклами в медіа.

Виокремлюють провідні психологічні ефекти медіавпливу, основні засоби медіавпливу в рекламі.

Уміють розпізнавати види реклами і здійснювати аналіз рекламного медіатексту; визначати задіяні елементарні візуальні і аудіовізуальні технології впливу в рекламі.

Уміють застосувати творче медіасприймання на практиці: зробити обґрунтований висновок, вигадати прийоми самозахисту від реклами.

Уміють розробити медіапроект, розподілити ролі в команді і спільно створити рекламний ролик.

класичної, популярної до ностальгічних мелодій або спеціально створеної для ролика; впливає гучність і ритм; широко використовуються різні звуки – сміх дитини, спів, голоси птахів, шум вітру, дощу, плюскіт води, працюючий двигун автівки, літака тощо); *змістові* (слогани, рольові діалоги, цікава форма сюжету, який зазвичай охоплює «проблему та її рішення» або «інтригу» з обов'язково «ефективним завершенням» – усе має найкраще розкрити суть конкретної реклами). Екранна мова, красиві образи, приємні звуки, цікаві сюжети використовуються для *привернення уваги і стимулювання до дії*.

Критичне мислення у сприйманні реклами. Заборонений Законом про рекламу контент (ст. 20). Маніпулювання привабливими для молоді цінностями в рекламі алкогольних напоїв, психологічний механізм перенесення станів і ставлення на рекламований об'єкт за браку критичності сприймання. *Практичні вправи:* розпізнавання видів реклами, критичний аналіз комерційної, політичної, соціальної реклами у форматі «картинки» і рекламного ролика за «скороченим алгоритмом».

Творче медіасприймання реклами. *Практичні вправи:* формулювання оригінального висновку щодо переглянутих рекламних картинок, відео, роликів. Аналіз і декодування креативу політичних «фотожаб»: виявлення візуальних метафор, смислових аналогій. *Практичне завдання:* есе «Як креативно захиститися від реклами?» *Практичне домашнє завдання (групова робота):* створити рекламний ролик будь-якого формату, жанру і змісту. Проаналізувати, оцінити, визначити найкращий.

| | | | |
|----|---|---|---|
| 4. | 1 | <p>Тема 10. <u>Практикум 4</u>: Саморегуляція з аудіальними медіа (1)</p> <p>Розвиток умінь активного слухання, визначення впливу аудіальних медіа на повсякденне життя.</p> <p>Обговорення емоційної сфери людини та впливу звуків на особистість.</p> <p>Поняття «аудіальна культура особистості» – інтегративна здатність людини сприймати, інтерпретувати і передавати шумову, звукову, мовну та музичну інформацію. Саморегуляція, активне слухання – здатність правильно (відповідно, адекватно) розуміти комунікативний намір співрозмовника.</p> <p><i>Творче заняття «Активне слухання».</i> Прослуховування різних звуків (технічних, музичних, інформаційних), щоб звернути увагу на те, як вони впливають на людину. Обговорення в групі змісту аудіальних повідомлень та емоційних вражень від них (хто як сприйняв, відчув, зрозумів одне й те ж саме повідомлення). Візуальні асоціації аудіальних образів, звідки вони беруться (часто пропонують аудіо-візуальні медіа). Обговорення визначення особистісних компонентів саморегуляції: Саморегуляція емоційних станів, ресурсні і витратні стани; у чому полягає психологічний ресурс, який ми отримуємо з медіа. Втеча від реальності і повернення до неї з новими силами. Усвідомлення впливу звукових вражень на повсякденне життя з метою саморегуляції: розслаблені і мобілізовані стани. Саморегуляція за допомогою визначення смислу й цінності того, що відбувається, чому і навіщо, заради чого використовуються медіа.</p> <p><i>Домашнє завдання:</i> перегляд запропонованого фільму і підготовка до його обговорення.</p> | <p><i>Знають</i> основні поняття аудіальної медіакультури.</p> <p><i>Уміють</i> визначати психологічні аспекти аудіального медіаповідомлення.</p> <p><i>Використовують</i> прийоми активного слухання медіатексту в навчанні.</p> <p><i>Самовизначаються</i> щодо перенесення прийомів активного слухання і саморегуляції на повсякденну взаємодію з медіа.</p> |
|----|---|---|---|

| | | | |
|----|-----|---|--|
| 5. | 1-2 | <p>Тема 11. <u>Практикум 5</u>. Ціннісно-сміслова саморегуляція і патріотизм (медіаклуб) (1-2)</p> <p>Ознайомити з форматом групової роботи у форматі медіаклубу. Медіаклуб пропонується проводити у два етапи:</p> <p>1) попередній домашній перегляд фільму – індивідуально або разом з друзями; відразу після перегляду зафіксувати (у пам'яті або письмово) фрагменти фільму, які вразили, і чому саме це «зачепило»; практичне завдання: зробити нарізки фрагментів фільму і підготувати до них запитання, які відображають власне бачення проблеми, порушеної у фільмі; знайти у фільмі цінну для себе думку, яку оформити і розвинути в короткому есе, підготувавши для обговорення.</p> <p>2) обговорення загального емоційного враження від фільму, презентація підготовлених групами фрагментів і дискусія на підставі запропонованих учнями (і педагогом також) проблемних запитань; ярмарок або конкурс есе, презентація результату практикуму для обміну з учнями інших шкіл України в мережах.</p> <p>Рекомендовані до перегляду художні стрічки/фрагменти: «Захар Беркут» (Україна, 2019), «Гірки жнива» (Канада, 2017), «Поводир» (Україна, 2014) та/або інші.</p> | <p><i>Знають</i>, що таке медіаклуб, його структуру та основні вимоги до його проведення.</p> <p><i>Розуміють</i> суть групової роботи з виявлення теми, задуму, форми реалізації переглянутого медіаконтенту.</p> <p><i>Уміють</i> дотримуватися правил комунікації в груповій роботі.</p> <p><i>Уміють</i> узагальнювати власні враження від перегляду фільму й віднаходити для себе значущі смисли.</p> <p><i>Уміють</i> коротко описати те важливе, що виявилось особисто цінним у стрічці, розвинути цю думку.</p> <p><i>Уміють</i> технічно робити нарізки, які відображають важливі змістові, смислові моменти художнього фільму.</p> |
| 6. | 1 | <p>Підбиття підсумків модулю</p> | |

Модуль 3. ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА (6-7 годин)

| № | Години | Зміст навчального матеріалу | Державні вимоги до рівня загальноосвітньої підготовки учнів |
|----|--------|--|--|
| 1. | 2 | <p>Тема 12. Інформаційне суспільство і права дитини в цифровому середовищі (2)</p> <p>Людина інформаційного суспільства. Визначення та походження поняття інформації. Потреба людини в інформації, аналіз власних інформаційних потреб, їхніх змін. Часові властивості інформації – актуальність, оперативність та ідентичність. Інші властивості інформації (недоступність, невідривність від носія, старіння, розсіювання).</p> <p>Класифікація інформації за способом сприймання, за формою подання та призначенням. Канали доставки інформації, мовники, провайдери. Інформаційна комерція: як оплачується інформація. Зв'язок інформаційного світу з духовною культурою особистості. Рівні інформаційної культури: когнітивний, емоційно-ціннісний, поведінковий. Критерії інформаційної культури.</p> <p>Права людини, право на інформацію, право на захист персональних даних, право на самовираження. Право на безпечний інформаційний простір. Головні небезпеки інформаційного простору, як їм протистояти. Правила інформаційного самозахисту. Як захистити від інформації маленьку дитину, від якої інформації потрібен захист.</p> | <p><i>Розуміють</i> суть поняття інформації та її важливість у сучасному світі.</p> <p><i>Розрізняють</i> об'єктивні і суб'єктивні дані, а також властивості даних щодо ситуації з якою вони пов'язані.</p> <p><i>Знають</i> канали сприймання інформації, види її передавання та розуміють відмінності масових, спеціальних та особистих даних.</p> <p><i>Усвідомлюють</i> важливість дотримання прав людини на отримання інформації і на її безпеку.</p> |

| | | |
|---|---|---|
| 2 | <p>Тема 13. Система медіа і її регуляція, критерії якості медіа (2)</p> <p>Види масових медіа. Основні медіавиробники в Україні. Питання власності медіа, чому це так важливо.</p> <p>Принципи регулювання медіапростору: навіщо існують вікові обмеження і чому варто їх дотримуватися.</p> <p>Критерії якісної журналістики. Етичний кодекс професійного журналіста, редакційні стандарти. Професійні журналістські і замовні матеріали («джинса», «темники»).</p> | <p><i>Знають</i> історію розвитку інформаційної культури та <i>розуміють</i> її значення для людини; основних медіавиробників України; основні критерії та рівні інформаційної культури.</p> <p><i>Розуміють</i> функції та значення масових медіа. <i>Розрізняють</i> види масових медіа.</p> <p><i>Усвідомлюють</i> важливість дотримання правил регуляції інформації в медіапросторі.</p> <p><i>Уміють пояснити</i> необхідність розвитку інформаційної культури та підвищення інформаційної грамотності.</p> <p><i>Знають</i> що таке установки і як вони впливають на сприйняття інформації.</p> <p><i>Розуміють</i> як важливість установок для побудови взаємодії з навколишнім середовищем, так і основи викривлення, які вони можуть спричинити. <i>Уміють</i> виокремлювати дію установок у комунікації та обходити їх.</p> |
|---|---|---|

| | | | |
|----|---|--|---|
| 8. | 1 | <p>Тема 14. <u>Практикум 6. Взаємодія з медіавиробником (книга скарг і пропозицій) (1)</u></p> <p>Навіщо ми створюємо інформацію. Етапи створення інформації: постановка завдання, визначення мети, вибір засобів і методів, безпосереднє створення, перевірка створеної інформації на відповідність поставленим цілям.</p> <p>Важливість збирання інформації та її обробки. Поняття постправди. Життя в епоху постправди. Важливість звички піддавати сумніву інформацію в інтернеті на прикладі обговорення власних практик.</p> <p>Аргументація як викладення базових ідей для підтвердження певної позиції. Види аргументації: теоретична та емпірична. Аргументи і контраргументи в дискусії. Достатність і недостатність аргументації. Критичний стиль мислення та його відмінність від критики.</p> <p>Критика як аналіз для виявлення суперечностей. Обґрунтована і необґрунтована критика. Критика у зворотному зв'язку: як не знецінити роботу, як вказувати на помилки конструктивно і надихаючи.</p> <p>Головний регулятор – Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення (видача ліцензії, моніторинг виконання/порушення законів, реагування на скарги глядачів: перевірка, попередження, штраф, скасування ліцензії мовника).</p> <p>Роль скарг глядача в регулюванні системи медіа. Принцип «критикуючи – пропонуй» та взаємоповага. Скарги і звернен-</p> | <p><i>Розуміють</i> значення процесів створення інформації.</p> <p><i>Уміють</i> самостійно створити повідомлення, співвідносячи його з метою, а також поетапно <i>проаналізувати</i> повідомлення інших.</p> <p><i>Розуміють</i>, що таке критичний стиль мислення.</p> <p><i>Уміють</i> збирати та перевіряти інформацію.</p> <p><i>Знають</i> поняття постправди і <i>розуміють</i> суть явища та його значення в сучасному світі.</p> <p><i>Усвідомлюють</i> важливість перевірки інформації та <i>починають формувати</i> звичку перевіряти її.</p> <p><i>Розуміють</i> поняття аргументу.</p> <p>Уміють виокремлювати основні ідеї та сприймати їх як основу для побудови комунікації</p> <p><i>Розрізняють</i> емпіричні і теоретичні аргументи.</p> <p>У процесі дискусії <i>вміють</i> наводити як аргументи, так і контраргументи до аргументів опонента.</p> |
|----|---|--|---|

| | | |
|-----|---|---|
| | <p>ня до медіавиробника щодо порушення власних прав і повідомлення про потреби.</p> | <p><i>Усвідомлюють</i> повноту або недостатність наведеної аргументації. <i>Знають</i> поняття критики. <i>Розуміють</i> різницю між знеціненням і критикою. <i>Виявляють</i> неточності в аргументах та обґрунтовано їх презентують. <i>Уміють</i> дотримуватися принципів взаємоповаги; стежать, щоб зворотний зв'язок був коректним та <i>пропонують</i> варіанти виправлення помилок або альтернативні рішення ситуації.</p> |
| 2-3 | <p>Підсумки року Підбиття підсумків модуля, підбиття підсумків навчального року. Планування медіапрактик на літніх канікулах.</p> | |

Другий рік навчання: 10-й клас

Тема, зміст навчального матеріалу та очікувані результати (35 годин)

Вступний модуль ВІД МЕДІАГРАМОТНОСТІ ДО МЕДІАКУЛЬТУРИ (6-7 годин)

| № | Годин | Зміст навчального матеріалу | Державні вимоги до рівня загальноосвітньої підготовки учнів |
|----|-------|---|--|
| 1. | 2 | <p>Тема 1. Міняємося ми, і змінюються медіапрактики: підсумки попереднього року (2)</p> <p>Медіапрактики літніх канікул і початку шкільного року. Динаміка медіакультури: зміни практик і зміна культури регуляції практик.</p> <p>Що змінилося в моїх медіапрактиках з минулого року: як змінився бюджет часу, як саме змінилися уподобання.</p> <p>Що і чому я роблю в Інтернеті? Звідки я отримую новини про важливе? Новинна медіаграмотність. Суспільно-політична ситуація в країні і світі. Порядок денний. Що в новинах важливе для мене і важливих для мене людей, чому це так?</p> <p>Час змінити правила. Що вже застаріло в правилах? Які встановилися нові медіафільтри (який контент я не буду споживати за будь-яких обставин, з огляду на мої власні цінності). Яких медіавиробників я хочу підтримати, обираючи медіапродукцію?</p> <p>Пишемо лист-подяку українським медіавиробникам «До Дня українського кіно». Участь у всеукраїнських медіаосвітніх ініціативах.</p> | <p><i>Знають:</i> поняття «медіакультура», медіапрактики у зв'язку з новинною медіаграмотністю,</p> <p><i>Розуміють:</i> динамічний характер культури медіаспоживання, роль споживача в регуляції системи медіа, зв'язок медіакультури з розвитком технологій і суспільно-політичної ситуації в країні і світі.</p> <p><i>Уміють</i> сформулювати правила, використовуючи поняття «зворотний зв'язок» і «бюджет часу».</p> <p><i>Оцінюють</i> дієвість правил, їхню спроможність регулювати медіапрактики і систему медіа.</p> |

| | | | |
|----|---|---|--|
| | | | <p><i>Усвідомлюють</i> свою позицію медіазамовника і в яких діях вона реалізується, можуть оцінити обсяг і сформулювати мету своїх творчих медіапрактик з погляду їхнього впливу на систему медіа.</p> |
| 2. | 2 | <p>Тема 2. Показники медіаграмотності і правила медіаспоживання (2)</p> <p>Технічна медіаграмотність: доступ до інформації, різні платформи, різні сервіси. Чим ми користуємося і чому. Що ми вміємо завдяки гаджетам у сучасному інформаційному просторі. Технологічні новинки у сфері інформаційно-комунікаційних технологій: софт і хард. Які нові вміння актуальні для медіаграмотності порівняно з минулим. Смарт-місто і медіаграмотність мешканців. Цифрова нерівність.</p> <p>Обмін досвідом: чому я можу навчити свого товариша або вчителя, щоб інтернет став безпечнішим і кориснішим.</p> <p>Показники критичного мислення. Комунікативні показники медіаграмотності.</p> <p>Показники комп'ютерної (ігрової, медійної) залежності.</p> <p>Як використати самооцінку за вивченими показниками для удосконалення правил регуляції медіапрактик. Система оцінювання порушень, моніторинг організованості у взаємодії з медіа, систе-</p> | <p><i>Знають:</i> структуру показників медіаграмотності і її відмінність від медіакультури.</p> <p><i>Розуміють:</i> зв'язок законів медіаграмотності з показниками, роль організованості для досягнення успіху у взаємодії з медіа в сучасному і майбутньому.</p> <p><i>Уміють:</i> виокремити ознаки розвитку інформаційно-комунікаційних технологій і сформулювати пов'язані показники технічної медіаграмотності; уміють оцінити власну медіаграмотність за запропонованими показниками, аналізувати</p> |

| | | | |
|----|-----|--|--|
| | | <p>ма дієвих санкцій на підтримку правил: індивідуальний і груповий підхід.</p> | <p>проблеми, зумовлені зловживанням медіатехнологіями; створюють правила підвищення власної організованості у взаємодії з медіа.</p> |
| 3. | 2-3 | <p>Тема 3. <u>Практикум 1.</u> МІГ-проекти громадської активності (2-3)</p> <p>Створення проектних команд з організації громадської події. Що потрібно нашому місту (району, селу, кварталу, хутору), школі, щоб відповідати критеріям смарт-міста. Смарт-місто медіаграмотних мешканців.</p> <p>Яка подія може сприяти розвитку громади і бути корисною для людей, для нас самих. Аналізуємо потребу, використовуючи медіаджерела і свій немедіатизований досвід спілкування.</p> <p>Різні форми громадської активності та участі. Групові МІГ-проекти. Участь у подіях та організація нових подій: свято, ярмарок, фестиваль, конкурс, конференція, семінар, пікет, петиція, персональна допомога тощо (на вибір учнів) і медіа-підтримка. Медіапроект як форма громадської участі. МІГ-проекти на подолання цифрової нерівності. Безпека проектної діяльності. Презентація проектів.</p> | <p><i>Знають</i> різні форми громадської активності, способи організації подій у житті громади з використанням медіа.</p> <p><i>Розуміють</i> роль медіа в підготовці громадської події і роль медіаграмотності в досягненні дієвого ефекту</p> <p><i>Уміють</i> створити фрагменти медіапродукції, корисні для організації громадської події, та скласти план її поширення; скласти, оцінити і вдосконалити медійний план підтримки події; уміють сформулювати висновок про корисність медіаресурсів, подякувати однокласнику за внесок у спільну роботу в МІГ-проекті.</p> |

Модуль 1. КІБЕРКУЛЬТУРА (6-7 годин)

| № | Годин | Зміст навчального матеріалу | Державні вимоги до рівня загальноосвітньої підготовки учнів |
|----|-------|---|--|
| 4. | 2 | <p>Тема 4. Кіберсоціалізація і групова динаміка в медіасередовищі (2)</p> <p>Кіберсоціалізація (входження в групи і засвоєння групових норм у кіберпросторі). Хобі-спілкування підлітків. Молодіжні групи: як формуються, розвиваються, чому потрібні.</p> <p>Як регулюється група. Поняття групової динаміки як сукупності внутрішньогрупових соціально-психологічних процесів і явищ, пов'язаних з розвитком групи. Особливості розвитку груп у молодіжному середовищі.</p> <p>Як поміряти групу. Соціометрія (за Я. Морено) як метод дослідження емоційно-психологічних стосунків у контактній групі. Механізми групової динаміки: 1) механізми розвитку (кредит лідера, нормативний вплив меншості, груповий конфлікт, ефекти поляризації і зсуву до ризику в групі), 2) механізми стабілізації (конформність, сумісність і спрацьованість, згуртованість).</p> <p>Групова динаміка (за К. Левіном): система прийомів впливу лідера на групу; стилі лідерства: авторитарний, демократичний і анархічний (ліберальний).</p> | <p><i>Знають</i> поняття групової динаміки.</p> <p><i>Розуміють:</i> поняття соціального статусу, етапів розвитку групи.</p> <p><i>Уміють</i> розрізняти ознаки членів групи з різними соціальними статусами.</p> <p><i>Визначають</i> лідерів та аутсайдерів у медійному спілкуванні (інтернет-мережі).</p> <p><i>Знають</i> ролі та функції членів групи, <i>усвідомлюють</i>, які ролі виконують вони самі в різних групах.</p> |

| | | | |
|----|---|--|--|
| | | <p>Ідентифікація особистості – переживання й усвідомлення індивідом свого «Я»: самототожності, цілісності та неподільності в просторі, а також сталості в часі. Ідентифікація як стадія розвитку особистості (за Е. Еріксоном), криза підліткового віку; групова ідентичність - відчуття «Ми», розуміння своєї належності до групи (з ким я). Поняття соціального статусу (як певного місця, що займає людина в суспільстві, залежно від віку, статі, походження, сімейного становища, професії тощо).</p> <p>Ролі і функції членів групи: відповідність соціального статусу тим ролям, які виконує людина; стосунки лідер – ведені, владно-підвладні стосунки. Функції лідера як захисника групи. Роль критика, контактера («клея»), нормувальника правил. Які ще ролі потрібні групі? Динаміка обміну ролями.</p> <p>Кіберпростір і стосунки: Міжнародний день ненасильства.</p> <p><i>Творчі завдання:</i> підготувати презентацію з теми: «Мистецтво проти насильства»</p> | |
| 5. | 2 | <p>Тема 5. Взаємодія в медіасередовищі і протидія кібербулінгу (2)</p> <p>Різновиди онлайн-груп (за структурою – відкриті/закриті/таємні, наявність адміністратора, цензури тощо; за реальністю – реальні/нереальні; за змістом, метою створення – знайомство, спілкування, відпочинок, обмін інформацією або медіаконтентом, створення спільного продукту, побудова торгових стосунків).</p> | <p><i>Знають</i> стратегії протистояння кібербулінгу.</p> <p><i>Розуміють:</i> відмінності різних типів груп; знають можливості самопрезентації в соціальних мережах.</p> <p><i>Уміють:</i> використовувати правила онлайн-спілкування</p> |

| | | | |
|---|-----|--|---|
| | | <p>Відмінності онлайн-ових і реальних груп. Презентація себе в онлайн-овій групі.</p> <p>Кібербулінг, різновиди, стратегії протистояння. Правила взаємодопомоги в ситуації протистоянні кібербулінгу.</p> <p>Онлайнова взаємодія дітей і дорослих у протистоянні інтернет-небезпекам.</p> <p>Повторюємо аналіз ризиків і ресурсів інтернету. Наставництво: як допомогти молодшим школярам протистояти кібербулінгу?</p> | <p>в групах; визначати свою роль та функції в реальних та віртуальних групах.</p> <p><i>Володіють</i> прийомами протистояння кібербулінгу.</p> |
| 6 | 2-3 | <p>Тема 6. <u>Практикум 2</u>. Критичне мислення в мистецтві мережевого онлайн-ового діалогу. (тренінг розумного онлайн-ового спілкування) (2-3)</p> <p><i>Мистецтво ведення онлайн-ового діалогу.</i> Часові особливості онлайн-ової бесіди. Емоційний стан учасників бесіди. Мотивація учасників бесіди. Сприймання образу та поведінки партнера по спілкуванню. Поняття взаєморозуміння.</p> <p>Засоби активного слухання в офлайн-овому та онлайн-овому спілкуванні. Прийоми активного слухання. Перефраз. Правило запитання на розуміння перед висловленням ставлення.</p> <p>Вправи для усвідомлення суті деяких засобів активного слухання. Навички активного слухання: звикаємо до умінь.</p> <p><i>Онлайнове спілкування і критичне мислення.</i> Означення та особливості критичного мислення. Використання критичного мислення в онлайн-овому спілкуванні.</p> | <p><i>Знають</i> додаткові можливості позначення емоційного стану в онлайн-овому спілкуванні; особливості застосування критичного мислення в інтернет-спілкуванні</p> <p><i>Розуміють</i> особливості інтернет-спілкування порівняно з реальним, вплив емоційного фону на онлайн-ове спілкування</p> <p><i>Уміють</i> контролювати час перебування (взаємодії) в мережі.</p> <p><i>Визначають</i> якість взаємодії і повідомлень в онлайн-овому спілкуванні</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | <p>Обґрунтування необхідності розвитку інтернет-активності та вміння спілкуватися в онлайн-овому форматі.</p> <p>Тренінг використання критичного мислення, фільтрації і аналізу медіаконтенту</p> <p>Дискусія на тему причин популярності онлайн-ового спілкування.</p> <p>Згадати всі можливості і приводи для спілкування, що пропонують соцмережі.</p> <p>Довіра і повага до співрозмовника. Синхронність онлайн-ового спілкування. Вправа «Розділення досвіду».</p> <p>Стимуляція медіаторчості. Що таке творчий продукт. Що не є творчим продуктом. Які види медіаторчості ви найчастіше практикуєте?. Згадайте відомі вам види медіаторчості.</p> <p>Кіберкультура як новітній формат вітань і свят.</p> | <p><i>Уміють</i> аналізувати медіаконтент під час перебування в мережі</p> <p><i>Застосовують</i> на практиці прийоми активного слухання і підбирають найбільш комфортні для себе, застосовують критичне мислення в спілкуванні, порівнюють інформацію з різних джерел.</p> <p><i>Уміють</i> запровадити і змінити правила спілкування.</p> <p><i>Самовизначаються</i> щодо дотримання правил у мережевому спілкуванні, використання переваг активного слухання.</p> |
|--|--|--|

Модуль 2. АУДІОВІЗУАЛЬНА МЕДІАКУЛЬТУРА (10-11 годин)

| № | Годин | Зміст навчального матеріалу | Державні вимоги до рівня загальноосвітньої підготовки учнів |
|----|-------|--|---|
| 1. | 2 | <p>Тема 7. Технології інформаційно-психологічного впливу (чому люди піддаються впливу)</p> <p>Інформаційно-психологічний вплив – вигідна конкретному замовнику спеціально організована інформація, спрямована на зміну думок, уявлень людей про світ.</p> <p>Технологіями такого впливу є: <i>маніпулювання інформацією</i> – застосування правдивої інформації таким чином, щоб з неї можна було зробити неправильні висновки; <i>дезінформування</i> – навмисне поширення неповної, часткової, викривленої (або тої й іншої разом) інформації; аудиторії подається така інформація, яка вводить її в оману щодо справжнього стану справ та створює викривлену реальність; <i>фальсифікація інформації</i> – викривлення фактів, творення «альтернативної реальності» («фейків»); <i>фабрикація інформації</i> – масове створення заздалегідь брехливої інформації. «Надтехнологією» впливів є пропаганда, яка уособлює у собі всі вищезазначені технології. (Розглядатиметься окремо).</p> <p><i>Домашнє практичне завдання:</i> до кожної технології дібрати приклад, зробити нарізку аудіовізуальних фрагментів.</p> <p><i>Чому люди піддаються інформаційним впливам?</i> Психофізіологічна причина: мозок – найбільш енерговитратний орган, тому «думати» нелегко; етологічна: більшість людей не схильні думати крити-</p> | <p><i>Знають</i> про інформаційно-психологічні впливи, їхню мету. <i>Знають</i> основні технології інформаційно-психологічних впливів.</p> <p><i>Розуміють</i> суть кожної зазначеної технології інформаційно-психологічного впливу в медіа- та інтернет-просторі.</p> <p><i>Уміють</i> описати кожну технологію, дібрати до неї приклад і представити його на загал.</p> <p><i>Розуміють</i> та <i>вміють</i> пояснити причини піддатливості людини впливам.</p> <p><i>Розуміють</i>, що саме в інформаційну добу технології впливу легко поширюються, охоплюють великі соціальні групи і тому є надто небезпечними.</p> |

| | | | |
|----|---|--|--|
| | | <p>чно; соціально-психологічна: людина відчуває потребу розуміти світ, проте, лінуючись думати самостійно, передоручає це робити іншим. «Інші» ж (влада, ЗМІ), застосовуючи зазначені технології впливів, створюють «картину» світу, вигідну для себе.</p> <p><i>Правила самозахисту від інформаційних впливів медіа:</i> менше або й зовсім не дивитися телевізор, натомість більше читати (новини, статті, пости), оскільки читання сприяє активізації мислення; намагатися не реагувати на інформаційну ситуацію занадто емоційно, щоб не стати її заручником; завжди пам'ятати, що за «картинкою» завжди стоїть дещо інша/інша реальність; обмежити час на перегляд новин і новинних сайтів, скажімо, до 15-20 хвилин на день – цього цілком достатньо, щоб бути в курсі подій; не жити тільки політикою, а віддавати данину культурі: ходити в кіно, відвідувати виставки, брати участь у цікавих заходах тощо; дуже корисно й важливо хоча б 15-20 хвилин на день гуляти – прогулянки парком, споглядання природи знімають психоемоційне напруження; бажано мати якусь хобі (або декілька), долучитися до творчості.</p> <p><i>Практичні вправи:</i> тренування вміння розпізнавати технологій інформаційно-психологічного впливу (фрагменти новинних медіа, реклама, інформація з інтернету).</p> | <p><i>Уміють</i> розпізнавати і характеризувати технології інформаційно-психологічних впливів у медіа- та інтернет-просторі.</p> <p><i>Уміють</i> застосовувати правила самозахисту від інформаційних впливів медіа.</p> |
| 2. | 2 | <p>Тема 8. Інформаційна війна і пропаганда: чому потрібно себе захищати (2)</p> <p><i>1-ша частина.</i> Територіальна цілісність держави як принцип цивілізованих міжнародних стосунків. Сусідські стосунки між країнами</p> | <p><i>Знають</i> суть інформаційної війни: мету, завдання, види ІВ. <i>Знають</i> методи наступальної і захисної інформаційних воєн.</p> |

– повага територіальної цілісності. Порушення територіальної цілісності країною-агресором. Інформаційна війна (ІВ) – складова гібридної війни, супроводжує воєнні дії. ІВ – це систематичний цільовий *психологічний вплив*, спрямований на цивільне населення, армію іншої держави або на населення своєї країни. *Мета* ІВ: оволодіння свідомістю людей, руйнування групової ідентичності, контроль населення і керування суспільством. «Поле битви – мозок». *Основні завдання*: 1) здійснення впливу на суспільну свідомість за допомогою спеціально організованої інформації, 2) здійснення впливу на електронні інформаційні системи шляхом незаконного втручання в ці системи. Інформаційні війни бувають *наступальними* і *захисними*. Методами наступальної ІВ є маніпулювання свідомістю, пропаганда, брехня тощо. Країна-агресор зазвичай у своєму суспільстві створює «образ ворога», який дегуманізує (ворог – не людина); в умовах «гарячої» війни провадить різну пропаганду: на прифронтовій території і в тилу, на окупованій території, для бійців супротивника; окремо – для своїх бійців і свого тилу. (Ілюстрація різних напрямів російської пропаганди в гібридній війні 2014–2015 рр.). Методами захисної ІВ є передусім свідоме ставлення до будь-якої інформації загалом; інтелектуальна активність і критичне, самостійне мислення; підтримка медіаграмотності населення, блокування шкідливої пропагандистської інформації; створення альтернативних інформаційних медіаконтентів (приклади інформаційно-аналітичних програм контрпропаганди).

Практичне завдання: написати твір на тему «Яким може бути пер-

Розуміють суть ІВ, яку веде Росія проти України.

сональний захист від пропаганди на рівні держави?». Підготувати представлення своїх думок для спільного обговорення.

2-га частина. Пропаганда як «абсолютна зброя» інформаційної війни. Пропаганда розрізняється за *змістом* (військова, політична, комерційна, наукова, філософська, екологічна, соціальна); за *способом презентації* («біла» – відкрита, не маскує цілі; «чорна» – агресивна, заснована на брехні; «сіра» – нині найбільш поширена: застосовує неперевірені, неточні дані, прагне ввести в оману, маніпулює); за способами *управління емоціями* через: 1 – *образ* (маніпулює образами дітей, жінок, старих як жертв, яких потрібно захищати; використовує символи «добра» і «зла», величних воїнів з підкресленою маскулінністю); 2 – *звук* (застосовується музика від помпезної, бравурної, урочистої до тривожної, гнітючої); 3 – *кольори* (найчастіше яскраві, насичені, конкретні – такі, що привертають увагу); 4 – *голос* (занадто емоційна, оцінна лексика). Грунтується на шести основних принципах: пропаганди: 1) її має бути багато; 2) вона має бути зрозумілою пересічній людині і навіть підлітку; 3) її зміст має вміщуватися в гаслі; 4) гасла мають бути однозначними; 5) зміст має шокувати; 6) повинна якомога більше впливати на емоції людини (бо саме вони заважають мисленню!). Гасла пропаганди мають три усталені форми: «заклик», «заперечення», «ствердження».

Провідною *функцією* пропаганди є поширення думок, ідей, цінностей, доктрин, ідеологій, щоб вплинути на емоції людини, суспільс-

Знають сучасне визначення пропаганди, її різновиди за змістом, способом презентації, способами управління емоціями; основні принципи пропаганди.

Розуміють мету і функцію пропаганди.

Розуміють мету пропаганди з боку країни-агресора проти українського суспільства.

Уміють виявити пропагандистські медіатексти в різних медіаформатах.

Уміють виявити сутність пропагандистського гасла.

Уміють виявити застосовані методи впливу на глядача.

Розуміють роль особистої медіаграмотності у протидії пропагандистським впливам.

Розуміють, що знання сутнос-

| | | | |
|----|---|---|---|
| | | <p>тва, змінити їхні уявлення про світ і групову ідентичність.</p> <p><i>Практичні вправи</i> на виявлення застосованих способів впливу на свідомість людини у пропагандистському медіатексті: плакат, відео, рекламні ролики.</p> <p>Як уберегтися від пропаганди? Протистояти «абсолютній зброї» можна за допомогою медіаграмотності, самостійного, критичного мислення, застосування знань про пропаганду проти неї самої.</p> <p>Спільне обговорення творів на тему «Яким може бути персональний захист від пропаганди на рівні держави?».</p> | <p>ті пропаганди, її способів впливу на свідомість людини є ресурсом для психологічного спротиву.</p> <p><i>Уміють</i> на практиці застосовувати знання про пропаганду проти неї самої.</p> |
| 3. | 2 | <p>Тема 9. <u>Практикум 3</u>. Медіаперсонажі: медіа зараження та аналіз фільмів (2)</p> <p>Медіатизоване спілкування з реальними медіагероями і медіаперсонажами. Парасоціальні стосунки – односторонні стосунки, які встановлюються з медіаперсонажами і впливають на життя глядача як реальні стосунки.</p> <p>Історія дослідження та становлення парасоціальності: хто кожен день приходиться до нас додому через екран телевізора. Серіали як технологія підтримки дієвих парасоціальних стосунків. «Мильні опери». Що рекламують сучасні серіали? Які стосунки представлено як норму.</p> <p>Парасоціальні стосунки з медіагероями: секрети привабливості. Дружні і схожі на глядача. Компенсують те, чого не вистачає в реальному житті.</p> <p>Аналіз сучасних медіаперсон: герої популярних серіалів або мультсеріалів. Улюблені герої: що мені дають і чого не вистачає.</p> | <p><i>Уміють визначити та охарактеризувати</i> поняття «парасоціальні стосунки».</p> <p><i>Розуміють</i> психологічні «гачки» привабливості сучасних медіа і персонажів.</p> <p><i>Знають</i> основні види фільм-аналізу та <i>вміють робити</i> загальний фільм аналіз популярної серед молоді відеопродукції.</p> |

| | | | |
|----|---|---|--|
| 4. | 2 | <p>Тема 10. <u>Практикум 4. Ярмарок аудіоуподобань і взаємоуздження (2)</u></p> <p>Спробуємо домовитися про спільного улюбленого героя. Уподобання як ознака належності до групи: фани.</p> <p>Як музика впливає на соціалізацію підлітків.</p> <p>Особливості соціальної взаємодії в підлітковому віці: роль музичних уподобань. Музичні субкультури підлітків. Музична субкультура як складова аудіальної медіакультури. Підібрати музичний фрагмент, який представляє твою музичну культуру.</p> <p><i>Творче заняття «Ярмарок музичних уподобань».</i> Прослуховування музичних творів різних жанрів, щоб налагодити взаємодію з групами різних музичних субкультур. Спробуймо домовитися, чию музику запустити на п'ятихвилинну перерву (різних бажань багато, а час один на всіх). Обговорення: визначення впливу музики на зав'язування стосунків і налагодження взаємодії.</p> | <p><i>Знають</i> технологію впливу музики на соціалізацію підлітків та міжособову взаємодію.</p> <p><i>Уміють</i> використовувати набуті практичні знання.</p> |
| 5. | 2 | <p>Тема 11. <u>Практикум 5. Ціннісно-сміслова саморегуляція і патріотизм: медіаклуб (2)</u></p> <p>Цінності, які допомагають: цінності «заради чого» та інструментальні цінності – «за допомогою чого». Художні фільми як носії і репрезентатори цінностей.</p> <p>Домовляємося про формат групової роботи в рамках медіаклубу, використовуючи минулорічний досвід. Два етапи: 1) попередній домашній перегляд фільму індивідуально або разом з друзями; відразу після перегляду зафіксувати (у пам'яті або письмово) фрагмен-</p> | <p><i>Знають</i> вимоги проведення медіаклубу і суть групової роботи щодо переглянутого.</p> <p><i>Уміють</i> рефлексувати власні враження від перегляду фільму та виносити на обговорення проблемні, ціннісно-сміслові моменти сприйнятого.</p> |

| | | | |
|----|---|--|--|
| | | <p>ти фільму, які вразили і чому саме це «зацепило»; практичне завдання: зробити нарізки фрагментів фільму і підготувати до них запитання, які відображають власне бачення проблеми, порушеної у фільмі; знайти у фільмі цінну для себе думку, яку оформити і розвинути в короткому есе, підготувавши для обговорення;</p> <p>2) обговорення загального емоційного враження від фільму, презентація підготовлених групами фрагментів і дискусія на основі запропонованих учнями (і педагогом також) проблемних запитань; ярмарок або конкурс есе, презентація результату практикуму для обміну з учнями інших шкіл України в мережах.</p> <p>Рекомендовані для перегляду та обговорення художні стрічки/фрагменти з ціннісним змістом (за вибором): «Далекий постріл» (Україна, 2005), «Страчені світанки» (Україна, 1995), «Нескорений» (Україна, 2000), «Залізна сотня» (Україна, 2004) та/або інші.</p> | <p><i>Розуміють</i> неоднозначність вияву патріотизму в різних кіногероїв.</p> <p><i>Знають</i> технології створення пропагандистського контенту: картинка + гасло (можливий лаконічний текст).</p> <p><i>Уміють</i> технічно створити пропагандистський медіаконтент.</p> <p><i>Уміють</i> розміщувати і поширювати в інтернеті власноруч створений медіапродукт.</p> |
| 6. | 1 | Підбиття підсумків модулю | |

Модуль 3. ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА (6-7 годин)

| № | Годин | Зміст навчального матеріалу | Державні вимоги до рівня загальноосвітньої підготовки учнів |
|----|-------|--|--|
| 1. | 2 | <p>Тема 12. Логіка і економіка інформації</p> <p>Інформація, авторське право та інтелектуальна власність. Медіавласність. Джерела отримання інформації про медіавласність. Кому належить право на зображення (особі, яку фотографують; фотографу; журналу, який розмістив фотографію; читачеві, який купив журнал), аргументуйте свою позицію. Авторська пісня (композитор, поет, виконавець).</p> <p><i>Логіка побудови інформації.</i> Базове уявлення про логіку як науку про способи пізнання. Її мета та завдання. Розподіл інформації на структурні одиниці. Припущення та висновки. Поняття «аргументу». Умовиводи і логічні помилки. Знайти логічні помилки в медіа. Принцип послідовності в засвоєнні інформації.</p> <p>Якою може бути цінність інформації з погляду мети того, хто її передає, і того, хто її отримує.</p> <p>Етапи процесу перевірки інформації. Вправи на визначення достовірності повідомлення. Учні (групи учнів) готують завдання для інших; шукають підтвердження достовірності візуальної і текстової інформації.</p> | <p><i>Знають</i> поняття авторського права і майнового, - інтелектуальної власності. <i>Розрізняють</i> інформацію за каналами передавання, шляхами її отримання. <i>Уміють визначити</i> об'єктивність інформації. <i>Орієнтуються</i> щодо питань медіавласності</p> <p><i>Уміють</i> класифікувати об'єкти за певною ознакою, будувати висновки на основі висунутих припущень, аргументувати їх.</p> <p><i>Розуміють</i> важливість знання про джерело походження інформації. <i>Уміють проаналізувати</i> повідомлення під кутом зору його мети. <i>Уміють</i> відшукувати та прояснити незрозумілі частини знань, що заважають послідовному засвоєнню інформації.</p> |

| | | | |
|----|---|--|--|
| 2. | 2 | <p>Тема 13. Оптимізація взаємодії в інформаційному середовищі (2) Обмін інформацією як постійний процес взаємодії між людьми. Вплив особистого досвіду та емоційного стану людини на її поведінку. Поняття когнітивного стилю як особливостей пізнавальних процесів людини. Приклади когнітивних стилів. Аналіз їхніх сильних сторін і зон розвитку. Можливість пізнання та засвоєння альтернативних стилів як основа розвитку особистості. <i>Зворотний зв'язок у спілкуванні.</i> Поняття зворотного зв'язку. Його значення та можливості, які він надає. Аналіз зворотного зв'язку в спілкуванні, важливість правильного зіставлення власних уявлень про себе і зовнішньої оцінки. Поняття референтності. Види зворотного зв'язку в інтернет-просторі: відгуки, лайки, репости, коментарі. <i>Оптимізація взаємодії.</i> Індивідуальна мета в спілкуванні та її зіставлення з колективною метою. Поняття консенсусу і компромісу. Що таке газлайтинг та причини пасивно-агресивного спілкування. Як поводитися в такій ситуації. Спілкування win-win як складова комунікативної компетентності. Аджайл (agile) як стиль групової взаємодії – гнучкий підхід, який передбачає застосування різних методів створення програмного продукту: кому потрібно те, що ми робимо?; як зробити вчасно і враховуючи потреби зацікавлених осіб?; яку взаємодію ми хочемо оптимізувати?; що для цього потрібно робити?</p> | <p><i>Розуміють</i>, що будь-яка взаємодія з навколишнім світом містить інформацію, яку можна використовувати по-різному. <i>Знають</i> різні види когнітивних стилів, <i>уміють визначати</i> їхні переваги та пропонувати способи їх удосконалення. <i>Розуміють</i> важливість аналізу зворотного зв'язку. <i>Уміють розрізняти</i> інформацію, яку варто враховувати, і від якої варто захищатися; <i>визначати</i> референтних для себе осіб та <i>пояснювати</i> причини їхньої референтності. <i>Уміють</i> проаналізувати та пояснити причини різних видів реакцій на повідомлення в інтернеті. <i>Розуміють</i> наявність особистої мети в кожного з учасників взаємодії. <i>Уміють</i> визначати власні цілі, озвучувати їх та зіставляти з цілями інших, працювати</p> |
|----|---|--|--|

| | | | |
|---|----|---|--|
| | | | в команді, презентувати ідеї. <i>Розрізняють</i> газлайтинг, пасивно-агресивні реакції та знають, як на них реагувати. <i>Уміють відшукати</i> оптимальні варіанти вирішення ситуацій. |
| 3 | 2 | <p>Тема 14. <u>Практикум 6.</u> Інформаційна безпека. Сміємося над маніпуляціями: правила інформаційної стійкості (2)</p> <p>Інформаційна безпека. Рейтинг інтернет-небезпек, з якими стикаються учні цього класу. Порівняння з усеукраїнськими рейтингами.</p> <p>Які небезпеки важко розпізнати і чому?</p> <p>Що таке конфіденційність інформації?</p> <p>Що таке особисті межі в спілкуванні і як їх визначити?</p> <p>Приватний і публічний простір у спілкуванні. Екологія спілкування.</p> <p>Обмін прикладами маніпуляцій, які насмішили. Обґрунтування, чому маніпуляції – це смішно. Де встановити межі смішного: порушення конфіденційності, відсутність реакції на зворотний зв'язок про порушення меж. Звернення по допомогу, ефективні персональні маршрути.</p> | <p><i>Розрізняють</i> відмінності між різними видами інформації.</p> <p><i>Розуміють</i> важливість дотримання конфіденційності певної інформації.</p> <p><i>Можуть пояснити</i>, навіщо дотримуватись певних меж в спілкуванні, етикету.</p> <p><i>Розуміють</i> принципи екологічної взаємодії з іншими.</p> |
| | 1- | <p>Підсумки року</p> <p>Підбиття підсумків модуля. Підбиття підсумків навчального року. Планування медіапрактик на літніх канікулах.</p> | |

Третій рік навчання: 11-й клас

Тема, зміст навчального матеріалу та очікувані результати (35 годин)

Вступний модуль ВІД МЕДІАГРАМОТНОСТІ ДО МЕДІАКУЛЬТУРИ (6-7 годин)

| № | Годин | Зміст навчального матеріалу | Державні вимоги до рівня загальноосвітньої підготовки учнів |
|---|-------|--|--|
| 1 | 1-2 | <p>Тема 1. Медіапрактики для психологічного благополуччя: підсумки попереднього року і плани на поточний (1-2)</p> <p>Медіапрактики літніх канікул і початку шкільного року. Динаміка медіакультури: зміни практик і зміна культури регуляції практик.</p> <p>Що змінилося в моїх медіапратиках з минулого року: як змінився бюджет часу, як саме змінилися уподобання?</p> <p>Що і чому я роблю в інтернеті?</p> <p>Звідки я отримую новини про важливе? Новинна медіаграмотність. Суспільно-політична ситуація в країні і світі. Порядок денний. Що в новинах важливе для мене і важливих для мене людей, чому це так?</p> <p>Час змінити правила. Що вже застаріло в правилах? Які встановилися нові медіафільтри (який контент я не буду споживати за жодних обставин з огляду на мої власні цінності). Яких медіавиробників я хочу підтримати, обираючи медіапродукцію?</p> <p>Пишемо лист-подяку українським медіавиробникам «До Дня українського кіно». Участь у всеукраїнських медіаосвітніх ініціативах.</p> | <p><i>Знають:</i> поняття психологічного благополуччя у зв'язку з медіаграмотністю і медіакультурою.</p> <p><i>Розуміють:</i> динамічний характер культури медіаспоживання, роль споживача в регуляції системи медіа, зв'язок медіакультури з розвитком технологій і суспільно-політичної ситуації в країні і світі.</p> <p><i>Уміють</i> сформулювати правила, використовуючи поняття «зворотній зв'язок» і «бюджет часу»,</p> <p><i>Оцінюють</i> дієвість правил, їхню спроможність регулювати медіапрактики і систему медіа.</p> <p><i>Усвідомлюють</i> свою позицію медіазамовника і в яких діях во-</p> |

| | | | |
|----|---|---|---|
| | | | на реалізується, можуть оцінити обсяг і сформулювати мету своїх творчих медіапрактик з огляду впливу на систему медіа |
| 2. | 2 | <p>Тема 2. Медіаграмотність і смислові фільтри (мотивація медіаспоживання) (2)</p> <p>Технічна медіаграмотність: доступ до інформації, різні платформи, різні сервіси. Чим ми користуємося і чому. Що ми вміємо завдяки гаджетам у сучасному інформаційному просторі. Технологічні новинки в сфері інформаційно-комунікаційних технологій: софт і хард. Які нові вміння актуальні для медіаграмотності порівняно з минулим: смарт-місто і медіаграмотність мешканців. Цифрова нерівність.</p> <p>Обмін досвідом: чого я можу навчити свого товариша або вчителя, щоб інтернет став безпечнішим і кориснішим.</p> <p>Показники критичного мислення. Комунікативні показники медіаграмотності.</p> <p>Показники комп'ютерної (ігрової, медійної) залежності.</p> <p>Як використати самооцінку за вивченими показниками для удосконалення правил регуляції медіапрактик. Система оцінювання порушень, моніторинг організованості у взаємодії з медіа, система дієвих санкцій на підтримку правил: індивідуальний і груповий підхід.</p> | <p><i>Знають</i> структуру показників медіаграмотності і її відмінність від медіакультури.</p> <p><i>Розуміють:</i> зв'язок законів медіаграмотності з показниками, роль організованості в досягненні успіху у взаємодії з медіа в сучасному і майбутньому.</p> <p><i>Уміють</i> виокремити ознаки розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, і сформулювати показники технічної медіаграмотності; оцінити рівень власної медіаграмотності за запропонованими показниками; аналізувати проблеми, зумовлені зловживанням медіатехнологіями; створювати правила підвищення власної організованості у взаємодії з медіа.</p> |

| | | | |
|----|-----|--|---|
| 3. | 2-3 | <p>Тема 3. <u>Практикум 1.</u> МІГ-проекти для здоров'я і підвищення стресостійкості (2-3)</p> <p>Створення проектних команд з організації громадської події. Що потрібно нашому місту (району, селу, кварталу, хутору), школі, щоб відповідати критеріям смарт-міста. Смарт-місто медіаграмотних мешканців.</p> <p>Яка подія може сприяти розвитку громади і бути корисною для людей, для нас самих. Аналізуємо потребу, використовуючи медіаджерела і свій немедіатизований досвід спілкування.</p> <p>Різні форми громадської активності та участі. Групові МІГ-проекти. Участь у подіях та організація нових подій: свято, ярмарок, фестиваль, конкурс, конференція, семінар, пікет, петиція, персональна допомога тощо (на вибір учнів) і медіа-підтримка. Медіапроект як форма громадської участі. МІГ-проекти подолання цифрової нерівності. Безпека проектної діяльності. Презентація проектів.</p> | <p><i>Знають</i> різні способи підвищення стресостійкості завдяки використанню медіа.</p> <p><i>Розуміють</i> роль медіа в підготовці громадської події і роль медіаграмотності в досягненні дієвого ефекту.</p> <p><i>Уміють</i> створити корисні для організації громадської події, фрагменти медіапродукції та скласти план її поширення; оцінити і вдосконалити медійний план підтримки події; сформулювати висновок про корисність медіаресурсів, подякувати однокласнику за його внесок у спільну роботу в МІГ-проекті.</p> |
|----|-----|--|---|

Модуль 1. КІБЕРКУЛЬТУРА (6-7 годин)

| № | Годин | Зміст навчального матеріалу | Державні вимоги до рівня загальноосвітньої підготовки учнів |
|---|-------|--|--|
| 1 | 1 | <p>Тема 4. Кібертворчість і здоров'я (антистресові медіапрактики) (1)</p> <p>Кіберпростір – відображення реальності. Біохакінг – гаджети на службі здоров'я.</p> <p>Чи можемо ми віртуально відвідати музей. Кінотворчість у мережі. Чи той самий фільм ми дивимося в мережі? Як представлена українська кінопродукція в мережі?</p> <p><i>Медіаторчість в інтернет-мережі.</i> Кіберпростір – простір самовираження. Медіаторчість та медіа-арт. Форми медіаторчості. Поширення власного контенту в соціальних мережах. Аналіз власного досвіду медіаторчості і його впливу на здоров'я.</p> <p>Технології створення віртуальної реальності і тілесність. <i>Окуляри й шоломи віртуальної реальності. Кімнати віртуальної реальності. Рукавиці віртуальної реальності. Контролери зі зворотним зв'язком. Віртуальна школа, віртуальний учитель. Тілесні зміни у віртуальній і матеріальній реальності. Обмін віртуальними тілами. Прості речі рятують життя. Складні кібертехнології та їхній вплив на психіку, тіло і здоров'я.</i></p> | <p><i>Уміють розрізняти</i> різні форми медіаторчості за критерієм впливу на здоров'я.</p> <p><i>Знають</i> засоби поширення продуктів власної медіаторчості.</p> <p><i>Оцінюють</i> різні форми медіаторчості: колаж, відео, стрим, анімаційні фільми, сторітелінг.</p> |

| | | |
|-----|---|--|
| 1 | <p>Тема 5. Соціальні мережі і групи взаємодопомоги (1) <i>Групи в соціальних мережах.</i> Ознаки деструктивних груп (обмеження свободи, ізоляція від реального соціального оточення, нав'язування шкідливих для здоров'я практик, використання кібербулінгу). Групи взаємодопомоги, психологічний ресурс груп взаємодопомоги.</p> <p><i>Саморегуляція за допомогою творчої активності в медіапросторі.</i> Чи може медіаторчість нашкодити? Бюджет часу і принцип оцінювання результативності медіаторчості.</p> <p>Розуміння деструктивних медіа-впливів, заснованих на феноменології соціального оптимізму/песимізму, як певних позитивних чи негативних очікувань щодо майбутнього суспільства та своєї ролі в цьому («Зрада»; «Перемога»). Поширення деструктивних повідомлень та «фейків» (як неправдивої інформації) та їхня роль у посиленні напруженості в суспільстві.</p> | <p><i>Знають</i> поняття соціального оптимізму і песимізму. <i>Розрізняють</i> види деструктивних впливів.</p> <p><i>Уміють</i> визначити фейк та оцінити його медіа-вплив.</p> |
| 2-3 | <p>Тема 6. <u>Практикум 2. Медіа-арт-терапія (пластилінова анімація) (2-3)</u> <i>Саморегуляція за допомогою медіа-арт-терапії.</i></p> <p>Засоби подолання негативних станів, викликаних медіаповідомленнями.</p> <p>Медіа-арт-терапія (як найновітніший різновид арт-терапії (зцілення за допомогою мистецтва) – передбачає використання як засобів та простору, для зцілення особистості за допомогою мистецтва, сучасні системи комунікації): поняття, види (кінотерапія, фототерапія тощо), засоби. Розмаїття ідей і технік.</p> | <p><i>Знають</i> прийоми саморегуляції і подолання деструктивних медіавпливів за допомогою медіаторчості.</p> <p><i>Знають</i> основні етапи створення анімаційного фільму.</p> <p><i>Уміють</i> створити елементарну пластилінову анімацію.</p> <p><i>Розуміють</i> особливості ство-</p> |

| | | | |
|---|--|---|--|
| | | <p>Практичне заняття з медіа-арт-терапії: створення пластилінової анімації. Рекреаційне спілкування у творчій роботі.</p> <p>Можливості новітніх технологій в інформаційному суспільстві. Засоби і методика створення медіаконтенту.</p> <p>Розробка ідеї, сценарію; режисура майбутнього анімаційного фільму; визначення героїв та їх створення з пластиліну.</p> <p>Знімання і монтаж анімаційного фільму.</p> <p>Перегляд створеного анімаційного фільму і поширення його в мережі інтернет.</p> | <p>рення анімації та її вплив на емоційні стани.</p> <p><i>Використовують на практиці вміння знімати анімацію та здійснювати монтаж знятого, налагодження взаємодії під час спільної роботи.</i></p> |
| 2 | <p>Тема 7. <u>Практикум 3. Художня творчість як засіб опанування сильних емоцій (2)</u></p> <p>Сильні емоції шкільного життя. Сильні емоції від медіапрактик. Способи опрацювання сильних емоцій.</p> <p>Перегляд на вибір: мультфільму “Конфлікт” (1994 р.), короткометражного фільму “Веревка” (фільм-метафора про співзалежні стосунки, 2006 р.), “1/100 секунди” (2006 р.).</p> <p>Малювання власних почуттів за допомогою фарб. Малювання мандали (малюнок в колі). Обговорення малюнків почуттів: делікатність спілкування про емоційні стани: говорити про свої почуття, своє сприйняття творів.</p> | <p><i>Розуміють</i> можливості художньої творчості задля самовираження та опанування сильних емоцій.</p> <p><i>Уміють</i> опанувати сильну емоцію за допомогою художньої творчості.</p> <p><i>Самовизначаються</i> на опанування сильних емоцій і турботу про здоров'я і психологічне благополуччя.</p> | |
| | | Підведення підсумків модулю | |

Модуль 2. АУДІОВІЗУАЛЬНА МЕДІАКУЛЬТУРА (10-11 годин)

| № | Годин | Зміст навчального матеріалу | Державні вимоги до рівня загальноосвітньої підготовки учнів |
|----|-------|---|---|
| 1. | 2 | <p>Тема 8. Медіатравма і посттравматичне зростання</p> <p>Проблеми психічного здоров'я в медіа, зображення в художніх фільмах психічної травми війни, посттравматичних стресових розладів ветеранів. Ознаки психічної травми: травмівні неконтрольовані спогади, емоційна неврівноваженість (гнів, агресія, вина), самоізоляція і небажання спілкуватися, знижена самооцінка, вразливість. Як поводитися, щоб допомогти: не наражатися на небезпеку, звертатися по допомогу.</p> <p>Медіатравма: зниження відчуття психологічного благополуччя через інформацію про війну. Візуальний вплив. Практики горювання і пам'яті.</p> <p>Посттравматичне зростання: травмівна подія як ресурс створення нового смислу. Приклади висвітлення посттравматичного зростання в медіа. Ігри нескорених.</p> | <p><i>Знають</i> поняття психічної травми від надзвичайних стресових подій та їхнього висвітлення в медіа; поняття посттравматичного зростання.</p> <p><i>Розуміють</i> ознаки гострої стресової і посттравматичної стресової реакції, як це проявляється у взаємодії; межу між нормальною реакцією на стресову подію і розладом, коли потрібно звертатися по допомогу до фахівців; розуміють, як звернутися.</p> |
| 2. | 2 | <p>Тема 9. Фан-творчість і смисли власного життя</p> <p>Парасоціальні стосунки і феномен фанатизму. Прожити не своє життя, а життя кумира.</p> <p>Види фанатської творчості. Фанфіки – літературна творчість в інтернеті.</p> | <p><i>Знають</i> різницю між поняттями «фанат» і «фанатик».</p> <p><i>Розрізняють</i> різні види фан-творчості та <i>вміють</i> їх стисло охарактеризувати.</p> |

| | | | |
|----|---|--|--|
| | | <p>Практичне заняття з проведення психологічного аналізу продуктів фан-творчості. Аналізуємо емоційні стани й асоціації, зразки поведінки, парасоціальні стосунки, норми і цінності. Як твір впливає на глядача, різні цільові аудиторії. Що про це сказали б... (моя мама, тато, дідусь, бабуся). Прямі і приховані повідомлення й впливи. Оцінювання і самовизначення.</p> | <p><i>Знають</i>, як провести мінімальний психологічний аналіз продукту медіаторчості.</p> |
| 3. | 2 | <p>Тема 10. Медіаперсонажі та емоційний інтелект Психологічні засади і гачки для формування парасоціальних стосунків. Романтичні стосунки в медіа і в реальності. Медіаміфи про сексуальність і секс. Вплив медіаперсонажів на формування очікувань та образу бажаного романтичного партнера. Поняття емоційного інтелекту. Розпізнавання своїх емоцій і станів іншого, вплив за допомогою емоцій. Можливості фільманалізу для розширення емоційної сфери. Перегляд та аналіз зі старшокласниками відеопродукції (на вибір): можливий груповий перегляд та аналіз обраного твору, або індивідуальний перегляд та аналіз без обговорення – на вибір учителя і учнів.</p> | <p><i>Усвідомлюють</i> позитивні і негативні сторони парасоціальної взаємодії з медіаперсонажами. <i>Знають</i>, що таке емоційний інтелект та <i>вміють</i> розпізнавати прості і складні почуття (як власні, так і медіагероїв). <i>Використовують прийоми</i> емоційного аналізу відеопродукції. <i>Уміють аналізувати</i> поведінку медіагероя під кутом емоційного впливу і моделювання поведінки глядача.</p> |
| 4. | 2 | <p>Тема 11. <u>Практикум 3</u>. Аудіоколаж емоцій і його зцілювальні перетворення. <i>Творче заняття: перегляд та емоційне прослуховування медіапродукту.</i> Аналіз емоційних переживань під час перегляду медіапродукту з поперемінним використанням тільки одного аналізатора (слух,</p> | <p><i>Уміють</i> розпізнавати та аналізувати свої емоційні стани під час аналізу медіапродукту.</p> |

| | | | |
|----|---|---|---|
| | | <p>зір). Вибір медіапродукту (кліп, фільм, новини): перегляд, прослуховування, аналізування, обговорення.</p> <p>Як медіапродукція може розвинути емоційний інтелект: розпізнавання, регулювання, управління емоціями, управління враженням, вплив на інших людей своїми емоціями</p> <p><i>Медіаторчість: створення дієвого аудіального повідомлення. Дія аудіоповідомлення з різними технологіями впливу на особистість. Визначення технологій впливу аудіального повідомлення на особистість.</i></p> | <p><i>Аналізують</i> аудіальний вплив медіапродукту без візуальної складової.</p> <p><i>Уміють</i> створювати елементарні аудіальні медіаповідомлення з певним емоційним впливом.</p> <p><i>Знають</i> принципи впливу аудіальної інформації.</p> <p><i>Уміють</i> аналізувати та визначати вплив аудіальної інформації на емоційний стан.</p> <p><i>Оцінюють</i> уміння саморегуляції, використовують їх на практиці</p> |
| 5. | 2 | <p>Тема 12. <u>Практикум 4.</u> Ціннісно-сміслова саморегуляція і патріотизм: медіаклуб</p> <p>Медіаклуб проводиться в традиційному (як і в попередні роки) форматі: домашній перегляд обраного фільму, рефлексія емоцій/почуттів і практичне завдання, яке передбачає створення рекламного ролика з нарізок переглянутої стрічки і написання до нього тизера (короткого текстового повідомлення, що заохочує до перегляду, інтригує). Зважаючи на те, що вік старшокласників-випускників наближаються до призовного, зміст ролика і тизера мають пропагувати військовий патріотизм, необхідність захисту України від зовнішніх ворогів.</p> | <p><i>Знають</i>, правила проведення медіаклубу і правила ефективної комунікації в групі.</p> <p><i>Знають</i> функції рекламного інформаційного ролика і тизера до нього.</p> <p><i>Розуміють</i> переваги групової роботи з виявлення та аналізу проблеми переглянутого медіаконтенту.</p> |

| | | |
|---|--|---|
| | <p>Ролики доцільно створювати в командах, проте можна й індивідуально.</p> <p>У класі обговорюється фільм, аналізуються створені медіапродукти, обирається найкращий.</p> <p>Для перегляду і обговорення рекомендовано на вибір такі художні стрічки/фрагменти: «Кіборги», (2017), «Позивний «Бандерас»» (2018), «Крути» (2019), «Черкаси» (2019), «Ловайська історія» (2019) та/або інші.</p> | <p><i>Розуміють</i> необхідність захищати територіальну цілісність України зі зброєю в руках після досягнення повноліття – як конституційний обов’язок і персональну відповідальність за її збереження.</p> <p><i>Уміють</i> технічно робити нарізки, які відображають потрібні смислові моменти.</p> <p><i>Уміють</i> комунікувати між собою, висуваючи творчі ідеї, і плідно працювати в групі.</p> |
| 1 | Підбиття підсумків модулю | |

Модуль 3. ІНФОРМАЦІЙНА КУЛЬТУРА (6-7 годин)

| № | Годин | Зміст навчального матеріалу | Державні вимоги до рівня загальноосвітньої підготовки учнів |
|----|-------|---|--|
| 1. | 1 | <p>Тема 13. <u>Практикум 6.</u> Електронне подання документів (1) Електронне врядування. Обмін досвідом між учнями. Правила вступу та електронне забезпечення процесу.</p> | <p><i>Уміють</i> використовувати інформаційно-комунікаційні сервіси для взаємодії із закладом вищої освіти</p> |
| 2. | 3 | <p>Тема 14. Тренінги за вибором (1) Тренінг з розвитку критичного стилю мислення і спілкування в стресових ситуаціях Практичні вправи на аналіз інформації та ієрархізацію аргументів, порівняння даних, узагальнення, подолання упереджень з розбором правильних і неправильних варіантів.</p> | <p><i>Уміють</i> правильно визначати пріоритети в інформації, виокремлюючи першочергові і другорядні факти, <i>розрізняють</i> аргументовані і недостатньо аргументовані висновки, <i>усвідомлюють</i> наявність у себе та інших певних упереджень та необхідність їх враховувати.</p> |
| 3. | | <p>Тренінг «Розпізнавання маніпуляцій у повсякденному житті» Розрізнення маніпуляцій. Користь і шкода від маніпуляцій. Запобігання деструктивним впливам маніпуляцій.</p> | <p><i>Знають</i> визначення маніпуляції, <i>уміють</i> відрізнити інформацію від маніпуляції. Не мають упередженого ставлення та <i>усвідомлюють</i> як позитивні, так і негативні наслідки маніпуляцій та власну відповідальність в ситуаціях маніпулювання.</p> |

| | | |
|----|---|---|
| 4. | <p>Тренінг «Сучасні засоби масової інформації в моєму житті» Принципи створення медіаконтенту. Замовлення, створення, передавання та сприймання інформації. Запобігання деструктивним впливам медіа. Скарги на неякісну медіапродукцію: куди, кому, навіщо і як писати.</p> | <p><i>Знають:</i> як, ким і для чого створюються різні види медіаконтенту. <i>Усвідомлюють</i> зв'язок мети, поставленої замовником медіаконтенту, з обраною формою та змістом повідомлення. <i>Практикують</i> звичку шукати джерела інформації та збирати факти з різних джерел, які її доповнюють або спростовують.</p> |
| 5. | <p>Тема 15. Заняття зі створення медіаконтенту для цільової аудиторії (1) Види контенту. Візуальні образи. Композиція. Співвіднесення інформації з цільовою аудиторією і метою повідомлення. Отримання та обробка зворотного зв'язку.</p> | <p><i>Розрізняють</i> види контенту за каналами повідомлення і стилем подання інформації. <i>Уміють</i> обирати необхідні формати для донесення власних ідей. <i>Практикують</i> створення чи підбір візуальної композиції повідомлення за принципом конгруентності ідеї, тексту та аудіально-візуального супроводу. <i>Розуміють</i> роль аналізу зворотного зв'язку щодо створеного контенту.</p> |
| 6. | <p>Тема 16. Тренінги за вибором (1) Тренінг «Реклама себе в сучасному світі» Види реклами. Соціальна реклама як окремий вид реклами. Естетика реклами. Реклама в інтернеті. Гігієна сприймання</p> | <p><i>Знають</i>, які бувають види реклами та її функції. <i>Розуміють</i> культурне значення реклами, <i>уміють</i> аналізувати цінності, які вона транслює.</p> |

| | | |
|----|--|--|
| | <p>інформації. Рекламування себе, інформування про себе, презентація себе.</p> <p>Вправа «Рекламуємо себе». Коли обмеження можуть стати перевагами. Яким може бути моє перше резюме для представлення моїх переваг роботодавцеві.</p> | <p><i>Знають</i> принципи побудови та відмінності комерційної і соціальної реклами; <i>уміють</i> співвідносити ідеї, що пропонуються в рекламі, із власними цінностями.</p> <p><i>Знають</i> способи регуляції і технічні засоби (спеціальні програми) зменшення обсягів споживання реклами та <i>усвідомлюють</i> потребу в них.</p> |
| 7. | <p>Тренінг «Довіра до новинних медіа»</p> <p>Види новин за джерелами. Верифікація новин. Профілактика психотравмивних впливів новин. Створення новин. Як у новинах представлено світ професій? Як новини сприяли вибору навчального закладу чи першого робочого місяця?</p> | <p><i>Знають</i> джерела новин, ознаки фейкових новин. <i>Уміють</i> перевіряти походження новин, створювати новини. <i>Розрізняють</i> формати створення новин, <i>застосовують</i> засоби профілактики впливу новин.</p> |
| 8. | <p>Тренінг «Громадська активність у соціальних мережах»</p> <p>Поведінка в соціальних мережах. Участь у тематичних групах. Принцип відповідальності за створену і поширену інформацію.</p> <p>Ідеї громадської акції (локального флешмобу) та організація її за допомогою мережі.</p> | <p><i>Знають</i> правила поведінки в соціальних мережах. <i>Уміють</i> користуватися соціальними мережами, створювати і модерувати групи, створювати і поширювати інформацію на певну тему. <i>Усвідомлюють</i> відповідальність за поширену інформацію.</p> |

| | | | |
|----|---|---|---|
| 9. | | <p>Тренінг «Емоційний інтелект в онлайн-взаємодії» Рефлексія в онлайнівій взаємодії. Сприймання і надання інформації в загальному доступі. Конфіденційність інформації. Увага до своїх емоцій і до емоцій інших. Емоційний тренінг натхнення.</p> | <p><i>Уміють:</i> аналізувати власні емоції під час онлайнівій взаємодії, у процесі спілкування або сприймання медіаінформації; свідомо обирати модель поведінки в тій чи іншій ситуації, визначати межі етичної і неетичної поведінки. <i>Розрізняють</i> інформацію, яку можна давати в загальний доступ та інформацію, яка має залишатися конфіденційною. <i>Визначають</i> емоції співбесідника та проявляти повагу до них.</p> |
| 10 | 2 | <p>Тема 17. <u>Практикум 7</u>. МІГ-проекти до випускного вечора Створення аудіовізуальної продукції для супроводу випускного вечора.</p> | <p><i>Уміють</i> застосувати знання, отримані під час вивчення курсу для створення емоційно насиченого медіапродукту.</p> |
| 11 | 1 | <p>Підбиття підсумків модулю і вивчення курсу</p> | |

**Загальна схема модульно-тематичного планування курсу
«Медіакультура» для учнів 9-11 класів**

| Чверті | Модулі | 9 клас (рефлексивний підхід) |
|-----------------------------|--|---|
| Перша чверть (6-7 годин) | Орієнтувальний: від основ медіа-інформаційної грамотності (МІГ) до медіакультури | 1) Медіапрактики і правила культурної взаємодії 2) Медіаграмотність і критичне мислення: 5 основних законів 3) <u>Практикум 1.</u> МІГ-проекти для свого професійного плану |
| Друга чверть (7-8 годин) | Кіберкультура (КК) | 4) Глобальна КК, ігрова і віртуальна реальність 5) Соціальні мережі, групи за інтересами та онлайн спілкування (правила і бюджет часу) 6) <u>Практикум 2.</u> «Нетикет» проти мови ворожнечі і кібербулінгу |
| Третя чверть (10-11 годин) | Аудіовізуальна культура (АВК) | 7) Історія аудіовізуальних медіа і роль критичного мислення 8) Медіасприймання і саморегуляція 9) <u>Практикум 3.</u> Реклама в сучасних медіа і критичне медіасприймання. 10) <u>Практикум 4.</u> Саморегуляція з аудіальними медіа 11) <u>Практикум 5.</u> Ціннісно-сміслова саморегуляція і патріотизм особистості. Медіаклуб. |
| Четверта чверть (6-7 годин) | Інформаційна культура (ІК) | 12) Інформаційне суспільство і права дитини в цифровому середовищі 13) Система медіа і її регуляція, критерії якості медіа 14) <u>Практикум 6.</u> Взаємодія з медіавиробником (книга скарг і пропозицій) 15) |

| 10 клас (інтенсивний підхід) | 11 клас (рекреаційний підхід) |
|--|---|
| 1) Міняємося ми і міняються медіапрактики: підсумки попереднього року 2) Показники медіаграмотності і правила медіаспоживання 3) <u>Практикум 1.</u> МІГ-проекти громадянської активності | 1) Медіапрактики для психологічного благополуччя 2) Медіаграмотність і смислові фільтри (мотивація медіаспоживання) 3) <u>Практикум 1.</u> МІГ-проекти для здоров'я і підвищення стресостійкості |
| 4) Кіберсоціалізація і здоров'я 5) Соціальні групи, діалоги і статуси (переосмислення правил спілкування в дії) 6) <u>Практикум 2.</u> Критичне мислення в мистецтві мережевого он-лайн-спілкування | 4) Кібертворчість і антистресова саморегуляція 5) Соціальні мережі і групи взаємодопомоги 6) <u>Практикум 2.</u> Медіа-арт-терапія (пластилінова анімація) |
| 7) Технології інформаційного впливу та інформаційна війна (чому люди піддаються впливу) 8) <u>Практикум 3.</u> Пропаганда (чому потрібно себе захищати) 9) <u>Практикум 4.</u> Медіаперсонажі: медіазараження і аналіз фільмів (власна ідентичність) 10) <u>Практикум 5.</u> Ярмарок аудіоуподобань і взаємоузгоджень 11) <u>Практикум 6.</u> Ціннісно-сміслова саморегуляція і патріотизм особистості. Медіаклуб. | 7) Медіатравма і пост-травмівне зростання 8) Фан-творчість і смисли власного життя 9) Медіаперсонажі та емоційний інтелект 10) <u>Практикум 3.</u> Аудіо-колажі емоцій і його зцілювальні перетворення 11) <u>Практикум 4.</u> Ціннісно-сміслова саморегуляція і патріотизм особистості. Медіаклуб. |
| 12) Логіка інформації і економіка (авторське право) 13) Інформаційна безпека в часи війни: верифікація інформації 14) <u>Практикум 7.</u> Сміємося над маніпуляціями: правила інформаційної стійкості | 12) Електронне подання документів (вступна кампанія) 13) Інформація для відпочинку та індивідуальні плани розвитку майбутніх медіапрактик 14) <u>Практикум 5.</u> МІГ-проекти до випускного |

Література

1. Практикум «Медіакультура»: Робочий зошит курсу за вибором для учнів 10 класу загальноосвітніх навчальних закладів / Л. А. Найдьонова, О. Т. Баришполець, О. Є. Голубева та ін.; наук. ред. Л. А. Найдьонова ; Ін-т соц. та політ. психології НАПН України. – К., 2013. – 100 с.
2. Український словник медіакультури [Текст] / О. Т. Баришполець ; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – Київ : Міленіум, 2014. - 194, [1] с. – Бібліогр.: с. 193-194. ISBN 978-966-91-11
3. *Баришполець О.Т.* Брехня в інформаційному просторі та міжособовій комунікації [Текст] : монографія / О. Т. Баришполець ; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – Кіровоград : Імекс, 2013. – 646, [1] с. : іл. – Бібліогр.: с. 643-[647]. ISBN 978-966-189-245-2
4. *Череповська Н. І.* Візуальна медіакультура: розвиток критичного мислення і творчого сприймання. Методичні рекомендації до медіаосвітнього курсу «Медіакультура» для старшокласників загальноосвітніх навчальних закладів. – К.: Міленіум, 2014. – 116 с.
5. *Череповська Н. І.* Медіакультура та медіаосвіта учнів ЗОШ. Візуальна медіакультура. – К.: Видавництво «Шкільний світ», 2010. – 128 с.
6. *Череповська Н.* Медіаосвітні ресурси розвитку патріотизму і критичного мислення молоді : навчально-методичний посібник / Череповська Наталія Іванівна. – Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2017. – 156 с.
7. *Вознесенська О.Л., Сидоркіна М.Ю.* Інтеграція арт-терапевтичних та медіаосвітніх технологій у подоланні психічної травми // Арт-терапія у подоланні психічної травми: Практичний посібник / Олена Вознесенська, Марина Сидоркіна. – К.: Золоті ворота, 2016. – 202 с. – Вид. 2е: випр. та доповн. – С. 124-153.

Рекомендовані електронні ресурси

1. Лабораторія психології масової комунікації та медіаосвіти (сайт, матеріали для вчителя з курсу «Медіакультура») <http://mediaosvita.org.ua>
2. Дистанційний курс «Медіаграмотність для освітян» <https://courses.prometheus.org.ua>
3. Медіаосвітня гра «Медіадрайвер» <http://mediadrivervonline/>
4. Медіаосвітня гра «Медіазнайко» <http://www.aup.com.ua/Game/>
5. Детектор медіа Медіаграмотність. Медіаосвіта Media Sapiens <http://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/>
6. Медіаосвіта і медіаграмотність <http://www.medialiteracy.org.ua>
7. Дистанційний курс «Критичне мислення» <https://courses.prometheus.org.ua>

Рекомендовані фільми за вибором

(можуть бути замінені вчителем на запропоновані учнями фільми українського виробництва за близькою тематикою)

9 клас

Тема 11. Практикум 5.

«Захар Беркут» (Україна, 2019),
«Гірки жнива» (Канада, 2017),
«Поводир» (Україна, 2014) та/або інші..

10 клас

Тема 11. Практикум 6.

«Далекий постріл» (Україна, 2005),
«Страчені світанки» (Україна, 1995),
«Нескорений» (Україна, 2000),
«Залізна сотня» (Україна, 2004) та/або інші.

11 клас

Тема 10.

Мультфільм «Образа» (<https://youtu.be/SUnK6bixRQI>) - робота з токсичними почуттями (можливі сильні емоції під час перегляду)
Короткометражний фільм «Підтвердження» (<https://youtu.be/YD9MDJuMy8>) – робота зі схваленням як соціально-психологічним явищем і відповідними уміннями.

Тема 12. Практикум 4.

«Кіборги» (Україна, 2017),
«Позивний «Бандерас»» (2018),
«Крути» (Україна, 2019).
«Черкаси» (Україна, 2019),
«Ловайська історія» (2019) та/або інші.

Рекомендоване оновлення переліку фільмів та обговорення оновлень див. на електронному ресурсі <http://mediaosvita.org.ua> та *Розвиток медіапсихології та медіаосвіти в Україні* https://www.facebook.com/groups/107759056630905/?ref=br_rs

Зміст

| | |
|--|----|
| Пояснювальна записка | 3 |
| ЗМІСТ програми Медіакультура. | |
| Перший рік навчання: 9-й клас. | |
| Тема, зміст навчального матеріалу та очікувані результати. | |
| Вступний модуль. Від медіаграмотності до медіакультури | 13 |
| Модуль 1. Кіберкультура | 16 |
| Модуль 2. Аудіовізуальна медіакультура | 19 |
| Модуль 3. Інформаційна культура | 29 |
| Другий рік навчання: 10-й клас | |
| Тема, зміст навчального матеріалу та очікувані результати | |
| Вступний модуль. Від медіаграмотності до медіакультури | 33 |
| Модуль 1. Кіберкультура | 36 |
| Модуль 2. Аудіовізуальна медіакультура | 40 |
| Модуль 3. Інформаційна культура | 46 |
| Третій рік навчання: 11-й клас | |
| Тема, зміст навчального матеріалу та очікувані результати | |
| Вступний модуль. Від медіаграмотності до медіакультури | 50 |
| Модуль 1. Кіберкультура | 53 |
| Модуль 2. Аудіовізуальна медіакультура | 56 |
| Модуль 3. Інформаційна культура | 60 |
| Загальна схема модульно-тематичного планування курсу «Медіакультура» для учнів 9-11 класів | 64 |
| Література | 66 |
| Рекомендовані електронні ресурси | 67 |
| Рекомендовані фільми за вибором | 68 |

Навчальне видання

Л. А. Найдьонова, Н. І. Череповська,
О. Л. Вознесенська, Ю. С. Чаплінська,
Н. О. Обухова, Н. Л. Дятел,
І. О. Бондаревська, О. О. Кришовська

Навчальна програма курсу
«МЕДІАКУЛЬТУРА»
для учнів 9, 10, 11 класів
закладів загальної середньої освіти
(три роки навчання)

Укладачі: Л. А. Найдьонова, Н. І. Череповська

За редакцією Л. А. Найдьонові

Верстка – *О.Л. Вознесенська*

Літературна редакція, коректура – *Т. А. Кузьменко*

Надруковано з оригінал-макету, виготовленого
в Інституті соціальної та політичної психології НАПН України

Підписано до друку 28.12.2018 р. Формат 84x108/32.

Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.

Ум. друк. арк. 2.7. Обл.-вид. арк.

Тираж 300 пр.
