

Міністерство освіти і науки України
Дрогобицький державний педагогічний університет
імені Івана Франка
Кафедра соціальної педагогіки та корекційної освіти

«До захисту допускаю»

Завідувач кафедри соціальної педагогіки
та корекційної освіти,
доктор педагогічних наук, професор

_____ Т.О. Логвиненко

« _____ » _____ 2025 р.

УМОВИ ЗАСТОСУВАННЯ МЕДІАОСВІТИ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ
ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПЕДАГОГІВ

Спеціальність 231 Соціальна робота (Соціальна педагогіка)

Магістерська робота
на здобуття кваліфікації – магістр з соціальної роботи за спеціалізацією
«Соціальна педагогіка»

Автор роботи: Петrenchко Юрій Іванович _____

підпис

Науковий керівник: кандидат педагогічних наук,

доцент Гук Орест Васильович _____

підпис

Дрогобич, 2025

Анотація

У роботі представлено ґрунтовне наукове дослідження теоретичних та практичних засад упровадження медіаосвіти у процес професійної підготовки майбутніх соціальних педагогів. У першому розділі розкрито еволюцію теоретико-практичних підходів до медіаосвіти, проаналізовано її значення в умовах інформаційного суспільства та окреслено вимоги, що висуваються до майбутніх фахівців соціальної сфери у контексті розвитку медіаграмотності, критичного мислення та навичок безпечної взаємодії з медіапростором. Охарактеризовано зміст і структуру медіаосвіти студентів педагогічних університетів, визначено ключові соціально-педагогічні проблеми, що постають перед здобувачами спеціальності «Соціальна робота» в умовах медіатизованого середовища.

Другий розділ присвячений експериментальному дослідженню педагогічних умов ефективного впровадження медіаосвіти у професійну підготовку майбутніх соціальних педагогів. Представлено критерії, показники та рівні сформованості медіаосвітньої компетентності студентів, а також результати аналізу їхньої медіаграмотності на формувальному етапі експерименту. Визначено фактори та педагогічні умови, які забезпечують позитивну динаміку становлення медіаосвітніх умінь, зокрема інтерактивні методи навчання, проектну діяльність, практичну взаємодію з медіапродуктами та міжпредметну інтеграцію.

У висновках узагальнено результати теоретичного аналізу та експериментального дослідження, підтверджено ефективність запропонованих педагогічних умов для розвитку медіаосвітньої компетентності студентів спеціальності «Соціальна робота», а також визначено перспективні напрями удосконалення медіаосвіти у закладах вищої освіти.

Ключові слова: медіаосвіта, медіаграмотність, майбутні соціальні педагоги, педагогічні умови, професійна підготовка, соціальна робота, медіакомпетентність, інформаційне суспільство.

Annotation

The paper presents a thorough scientific study of the theoretical and practical foundations for introducing media education into the professional training of future social educators. The first chapter reveals the evolution of theoretical and practical approaches to media education, analyses its significance in the information society, and outlines the requirements for future social workers in the context of developing media literacy, critical thinking, and skills for safe interaction with the media space. The content and structure of media education for students of pedagogical universities are characterised, and the key socio-pedagogical problems faced by students of the ‘Social Work’ speciality in a media-saturated environment are identified.

The second section is devoted to experimental research on the pedagogical conditions for the effective implementation of media education in the professional training of future social educators. The criteria, indicators and levels of media education competence of students are presented, as well as the results of the analysis of their media literacy at the formative stage of the experiment. The factors and pedagogical conditions that ensure positive dynamics in the development of media education skills are identified, in particular interactive teaching methods, project activities, practical interaction with media products and interdisciplinary integration.

The conclusions summarise the results of theoretical analysis and experimental research, confirm the effectiveness of the proposed pedagogical conditions for the development of media literacy among students majoring in social work, and identify promising areas for improving media education in higher education institutions.

Keywords: media education, media literacy, future social educators, pedagogical conditions, professional training, social work, media competence, information society.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МЕДІАОСВІТИ МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПЕДАГОГІВ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ	
1.1. Розвиток теоретико-практичних аспектів медіаосвіти майбутніх соціальних педагогів	11
1.2. Зміст та структура медіаосвіти студентів педагогічних закладів вищої освіти на сучасному етапі.....	19
1.3. Соціально-педагогічні проблеми в контексті медіаосвіти студентів спеціальності «Соціальна робота».....	26
РОЗДІЛ 2. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕДАГОГІЧНИХ УМОВ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПЕДАГОГІВ	
2.1. Медіаосвіта майбутніх соціальних педагогів (критерії, показники, рівні).....	36
2.2. Аналіз процесу медіаосвіти майбутніх соціальних педагогів на формульованому етапі експерименту.....	41
2.3. Результати впливу педагогічних умов на медіаосвіту студентів	45
ВИСНОВКИ.....	52
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55
ДОДАТКИ.....	6

ВСТУП

Глобальні процеси, що визначають розвиток сучасного інформаційного простору, призвели до формування медіакультури як складника практично всіх сфер життєдіяльності людини – виробничої, соціальної, освітньої, комунікативної та мистецької. У ширшому масштабі виникає розгалужена система медіавзаємодій, яка охоплює соціальні інститути, держави та різноманітні спільноти.

Саме через засоби масової комунікації – друковані видання, телебачення, відеопродукцію, Інтернет-платформи, радіомовлення – суспільство транслює й закріплює цінності, моделі поведінки та соціальні стандарти, характерні для певного етапу його розвитку. Взаємодія молодого покоління з глобальним медіапростором відзначається суперечливістю. З одного боку, юнацтво отримує значно ширші можливості для інтелектуального та культурного збагачення, міжкультурного діалогу й залучення до інноваційних освітніх практик. З іншого – комерційний характер більшості медіаіндустрій (телеканалів, інтернетсервісів, комунікативних мереж тощо) сприяє поширенню контенту, який може нести антигуманні або аморальні смисли та активно впливати на свідомість молоді.

До цього додаються ризики, пов'язані з некритичним сприйманням інформаційних потоків, падінням якості значної частини медіапродукту та зростанням можливостей маніпулювання громадською думкою. Подібні тенденції поглиблюють напруження між суспільством і медійним середовищем, актуалізуючи потребу у посиленій увазі всіх соціальних і освітніх інституцій до регулювання й розвитку інформаційно-комунікаційного простору. Медіа сьогодні фактично виконують функцію неформальної освіти, значною мірою впливаючи на соціалізацію різних вікових груп, засвоєння соціальних норм та формування ціннісних орієнтацій особистості.

Роль мас-медіа у вихованні та навчанні дітей і молоді активно підкреслюється міжнародною спільнотою, що підтверджено низкою важливих

документів: Грюнвальдською декларацією з медіаосвіти (1982), резолюцією ЮНЕСКО про розвиток критичного медіанавчання (Париж, 1989), рішеннями Віденської конференції “Освіта для медіа та цифрового століття” (1999), Севільської конференції “Медіаосвіта молоді” (2002) тощо.

Особливого значення медіаосвітня підготовка набуває саме у студентському віці, оскільки молодь цього періоду активно долучається до складної системи інформаційних комунікацій і водночас готується до професійної діяльності в умовах глобалізованого світу. Для майбутніх учителів медіакомпетентність є критично важливою: учитель виступає носієм сучасної культури й важливим медіапосередником для учнів. Рівень обізнаності педагога в інформаційно-комунікативній сфері безпосередньо впливає на формування медіакультури школярів. Концепція навчання упродовж життя, розвиток дистанційних освітніх технологій, поява відкритих онлайн-курсів і нових форматів здобуття освіти висувають вимогу до студентів і викладачів володіти здатністю критично працювати з інформацією та розуміти специфіку медійного середовища як важливого чинника особистісного й професійного становлення.

Нормативні документи, що регулюють освітню сферу України – закони „Про освіту”, „Про вищу освіту”, Національна доктрина розвитку освіти України у XXI столітті – акцентують на необхідності підвищення стандартів професійної та особистісної підготовки педагогічних кадрів. У них підкреслюється пріоритет створення культурно-освітнього середовища, здатного забезпечувати умови для саморозвитку, творчої реалізації й формування компетентного, медіаграмотного сучасного педагога.

Аналіз сучасних наукових напрацювань свідчить, що проблема професійної підготовки майбутніх соціальних педагогів отримала всебічне відображення в працях вітчизняних і зарубіжних дослідників. Зокрема, у теоретико-методологічних дослідженнях, присвячених формуванню професійної компетентності фахівців у закладах вищої освіти, значний внесок зробили А. Алексюк, В. Андрущенко, В. Кремень, В. Лозова, С. Сисоєва та інші науковці. Теоретичні засади і практичні підходи до

підготовки кадрів соціально-педагогічної сфери розкриті у працях С. Архипової, О. Безпалько, Р. Вайноли, А. Капської, Г. Майбороди, Л. Міщик та багатьох інших авторів.

Проблематика застосування інформаційно-комунікативних технологій у професійній підготовці знайшла відображення у роботах І. Захарової, О. Овчарук.

Вагомі теоретичні та практичні підходи до медіаосвіти, що поступово утверджується як важлива складова підготовки студентської молоді, висвітлені в дослідженнях Г. Онкович, В. Чудінова та інших учених.

Окремі виміри формування медіакультури студентів отримали наукове обґрунтування у працях Ю. Казакова, який досліджував специфіку медіакультури майбутніх педагогів, та О. Коневщинської, що розглядала особливості медіакультури майбутніх учителів музичного мистецтва.

Проблеми медіаграмотності студентської молоді знайшли подальший розвиток у дослідженнях зарубіжних науковців, які зосередили увагу на моделях її формування та педагогічних умовах ефективної реалізації.

Враховуючи значний теоретичний і прикладний потенціал окресленої проблематики, а також її недостатнє висвітлення в сучасній соціально-педагогічній науці, у межах проведеного дослідження було сформульовано наукову тему: «Умови застосування медіаосвіти у процесі професійної підготовки майбутніх соціальних педагогів».

Метою дослідження виступає теоретичне обґрунтування, конструювання та експериментальна перевірка соціально-педагогічних умов і поетапного алгоритму застосування медіаосвіти у професійній підготовці майбутніх соціальних педагогів.

Об'єкт дослідження – процес професійної підготовки майбутніх соціальних педагогів у закладі вищої педагогічної освіти.

Предмет дослідження – сукупність педагогічних умов, що забезпечують ефективно впровадження медіаосвіти у процес фахової підготовки майбутніх соціальних педагогів у ЗВО.

Завданнями даного дослідження є:

- проаналізувати розвиток теоретико-практичних аспектів медіаосвіти майбутніх соціальних педагогів;
- описати та узагальнити соціально-педагогічні проблеми в контексті медіаосвіти студентів спеціальності «Соціальна робота»;
- здійснити аналіз процесу медіаосвіти майбутніх соціальних педагогів на формальному етапі експерименту;
- окреслити результати впливу педагогічних умов на медіаосвіту студентів.

Апробація результатів дослідження. Основні положення і результати дослідження оприлюднено на Всеукраїнській науково-практичній конференції «Соціальна робота та інклюзивна освіта: синергія досвіду та новацій» та у опублікованих тезах:

Петrenchко Ю., Гук О. Застосування медіаосвіти у підготовці соціальних педагогів. *Соціальна робота та інклюзивна освіта : синергія досвіду та новацій* : матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. (Дрогобич 24 квітня 2025 р.). Дрогобич : ДДПУ імені І. Франка, 2025. С. 74-77. URL: <http://ir.dspu.edu.ua/jspui/handle/123456789/6560>

Практична значимість роботи. Матеріали дослідження можуть слугувати практичним ресурсом для викладачів закладів вищої освіти під час реалізації навчальної дисципліни «Технології соціально-педагогічної роботи». Їх також доцільно застосовувати кураторам академічних груп у процесі планування та здійснення соціально-виховної діяльності зі студентською молоддю. Крім того, результати дослідження можуть бути використані в системі післядипломної педагогічної освіти як змістове підґрунтя для підвищення професійної компетентності практикуючих соціальних педагогів.

Методи дослідження. Для розв'язання поставлених завдань було застосовано комплекс взаємопов'язаних теоретичних, емпіричних і прогностичних методів дослідження.

Структура дослідження. Магістерська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та додатків. Загальний обсяг роботи складає 63 сторінки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МЕДІАОСВІТИ МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПЕДАГОГІВ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ

1.1. Розвиток теоретико-практичних аспектів медіаосвіти майбутніх соціальних педагогів

У сучасних умовах освіта виступає одним із ключових механізмів задоволення потреб суспільства. Український учений В. Огнев'юк зазначає, що впродовж історії зміст освіти визначався суспільним запитом і постійно змінювався під впливом соціальних трансформацій. Еволюція характеру праці, трансформація виробничих відносин і нові форми комунікації спричинили переоцінку попереднього досвіду розвитку суспільства та формування нової парадигми – парадигми інформатизації [33, с. 235].

Становлення якісно нового інформаційного середовища зумовлює необхідність підготовки фахівця, здатного ефективно діяти в медіапросторі – штучно створеному середовищі, у якому комунікація здійснюється через мас-медіа [2]. Зростання масштабів та інтенсивності негативного впливу медійного контенту на особистість, зокрема молодь, акцентує увагу на важливості якісної професійної підготовки спеціалістів, що працюють у сфері соціального виховання.

З огляду на професійні компетентності соціального педагога саме цей фахівець має потенціал ефективно виконувати функцію медіаосвітнього супроводу молоді, сприяти її критичному ставленню до інформації та формувати здатність безпечно й усвідомлено взаємодіяти з медіасередовищем у процесі соціалізації.

У працях Р. Вайноли та С. Сисоевої поняття «підготовка» розглядається як сукупність набутих людиною знань, умінь і певний рівень готовності до діяльності, тоді як дієслово «підготувати» трактується як процес навчання, спрямований на формування необхідних знань і вмінь для виконання певних завдань [31].

На думку дослідниці В. Поліщук, професійна (фахова) підготовка являє

собою водночас процес і результат засвоєння майбутнім фахівцем системи цінностей, притаманних соціально-педагогічній діяльності, а також опанування комплексу професійно значущих знань, умінь, навичок і особистісних якостей, що мають важливе значення для ефективної професійної реалізації [33, с. 139].

Важливо підкреслити, що соціальна освіта розуміється як цілеспрямований процес передавання соціально значущих знань і формування в особистості умінь та навичок, необхідних для її ефективної соціалізації [20]. На початку XXI століття цей процес дедалі активніше опосередковується мас-медіа, що зумовлює потребу формування в особистості здатності орієнтуватися у складних інформаційних потоках, критично сприймати отримані відомості й застосовувати їх у власній життєдіяльності. Такі уміння й навички формуються насамперед у межах медіаосвіти.

Оскільки медіаосвіта становить органічну складову соціальної освіти, фахова підготовка соціальних педагогів, на думку низки дослідників, не може обмежуватися лише відображенням соціальних процесів. Навпаки, вона має бути спрямована на активне реагування на виклики суспільного розвитку та розв'язання актуальних соціальних проблем [20, с. 191].

Узагальнюючи викладене, можемо зазначити, що професійна підготовка соціальних педагогів – це складний, багаторівневий і багатоаспектний процес, результатом якого є оволодіння системою знань, умінь і навичок, визначених змістом соціально-педагогічної діяльності та потребами суспільства. Вона передбачає також розвиток особистісних і професійних якостей, що забезпечують готовність майбутнього фахівця до здійснення професійної діяльності. Фахова підготовка охоплює різні напрями – педагогічний, психологічний, юридичний, медико-соціальний та інші, серед яких медіаосвіта майбутніх соціальних педагогів вирізняється особливою інноваційністю й актуальністю.

Отже, можемо стверджувати, що розвиток сучасного інформаційного простору розширює спектр професійних ролей соціального педагога, виокремлених О. Безпалько [1], доповнюючи їх функцією медіапедагога. У

цьому статусі соціальний педагог здійснює моніторинг впливу засобів масової інформації на процеси соціалізації як окремої особистості, так і різних вікових та соціальних груп дітей і молоді. Він також проводить профілактичну роботу, спрямовану на мінімізацію негативних наслідків медіавпливів серед молоді, схильної до ризикованої поведінки, та активно інтегрує можливості мас-медіа, форми і методи медіаосвіти в соціально-педагогічну практику.

З метою обґрунтування потреби у впровадженні медіаосвіти в підготовку майбутніх соціальних педагогів було проаналізовано зміст базових понять, що визначають сутність досліджуваної проблематики, а саме: «медіа», «мас-медіа» та «медіаосвіта».

Поняття «медіа» у сучасному науковому дискурсі загалом використовується як синонім терміна «засоби масової інформації та комунікації». Під засобами масової комунікації (ЗМК) зазвичай розуміють інституції, створені для відкритої та публічної передачі інформації у різноманітних формах за допомогою спеціалізованих технічних засобів [23]. Засоби масової інформації (ЗМІ) – це технічні носії та канали (друковані медіа, радіомовлення, телебачення, кінематограф, комп'ютерні мережі тощо), через які поширюються змістові матеріали культурного, освітнього, етичного, правового чи іншого характеру, орієнтовані на значні й соціально неоднорідні аудиторії [50].

На початку ХХІ століття широкого розповсюдження набув запозичений термін «мас-медіа», що також використовується для позначення ЗМІ [14, с. 27]. Під мас-медіа розуміють канали масової інформації, які забезпечують передавання повідомлень, як правило, до великих груп потенційних медіаспоживачів [46]. До цієї категорії традиційно відносять періодичні видання, пресу, фотографію, аудіозапис, радіо, кінематограф, телебачення, відеотехніку, мультимедійні комп'ютерні комплекси, а також Інтернет. Активний розвиток засобів масової інформації та комунікації, їх інтеграція в освітній процес зумовили зростання інтересу педагогів різних країн до пошуку нових творчих та інноваційних підходів у сфері освіти [15, с. 18]. Як зазначає

Х. Дацишин, відмінність у використанні термінів ЗМІ та мас-медіа переважно зумовлена орієнтацією на західну або пострадянську традицію термінології, а не суттєвими змістовими розбіжностями [4, с. 181].

Оскільки в багатьох наукових джерелах ці поняття фактично виступають взаємозамінними, у нашому дослідженні також дотримуємося підходу, за яким терміни «ЗМІ» та «мас-медіа» використовуються як аналогічні.

У міжнародній практиці одним із найбільш цитованих є визначення поняття «медіаосвіта», сформульоване в рамках конференції ЮНЕСКО. У цьому підході медіаосвіта трактується як засіб формування здатності розуміти роль масової комунікації в житті суспільства, а також як опанування базових знань і умінь, необхідних для ефективною та усвідомленою взаємодією з медіа [27].

У «Енциклопедії соціальних та природничих наук» медіаосвіта подається як процес, що поєднує пізнання особливостей створення медіатекстів із розвитком умінь аналізувати, інтерпретувати та критично осмислювати їхній зміст зацікавленими споживачами інформації [27].

К. Ворсноп, у свою чергу, розглядає медіаосвіту значно ширше – як сукупність усіх процесів, що відбуваються з медіаорієнтованою аудиторією, та як формування здатності людини бути медіаграмотною в контексті щоденної взаємодії з інформаційним середовищем [29].

О. Коневщинська звертає увагу на те, що у працях Н. Габор, Л. Масол, Б. Потятинника, Г. Онкович та інших науковців медіаосвіта розглядається як опанування студентами знань у сфері інформології – науки про закономірності створення, передавання та переробки інформації – а також знань щодо функціонування засобів масової інформації, однак без чіткого акцентування на їхній професійній спеціалізації [26].

У свою чергу, Р. Харріс трактує медіаосвіту як окремий напрям педагогічної науки, зосереджений на вивченні закономірностей масової комунікації, зокрема преси, телебачення, радіо та інших інформаційних каналів [41, с. 25].

Отже, узагальнення підходів зарубіжних і вітчизняних медіапедагогів дає

можливість визначити медіаосвіту, у рамках нашого дослідження, як процес формування в аудиторії здатності до критичного осмислення медіаповідомлень і розвитку вмінь раціонально використовувати мас-медіа для особистісного зростання та професійної самореалізації.

Під *«медіаосвітою майбутніх соціальних педагогів»* у цьому дослідженні розуміємо цілеспрямований, системно організований процес опанування теоретичних засад масової комунікації та набуття спеціальних умінь і навичок, необхідних для застосування мас-медіа у виконанні завдань соціально-педагогічної діяльності.

Зміст медіаосвіти, зокрема її складника, спрямованого на підготовку майбутніх соціальних педагогів, охоплює опанування системи знань, необхідних для успішного функціонування людини в сучасному інформаційно насиченому середовищі. Він передбачає розвиток умінь критично сприймати, аналізувати та інтерпретувати інформаційні повідомлення, усвідомлювати можливі психологічні наслідки їхнього впливу, а також формування комунікативних здібностей, у тому числі невербальних, із використанням новітніх технічних засобів [24, с. 25].

Інтеграція медіаосвіти у вищу школу орієнтована на підготовку не лише фахівців медіасфери, а й медіапедагогів та медіапсихологів, здатних працювати з різними категоріями населення. Водночас елементи медіаосвітньої підготовки мають знаходити відображення в освітніх програмах професійно орієнтованого гуманітарного циклу інших спеціальностей, адаптуючись за змістом і обсягом до специфіки кожної галузі знань [7].

До ключових завдань медіаосвіти майбутніх соціальних педагогів також належить формування здатності орієнтуватися у складних процесах масової комунікації, здійснювати критичне оцінювання інформації, отриманої з різних медіаджерел, співвідносити її зміст із реальними подіями та контекстами. Важливим компонентом є й підготовка фахівця до передавання здобутих знань дітям і молоді, а також до сприяння формуванню їхніх умінь грамотно та безпечно взаємодіяти з медіапростором.

Аналіз сучасних підходів і концепцій медіаосвіти засвідчив, що побудова ефективної моделі медіаосвіти майбутніх соціальних педагогів не може ґрунтуватися виключно на положеннях якоїсь однієї теоретичної школи чи концепції [23]. Кожна з них містить власний змістовий потенціал і висвітлює окремі аспекти проблеми формування медіаграмотності соціального педагога, однак жодна не охоплює її комплексно. Узагальнення результатів проведеного авторського аналізу та виокремлення соціально-педагогічного змісту ключових теоретичних підходів подано в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

Соціально-педагогічний зміст теорій медіаосвіти

Теорія медіаосвіти	Концептуальна мета	Соціально-педагогічний зміст
Ін'єкційна теорія «протекціоністська»	знизити негативний вплив медіа	характеризує один із пріоритетних напрямів соціально-педагогічної діяльності: профілактику негативного впливу мас-медіа на особистість дитини.

Теорія медіа як джерела задоволення потреб	допомогти витягти максимум користі з медіа згідно власних бажань	акцентує увагу на позитивних сторонах медіа та використання медіаресурсів у процесі самоосвіти та саморозвитку як дитини так і самого соціального педагога
Практична теорія медіаосвіти	навчити користуватися медіаапаратурою.	передбачає лише технічний аспект медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів
Теорія розвитку критичного мислення	навчити орієнтуватися в інформаційних потоках	характеризує основні завдання діяльності соціального педагога у роботі з молоддю, а саме питання соціалізації молоді в умовах інформаційного простору
Ідеологічна теорія	вивчення політичних, соціоекономічних аспектів медіа	підкреслює національні та соціально-політичні підходи до медіаінформації, актуалізує питання молодіжної політики в державі чи регіоні
Семіотична теорія	допомогти учням у правильному розумінні мови мас-медіа	розкриває ще одне завдання соціально-педагогічної діяльності – адаптація молоді в інформаційному просторі, що дозволить студентам отримати навички «правильного читання» медіатекстів.
Культурологічна теорія	допомога у розумінні того як медіа збагачує знання аудиторії	висвітлює медіа як джерело саморозвитку особистості, тому медіаграмотний соціальний педагог може використовувати це в процесі розвитку власних професійних знань
Естетична теорія	художній аналіз інформації, розвиток естетичного смаку	сприяє удосконаленню дозвіллевої діяльності соціального педагога в молодіжному середовищі
Етична теорія	сформувати конкретну етичну модель поведінки	дозволяє соціальному педагогу сформувати конкретні норми поведінки на матеріалі медіа
Соціокультурна	аналіз соціальної ролі медіа, підготовка медіаосвічених педагогів	впроваджує в процес фахової підготовки майбутніх соціальних педагогів знання щодо соціально-педагогічної ролі мас-медіа
Екологічна	розвиток екології медіа сприйняття	дозволяє соціальним педагогам аналізувати морально-естетичний зміст у різних медіатекстах, визначати його вплив на цільову аудиторію

Суттєвою рисою медіаосвіти є те, що вона спрямована не лише на формування інтелектуальних умінь чи технічних навичок роботи з медіа, а й на розвиток мотиваційної, ціннісної та особистісно-психологічної готовності людини до професійної діяльності у сфері взаємодії з масовою комунікацією. Завдяки сформованим внутрішнім механізмам організації та саморегуляції такий фахівець, у разі зміни професійної діяльності, зазвичай здатен оперативно опанувати компетентності в новій галузі, оскільки вже володіє базовими універсальними інструментами професійного розвитку [8, с. 4].

Вивчення зарубіжного досвіду переконливо засвідчує, що питання медіаосвіти набуває дедалі більшої значущості, оскільки у країнах Європи та Північної Америки активно впроваджуються різноманітні форми, методи й моделі медіаосвітньої підготовки у професійній освіті, сфері соціальних послуг та організації дозвілля. Особливої уваги потребує проблема інтеграції медіаосвіти в систему підготовки педагогічних кадрів.

Особливо актуальним є запровадження медіаосвітньої підготовки саме у процес формування професійної компетентності майбутніх соціальних педагогів, оскільки сучасне суспільство потребує фахівців, здатних працювати з новими викликами медіасередовища. Йдеться, зокрема, про такі проблеми, як зростання рівня демонстрації насильства у медіаконтенті, вплив реклами на дітей, формування Інтернет-залежності та інші явища, що потребують кваліфікованого соціально-педагогічного втручання.

Аналіз педагогічних і психологічних джерел свідчить, що професійна підготовка майбутніх соціальних педагогів перебуває у тісному взаємозв'язку з їхньою медіаосвітою. Сам термін «медіаосвіта майбутніх соціальних педагогів» порівняно недавно почав утверджуватися у науковому дискурсі й на сьогодні розглядається як одна з ключових умов формування сучасного фахівця соціально-педагогічної сфери. Упровадження медіаосвітніх компонентів у зміст професійної підготовки набуває особливої важливості, оскільки саме завдяки ним забезпечується розвиток медіаграмотності як невід'ємної складової професійної компетентності соціального педагога.

1.2. Зміст та структура медіаосвіти студентів педагогічних закладів вищої освіти на сучасному етапі

Сучасний освітній процес уже неможливо уявити без системного застосування інформаційних технологій і різноманітних медіа. Нині понад 80 % дорослого населення світу в тій чи іншій формі працює зі створенням, опрацюванням або передаванням медіаконтенту, а більш як 90 % людей регулярно споживають інформацію, яку продукують засоби масової комунікації. Попри це, значна частина молодого покоління виявляється недостатньо підготовленою до повноцінного існування в умовах інформаційного суспільства: їм бракує базових і спеціальних знань, а також практичних умінь у сфері медіа, що актуалізує потребу в цілеспрямованому розвитку медіаграмотності дітей та підлітків.

Соціологи масових комунікацій наголошують, що на початку ХХІ століть відбулася остаточна зміна пріоритетів молодіжної аудиторії на користь аудіовізуальних форматів подання інформації. У зв'язку з цим освітня система розглядає використання засобів масової комунікації та медіапедагогічних підходів як стратегічно важливі інструменти. Вони покликані забезпечити здатність орієнтуватися в інформаційному середовищі, формувати стійкість до маніпулятивних впливів, сприяти адаптації особистості до динамічних соціальних змін і підтримувати її позитивний саморозвиток.

Ми повністю поділяємо позицію В. Мірошніченка, який підкреслює, що сучасна українська педагогічна теорія та практика виявилися недостатньо готовими до потужного інформаційного потоку, що через мас-медіа проник у повсякденне життя кожної родини. Ігнорування або свідоме невизнання педагогами ролі сучасних аудіовізуальних програм, періодичних видань та інших медіаресурсів лише поглиблює проблему дисбалансу між шкільним виховним впливом і позашкільним медіадосвідом учня. Часто саме зовнішній інформаційний простір нівелює, а інколи й повністю витісняє педагогічні зусилля. У зв'язку з цим виникла нагальна потреба у створенні нових освітніх технологій, спрямованих на формування підготовленого, критично мислячого

реципієнта інформації – естетично розвиненої особистості, здатної протидіяти деструктивним і деформаційним впливам [34, с. 1].

Провідні фахівці із західної медіапедагогіки одноставно наголошують, що для вчителів та майбутніх соціальних педагогів необхідно запроваджувати спеціальні медіаосвітні курси, тренінги й програми перепідготовки. Значна частина дослідників вважає, що медіаосвітні компоненти мають бути інтегровані у навчальні плани ліцеїв, закладів фахової передвищої освіти та університетів. Аналогічні висновки підтверджуються й результатами соціологічного дослідження ЮНЕСКО 2021 року, у якому зазначено: «Найпершою виявленою потребою є організація медіаосвіти педагогів – як на етапі університетської підготовки майбутніх педагогів, так і у формі курсів підвищення кваліфікації для практикуючих викладачів».

Ключова місія медіаосвіти як складника професійної підготовки полягає у тому, щоб забезпечити молодь уміннями та навичками, необхідними для повноцінного життя в інформаційно насиченому середовищі. Йдеться про формування здатності сприймати й аналізувати різноманітні інформаційні потоки, розвивати критичне мислення та вміння самостійно оцінювати медіаконтент. Важливим завданням є також навчання розумінню структури й смислів медіатекстів, усвідомлення їхнього психологічного впливу та протидії маніпулятивним практикам масової комунікації. Не менш значущою є підготовка особистості до використання різних медіаінструментів як засобів комунікації та самовираження, зокрема створення власних інформаційних продуктів – від друкованих матеріалів до аудіовізуальних форматів. Окрему увагу приділяють розвитку здатності застосовувати естетичний потенціал медіа для збагачення освітнього середовища та формування тонкого естетичного сприйняття світу.

Вивчення психолого-педагогічних джерел, що стосуються медіаосвіти й формування медіакультури молодого покоління, дозволяє окреслити основні функції медіаосвіти як елементу професійної підготовки майбутнього педагога. Серед них – інформаційна та просвітницька функції, функція неформальної

освіти, соціалізуючий вплив, ціннісно-орієнтаційна роль, а також адаптаційний і культурно-дозвіллевий потенціал.

У процесі професійної підготовки у ЗВО медіаосвіта може реалізовуватися через різні концептуальні моделі, що відображають різні підходи до опанування медіакультури. До першої групи належать освітньо-інформаційні моделі, орієнтовані на засвоєння теоретичних засад медіакультури, її історії, мови та знакових систем. Ці моделі ґрунтуються на культурологічних, естетичних, семіотичних та соціокультурних теоріях медіаосвіти й передбачають формування базового теоретичного підґрунтя для роботи з медіатекстами.

Інший напрям становлять етико-виховні моделі, у межах яких аналізуються моральні, філософські, релігійні й світоглядні смисли, відображені у медіапродукції. Вони спираються на етичні, ідеологічні, релігійні, екологічні та протекціоністські підходи й спрямовані на виховання морально зрілої та відповідальної особистості.

До практико-утилітарних моделей належать ті, що зосереджені на набутті конкретних практичних умінь використання медіатехніки та створення власних медіапродуктів. Такі моделі пов'язані з теорією «споживання та задоволення» і практичними аспектами медіаосвіти, забезпечують формування професійних навичок роботи з технічними й творчими інструментами.

Окрему групу становлять естетичні моделі, орієнтовані на розвиток художнього смаку, уміння аналізувати високоякісні зразки медіакультури та розуміти їхню художню цінність. Вони спираються на естетичні та культурологічні теорії й сприяють формуванню здатності до глибокого естетичного сприйняття.

Соціокультурні моделі акцентують увагу на комплексному розвитку творчого потенціалу особистості – її уяви, здатності до інтерпретації, зорової пам'яті та критичного мислення. Їхнім ключовим завданням є формування вміння самостійно аналізувати медіатексти різних жанрів і форматів, орієнтуватися у багатошаровому медіапросторі та усвідомлювати власну

позицію щодо нього.

У реальному освітньому процесі окремі моделі медіаосвіти майже ніколи не застосовуються ізольовано – вони зазвичай поєднуються, взаємно підсилюють одна одну та компенсують обмеження кожної окремої концепції. Дослідники відзначають, що найбільш результативними виявляються комбіновані, або синтетичні, варіанти, які інтегрують переваги різних підходів. Зокрема, виділяють три типи таких синтетичних моделей: поєднання естетичної та соціокультурної моделей; інтеграція естетичної, освітньо-інформаційної та етико-виховної моделей; а також комплексна модель, що об'єднує соціокультурний, освітньо-інформаційний та практико-утилітарний підходи. Саме останній варіант отримав найбільше схвалення та поширення серед медіапедагогів у різних країнах світу.

Водночас вибір конкретної моделі залежить від освітніх цілей закладу, особливостей медіа- та культурного середовища держави й регіону, а також від наявних педагогічних традицій і запитів учнівської молоді. Тому кожна установа орієнтується на той варіант, який найбільше відповідає її завданням у формуванні медіакультури та створенні умов для професійного становлення здобувачів освіти через засоби масової комунікації.

Важливо, що всі названі моделі дозволяють впроваджувати медіаосвітні практики на різних рівнях – у школах, університетах, закладах позашкільної освіти, культурно-дозвіллевих центрах та інших інституціях. З огляду на специфіку роботи вищих педагогічних університетів та особливості їхнього навчально-виховного процесу, ми надаємо пріоритет соціокультурній моделі, проте вважаємо за необхідне поєднувати її з елементами освітньо-інформаційних та естетичних підходів.

Запровадження медіаосвітніх компонентів у систему професійної підготовки майбутніх соціальних педагогів значно розширює уявлення студентів педагогічних університетів про спектр сучасних форм і методів навчально-виховної діяльності. Послідовне й систематичне опанування різних видів масової комунікації допомагає сформувати цілісне бачення медіапростору

та усвідомити потенціал інтеграції різних медіа у практику педагогічної роботи.

Медіаосвіта стимулює використання на заняттях проблемно-пошукових, евристичних, інтерактивних, ігрових та інших продуктивних форм навчання, які розвивають індивідуальність студента, його здатність до самостійного мислення й аналітичної діяльності. Завдяки такому підходу майбутні соціальні педагоги вчаться залучати вихованців до творчої роботи, до інтерпретації, аналізу та критичного осмислення медіатекстів різного типу.

Отже, узагальнення наукових джерел і сучасних концепцій медіаосвіти дає підстави стверджувати, що включення елементів медіакультури та медіаграмотності до структури професійної компетентності майбутнього соціального педагога є нагальною вимогою сьогодення. Багатофункціональність сучасних засобів масової комунікації відкриває широкий спектр можливостей для варіативного застосування медіаосвітніх технологій у професійній підготовці соціальних педагогів.

У контексті підготовки майбутніх педагогів медіаосвіта розглядається як процес особистісного розвитку здобувача освіти через взаємодію з медіаресурсами та їхній зміст. Вона сприяє формуванню культури взаємодії з медіа, розвитку творчих і комунікативних якостей, критичного мислення, а також умінь глибокого сприйняття, аналізу та інтерпретації інформаційних повідомлень. Медіаосвіта навчає різним формам самовираження за допомогою технічних і цифрових засобів.

У результаті такого навчання майбутні соціальні педагоги набувають медіаграмотності – компетентності, що дозволяє активно й усвідомлено користуватися соціокультурним потенціалом мас-медіа, інтегрувати медіазнання та медіанавички у власну професійну діяльність і педагогічну майстерність.

Узагальнення наукових джерел й практична діяльність щодо організації взаємодії студентської молоді із засобами масової комунікації дали змогу окреслити основні критерії, за якими може оцінюватися рівень сформованості медіаграмотності майбутнього соціального педагога.

Першим є мотиваційний критерій, що охоплює мотиви звернення до медіатекстів: жанрові, тематичні, емоційні, інформаційні, пізнавальні, естетичні, гедоністичні, терапевтичні та інші види мотивації. Другий – контактний критерій, який відображає частоту, регулярність і характер взаємодії з різними видами медіаконтенту. Третій – інформаційний, що передбачає обізнаність у спеціальній термінології, базових закономірностях масової комунікації, історії та теорії медіакультури. Четвертий критерій – інтерпретаційно-творчий, який включає здатність аналізувати та інтерпретувати медіатексти, виявляти критичну автономію мислення, створювати або поширювати власні медіапродукти.

Саме ці критерії було покладено в основу експериментального дослідження, спрямованого на визначення рівня медіаграмотності майбутніх педагогів у межах нашої наукової роботи.

Педагог, який володіє розвиненою медіаграмотністю, здатний стимулювати вихованців до проблемного, дослідницького мислення в контексті медіа; сприяти їхній самостійності у пошуку та критичній оцінці інформації; розвивати вміння використовувати різноманітні медіаджерела для розв’язання навчальних завдань; осмислювати та рефлексувати власний досвід взаємодії з медіаконтентом.

Опрацювання наукових джерел, присвячених використанню творчих завдань у процесі формування медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів, дає змогу виокремити кілька ключових функцій таких завдань: навчальну, адаптаційну, розвивальну та керівну.

Навчальна функція пов’язана з опануванням знань про теоретичні засади, закономірності сприйняття, механізми аналізу та інтерпретації медіатекстів. Вона передбачає здатність застосовувати ці знання у нових ситуаціях та формувати логічність, послідовність і аргументованість мислення.

Адаптаційна функція проявляється на початковому етапі взаємодії з медіакультурою, коли студент засвоює базові поняття, терміни та принципи роботи з медіаконтентом, поступово входячи в специфіку медіаосвітнього

середовища.

Розвивальна функція спрямована на формування в особистості стійких мотиваційних, вольових, інтелектуальних і творчих якостей, а також на накопичення досвіду активної та продуктивної взаємодії з медіа.

Модель медіаосвіти, орієнтована на підготовку майбутніх соціальних педагогів, передбачає поетапну реалізацію кількох змістових блоків, які логічно вибудовують процес формування медіаграмотності.

Перший блок – мотиваційний, що передбачає визначення початкового рівня медіаграмотності студентів та формування їхнього інтересу до медіакультури й роботи з медіатекстами. На цьому етапі відбувається усвідомлення актуальності медіаосвіти і необхідності критичного ставлення до медійного середовища.

Другий блок – теоретичний, у межах якого здобувачі освіти опановують базові положення історії розвитку медіа, засвоюють фундаментальні теорії медіакультури та основні поняття медіаосвітнього дискурсу. Цей етап забезпечує наукову основу та концептуальне підґрунтя для подальшої діяльності.

Третій блок – практичний, спрямований на розвиток умінь самовираження та комунікації за допомогою медіатехніки. Він охоплює створення студентами власних медіатекстів різних жанрів, оволодіння навичками аналізу та інтерпретації медіапродукції, а також ознайомлення з формами і методами медіаосвіти різних аудиторій.

Четвертий блок – творчий, що передбачає застосування отриманих знань, умінь і досвіду в умовах педагогічної практики. На цьому етапі студенти інтегрують медіаосвітні підходи у власну професійну діяльність, створюють та реалізують творчі медіапроекти.

1.3. Соціально-педагогічні проблеми в контексті медіаосвіти студентів спеціальності «Соціальна робота»

Стрімкий розвиток і зростання впливу мас-медіа за останні десятиліття істотно трансформували підходи соціальної педагогіки. Сучасний медіапростір

відіграє помітну роль у процесах соціалізації молодого покоління та у становленні його ціннісно-духовної сфери. З огляду на те, що медіаграмотність має формуватися як у межах формальної, так і неформальної освіти та орієнтуватися насамперед на дітей і молодь віком від 6 до 18 років, особливої уваги потребує аналіз соціально-педагогічних викликів, притаманних цій медіаактивній групі. У зв'язку з цим доцільно узагальнити ключові проблеми, які постають перед зазначеною аудиторією і подолання яких вимагає спеціальних знань про функціонування мас-медіа та відповідних умінь щодо їх застосування у практичній діяльності.

Першочерговим завданням є аналіз тих викликів, які пов'язані з впливом мас-медіа на становлення особистості. Адже саме індивід, його соціальний розвиток, вікові та статусні характеристики є центральним об'єктом уваги соціально-педагогічної роботи. Формування особистості відбувається у ході соціалізації – тривалого й багатоаспектного процесу, спрямованого на підтримку людини в умовах постійних суспільних трансформацій та кризових явищ (екологічних, енергетичних, інформаційних, цифрових), засвоєння культурного досвіду попередніх поколінь, пошук власної життєвої місії й визначення свого місця у соціумі, а також вибудовування стратегії самовизначення [13].

Важливо підкреслити, що соціалізація має двосторонній характер: не лише соціальне середовище формує особистість, але й сама особистість здатна активно впливати на суспільство. Саме цей взаємозв'язок між індивідом і соціальними інститутами – родиною, однолітковими групами, державою, системою масової комунікації тощо – становить предмет дослідження соціальної педагогіки, яка аналізує механізми і наслідки такої взаємодії.

О. Петрунько наголошує, що сучасні умови дозволяють виокремити поруч із традиційною соціалізацією ще й феномен «медіасоціалізації». Згідно з цією концепцією, що раніше дитина починає взаємодіяти з медіаконтентом і що більше часу проводить у середовищі масової комунікації, то інтенсивніше повсякденний соціальний простір набуває рис медіапростору, а сам процес

становлення особистості фактично перетворюється на медіасоціалізацію. Подібна трансформація має і негативні наслідки: зростаюча роль мас-медіа поступово підмінює традиційні механізми та інститути соціального впливу – сім'ю, близьке оточення, групу однолітків тощо, послаблюючи їхню функцію у процесі входження молодого людини в суспільство [38].

У сучасних умовах чітко простежується поява нових проблем у сфері медіакомунікацій, які впливають як на формування особистості, так і на сімейні стосунки, практики виховання та загальний хід соціалізації в інформаційному суспільстві. Для того щоб обґрунтувати потребу у систематичному та цілеспрямованому вивченні мас-медіа майбутніми соціальними педагогами, варто звернутися до статистичних даних, що наочно демонструють масштаб присутності медіа у житті сучасної людини. Так, середній житель США або країн Європи щотижня проводить біля екрана телевізора приблизно 35 годин, тоді як на користування Інтернетом витрачає лише близько 5 годин, а на перегляд онлайн-відео – приблизно півтори години, з них близько 1,3 години – це відеоконтент, переглянутий з мобільних пристроїв [30].

Подібні тенденції чітко простежуються і в українському соціокультурному просторі. Дані вітчизняних соціологічних досліджень засвідчують, що приблизно дві третини громадян України віддають перевагу проведенню вільного часу вдома перед телевізором, дещо рідше – за комп'ютером [28]. За результатами всеукраїнського дослідження «Сучасна молодь України» встановлено, що переважна частина молодих людей (82,3%) не уявляє свого повсякдення без доступу до Інтернету. Майже кожен другий молодий українець (50,6%) вважає неможливим своє життя без спілкування у соціальних мережах. У структурі медіаспоживання молоді значну частину займають комп'ютерні ігри та активність в онлайн-середовищі (52,6%); прослуховування музики й радіо (42,6%); перегляд телебачення (36,3%); відвідування кінотеатрів (29,6%); читання друкованих видань або книг (28,6%) [22].

Схожі тенденції виявлено й у дослідженнях Міністерства охорони

здоров'я України: за їхніми даними, 65% дітей у будні дні проводять перед телевізійними екранами від однієї до чотирьох годин, а 75–92% – користуються комп'ютером від пів години до трьох годин щоденно. Водночас близько 70% татів і 50% матерів або мають обмежене уявлення про дозвілля своєї дитини після школи, або взагалі не знають, чим вона займається у вечірній час [21].

Очевидно, ці статистичні дані не охоплюють усього спектру взаємодії молоді з медіа. Якщо врахувати також час, витрачений на перегляд фільмів, активність у соціальних мережах, прослуховування музики та споживання періодики, стає зрозумілим, що сучасне молоде покоління перебуває у майже безперервному контакті з медіапростором. Така тотальна залученість підтверджує вагому роль мас-медіа та їх прямиий вплив на соціалізацію особистості – процес її розвитку у взаємодії із соціальним середовищем [13, с. 3].

Серед позитивних можливостей мас-медіа можна виокремити їхню здатність забезпечувати широкому загалу доступ до інформації, сприяти формуванню активної громадянської позиції та особистісному зростанню. Медіапростір також виступає важливим інструментом організації дозвілля, оперативно інформує суспільство про події, підсилює мобільність комунікації, відкриває можливості для саморозвитку та творчого самовираження. До позитивних ефектів взаємодії з медіа належать і своєчасне отримання важливої інформації, зниження рівня соціальної напруги, можливість сублімації негативних емоцій та психоемоційне розвантаження під час споживання медіаконтенту.

Разом із тим досягнення таких конструктивних змін у розвитку особистості можливе лише за умови наявності відповідних знань, умінь та навичок роботи з інформацією. Оскільки у більшості випадків медіа включаються у процес стихійної, некерованої соціалізації, відсутність медіаграмотності може призводити до небажаних і навіть деструктивних наслідків у поведінці та світогляді медіаспоживача.

До спектра деструктивних наслідків, які можуть виникати під впливом

мас-медіа, належать різноманітні психологічні, соціальні та поведінкові зміни. Зокрема, йдеться про появу депресивних станів, відчуття внутрішнього дискомфорту через розрив між реальним життям і віртуальним простором, зростання емоційної та соціальної ізоляції від найближчого оточення. Медіа також здатні закріплювати гендерні стереотипи, транслювати спрощені або викривлені моделі жіночих та чоловічих ролей, втручатися у приватний простір людини.

Серед інших негативних впливів варто згадати романтизацію легковажного, приключенського стилю життя, популяризацію аморальних чи асоціальних форм поведінки, нав'язування антисоціальних моделей взаємодії, установок та цінностей. Медіаконтент нерідко створює штучні кумири, що сприяє формуванню наслідувальної поведінки; може маніпулювати масовою свідомістю, підсилювати стигматизацію та дискримінацію окремих соціальних груп. У медіасфері також поширюються нові форми девіантної поведінки, а реальні соціальні контакти нерідко замінюються спілкуванням у віртуальному середовищі, що послаблює здатність особистості до повноцінної взаємодії у реальному соціальному просторі.

У коло актуальних проблем, пов'язаних із впливом медіапростору на соціалізаційні процеси, варто включити і питання соціального навчання у сфері медіа. Це навчання ґрунтується передусім на організації комунікації між учасниками соціально-педагогічного процесу та охоплює різні його виміри: обмін інформацією, вплив, взаємодію та співпрацю. На практичному рівні воно реалізується через творчі заняття, тренінги, групові форми роботи та інші освітні заходи. Особливого значення набуває забезпечення продуктивної взаємодії особистості з навколишнім середовищем, а також узгодження виховних впливів різних соціальних інститутів, серед яких медіа посідають дедалі вагоміше місце.

Разом з тим соціальне навчання не може зводитися до простого перенесення на індивіда готових соціальних моделей. Кожна людина має унікальні біологічні та психологічні характеристики, входить у процес

соціалізації в різних соціальних умовах, а отже – сприймає однакові медіавпливи по-різному. Саме тому соціально-педагогічний фахівець повинен глибоко розуміти механізми та наслідки дії мас-медіа на ключові соціалізаційні процеси [15].

Основні механізми соціалізації, що зазнають впливу медіа, можуть проявлятися у таких формах:

- традиційний механізм – коли медіагерої фактично замінюють сімейні моделі, виступаючи «еталоном» правильної поведінки;
- інституційний механізм – мас-медіа функціонують як провідний інститут соціалізації, транслюючи інформацію, норми, цінності та поведінкові зразки;
- міжособистісний механізм – формування віртуальних референтних груп чи створення значущих образів у медіапросторі;
- стилізований механізм – залучення молоді до віртуальних субкультур у соціальних мережах, з властивими їм стилем, нормами, сленгом, що впливають на взаємини з однолітками;
- інтеріоризація – перенесення інформації та моделей поведінки з медіапростору у внутрішній світ особистості, формування віртуалізованої структури «Я»;
- екстеріоризація – реалізація засвоєних із медіа норм, стереотипів і цінностей у комунікації з іншими людьми;
- ідентифікація – наслідування поведінки улюблених медіаперсонажів у реальному житті;
- імпринтинг – закарбування нав'язаних медіа моделей поведінки та соціальних ролей, які демонструють «успішність» або інші позитивні результати;
- наслідування – свідоме чи підсвідоме переймання соціального досвіду, продемонстрованого у мас-медіа.

Оскільки провідною професійною місією майбутнього соціального педагога є підтримка та захист дитини, у медіасфері ця діяльність передбачає

передусім профілактику негативних впливів мас-медіа. Тому здатність своєчасно розпізнати і попередити загрози, пов'язані з функціонуванням медіапростору, виступає однією з ключових компетентностей соціального педагога.

Серед найнебезпечніших чинників, пов'язаних із сучасним медіасередовищем, особливу увагу привертають різноманітні Інтернет-загрози для дітей. Незважаючи на те, що Інтернет є потужним інструментом, який значно спрощує повсякденне життя та надає молоді необмежені можливості для спілкування, навчання, творчості й дозвілля, він водночас приховує значну кількість ризиків. До таких ризиків належать:

- доступ до контенту для дорослих, у тому числі порнографічних матеріалів, які можуть пропагувати жорстокість, сексуальне насильство чи шкідливі соціальні практики;
- кібер-хуліганство – різновид інформаційних атак на дитину з використанням цифрових каналів;
- кібербулінг – форма переслідування та приниження дітей або підлітків у мережі, що може включати створення компрометуючих сайтів чи сторінок;
- кібергрумінг – встановлення довірливого контакту з дитиною з подальшим використанням її у сексуальних цілях;
- фішинг – інтернет-шахрайство, спрямоване на викрадення конфіденційних даних шляхом маскування під легітимні ресурси;
- фармінг – спрямування користувача на фальшиві, але майже ідентичні копії відомих сайтів для подальшого шахрайства.

Крім того, у мережевому середовищі діють так звані «онлайн-хижаки», які свідомо встановлюють контакт із дитиною з метою пошуку потенційної жертви для задоволення сексуальних потреб [44].

Науковці, які досліджують різні форми адиктивної поведінки, виокремлюють кілька типів Інтернет-залежностей, що найчастіше проявляються серед сучасної молоді. Умовно їх поділяють на п'ять основних

різновидів: надмірне захоплення віртуальними знайомствами, нав'язливе прагнення постійно перебувати в мережі, інформаційне перевантаження, а також комп'ютерну залежність [15]. З огляду на зростання поширеності цих явищ серед дітей і підлітків, вони потребують детальнішого аналізу.

Для значної частини дітей і молоді втеча у світ фантазій стає одним із найбільш поширених способів реагування на складні життєві обставини. Деякі дослідники навіть стверджують, що «наркотиком» постіндустріальної епохи були психоактивні речовини, тоді як в умовах інформаційного суспільства цю роль поступово перебирають комп'ютерні ігри та соціальні мережі. Спеціально розроблені платформи – такі як «Facebook», «Skype», «TikTok», «Instagram», «Twitter» та інші – здатні настільки занурювати користувача у віртуальний простір, що він починає сприймати його як комфортнішу й безпечнішу альтернативу реальному соціальному середовищу [30].

Одним із різновидів девіантної поведінки, що формується під впливом мас-медіа, є гемблінг або лудоманія – патологічна залежність від азартних ігор. В умовах, коли в Україні традиційні форми азартної діяльності юридично обмежені, ця адикція набуває інших проявів і переміщується у сферу онлайн-ігор. Їхня популярність часто пов'язана з відчуттям внутрішньої порожнечі чи беззмістовності повсякденного життя, а сам процес гри створює лише короткочасний ефект «відключення» від реальності, не усуваючи першопричини проблеми [25].

У медіасередовищі формується й інший тип залежності – гаджетзалежність, що виникає внаслідок надмірного використання сучасних технічних пристроїв. Ця форма психологічної залежності стає небезпечною тоді, коли бажання дистанціюватися від реального життя починає домінувати над іншими потребами, перетворюючись на центральний мотив поведінки. Одним із механізмів такої втечі може бути постійне прагнення отримати або «опанувати» новий електронний пристрій, який стає своєрідним каналом відходу від реальних переживань і проблем [45].

Вагомий вплив мас-медіа простежується і у формуванні делінквентної

поведінки молоді. Постійне зіткнення з інформацією про злочини, насильство та інші форми протиправної діяльності поступово знижує чутливість молоді людини до таких явищ, нормалізує їхню присутність у суспільстві та сприяє розвитку необґрунтованої толерантності до кримінальної поведінки. Унаслідок цього у свідомості зменшуються психологічні стримувальні механізми, які зазвичай перешкоджають порушенню закону, що потенційно підвищує ризик делінквентних вчинків.

Дослідження показують чітку кореляцію між публікацією у ЗМІ матеріалів про резонансні злочини чи судові процеси та подальшим рівнем злочинності. Спостерігається така закономірність: коли медіа інформують лише про факт злочину, статистика правопорушень протягом найближчих днів має тенденцію до зростання. Натомість, якщо у повідомленнях одночасно висвітлюється і сам злочин, і покарання за нього, кількість правопорушень, навпаки, зменшується [35].

Мас-медіа сьогодні виконують широкий спектр освітніх і виховних завдань, серед яких – інформаційна, просвітницька, рекреаційна та низка інших функцій. У контексті виховання дослідники виокремлюють такі напрями впливу медіа, як рекреативний, релаксаційний, інформаційно-пізнавальний, нормативний, інтегративний, розважально-компенсаторний та фоновий [12]. Фактично сучасний медіапростір перетворився на розгалужену систему неформальної освіти та просвіти, що охоплює різні соціальні групи.

Представлені вище ризики й негативні наслідки надмірної чи некритичної взаємодії з медіа зумовлюють необхідність організованого супроводу дітей та підлітків у складному, інформаційно насиченому цифровому середовищі. Усвідомлюючи вагому роль медіа у формуванні світогляду молоді, педагоги мають приділяти особливу увагу розвитку в учнів здатності до безпечної та продуктивної взаємодії з інформаційними ресурсами. Ефективним шляхом досягнення цього є впровадження систематичної, науково обґрунтованої та цілеспрямованої медіаосвіти у закладах загальної середньої освіти.

В українському освітньому середовищі дедалі частіше порушується

питання щодо визначення фахівців, відповідальних за впровадження медіаосвіти у закладах освіти. Нестача підготовлених кадрів, які володіють медіаграмотністю на професійному рівні, істотно знижує результативність роботи з формування медіакомпетентностей у школярів і студентів. Оптимальним шляхом вирішення цієї проблеми видається інтеграція елементів медіаосвіти в діяльність соціального педагога закладу освіти. За умови отримання відповідних знань з медіаграмотності під час навчання у ЗВО такий фахівець здатний ефективно запобігати негативним впливам медіасередовища на особистість.

Соціально-виховна робота медіаграмотного соціального педагога, його взаємодія із сім'єю, школою, громадою, медіаінституціями та іншими соціальними суб'єктами може суттєво зменшити ризики медіавпливів завдяки цілеспрямованій профілактичній, консультативній і навчальній діяльності. Це, у свою чергу, створює умови для більш усвідомленої та безпечної взаємодії учнів з інформаційним простором.

Специфіка професійної діяльності соціального педагога передбачає постійний розвиток, самонавчання та глибоку обізнаність у подіях місцевого, національного і глобального рівнів. Йому необхідно бути цікавим співрозмовником для молоді, застосовувати інноваційні форми та методи роботи, орієнтуватися в сучасних інформаційних тенденціях. Володіння знаннями про медіа та їх особливості в рамках медіаосвіти здатне значно підвищити ефективність соціально-педагогічної діяльності та якість взаємодії педагога з учнівською молоддю.

Підсумовуючи викладене, слід наголосити, що мас-медіа дедалі міцніше інтегруються у простір повсякденного життя особистості. Швидкий прогрес інформаційних технологій відкриває молоді широкі можливості – навчатися у зручний спосіб, обговорювати важливі для неї питання, встановлювати контакти з однолітками, долучатися до різноманітних спільнот, «подорожувати» світом у віртуальному режимі, а також знайомитися з культурою та традиціями різних народів. Водночас мас-медіа не лише

сприяють інтелектуальному та творчому розвитку, розширенню кругозору й формуванню нових інтересів, а й можуть негативно впливати на становлення ціннісних орієнтацій молодого покоління.

Тому майбутній соціальний педагог повинен враховувати ці суперечливі аспекти медіавпливів у професійній діяльності. Глибоке розуміння природи зазначених проблем, здатність своєчасно їх розпізнати та ефективно реагувати на них можливі лише за умови постійного розвитку власної медіаграмотності та цілеспрямованого її вдосконалення. Це стане важливою передумовою для якісного супроводу дітей і молоді в сучасному інформаційно насиченому середовищі.

РОЗДІЛ 2. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕДАГОГІЧНИХ УМОВ ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПЕДАГОГІВ

2.1. Медіаосвіта майбутніх соціальних педагогів (критерії, показники, рівні)

Сучасні науковці пропонують систему критеріїв, за якими можна оцінити рівень готовності педагогів до впровадження медіаосвіти у закладах освіти. До таких критеріїв дослідниця відносить мотиваційний, понятійний, операційний, креативний та оцінний.

Мотиваційний критерій відображає сформованість внутрішніх стимулів і професійних мотивів до здійснення медіаосвітньої діяльності. Понятійний критерій пов'язаний із рівнем оволодіння теоретичними положеннями та концепціями медіаосвіти. Операційний критерій визначає здатність педагога застосовувати методику медіаосвіти на практиці. Креативний критерій демонструє ступінь творчості й інноваційності в організації медіаосвітньої роботи. Оцінний критерій характеризує адекватність самооцінки власної підготовленості до професійної діяльності у сфері медіаосвіти [10, с. 69–70].

У своїх дослідженнях, присвячених медіаграмотності студентів педагогічних університетів, вчені виокремлюють низку показників, за якими можна оцінити рівень сформованості медіаграмотності майбутніх педагогів. До таких показників належать мотиваційний, інформаційний, методичний, діяльнісний та креативний.

Мотиваційний показник охоплює розвиток основних внутрішніх мотивів до медіаосвітньої діяльності – емоційних, пізнавальних, етичних, естетичних, гедоністичних та інших. Він також передбачає прагнення педагога до постійного поглиблення власної компетентності у сфері мас-медіа. Інформаційний показник визначає рівень теоретичної підготовленості в галузі медіаосвіти. Методичний показник відображає вміння застосовувати методи й прийоми роботи з медіаконтентом у педагогічній діяльності.

Діяльнісний показник характеризує якість реалізації медіаосвітньої роботи під час навчальних занять та у дослідницькій діяльності, пов'язаній із медіаосвітою. Креативний показник засвідчує рівень творчого потенціалу педагога та його здатність до інноваційної діяльності у сфері медіаграмотності [22].

Ефективність упровадження медіаосвіти значною мірою визначається характером і специфікою соціально-педагогічної діяльності. За визначенням О. Безпалько, соціально-педагогічна діяльність є особливим видом професійної діяльності, що спрямовується на реалізацію цілей соціального виховання, створення умов, які сприяють соціалізації та всебічному розвитку особистості, задоволенню її соціокультурних потреб або відновленню соціально схвалених форм життєдіяльності. Зміст і структура цієї діяльності, з одного боку, корелюють із філософськими та психологічними підходами, а з іншого — відображають її соціальну складову, що формується відповідно до суспільного запиту, наявних соціальних проблем і соціокультурних особливостей середовища та частково закріплена у державній соціальній політиці.

Науковиця підкреслює, що основна мета соціально-педагогічної діяльності полягає у забезпеченні сприятливих соціокультурних умов для гармонійної соціалізації особистості. До ключових завдань віднесено створення передумов для розвитку індивідуальних здібностей і самореалізації, активізацію адаптаційного потенціалу, а також профілактику й мінімізацію негативних впливів на особистість [5, с. 185].

З огляду на викладені вище положення постає необхідність окреслити ключові компоненти медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів. Спираючись на результати попереднього анкетування практикуючих соціальних педагогів і студентів, аналіз наукових джерел з проблеми, а також враховуючи специфіку соціально-педагогічної діяльності, можна визначити коло основних складових, що формують медіаграмотність майбутнього фахівця.

До таких складників належать: пізнавальна мотивація, що відображає

інтерес до опанування медіасфери; орієнтація на медіаосвітню діяльність у контексті соціально-педагогічної роботи; система знань у галузі медіа, яка включає розуміння принципів функціонування медіапростору та його впливів; уміння і навички застосування медіа у професійній діяльності; здатність до самовираження засобами мас-медіа; уміння створювати медіатексти різних типів та жанрів. Саме ці змістові елементи стали підґрунтям для конструювання критеріїв оцінювання рівня медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів.

Таблиця 2.1.

Критерії формування медіаосвіти майбутніх соціальних педагогів

Критерії	Зміст критерію
Мотиваційний	Передбачає спрямованість на медіаосвіту у процесі фахової підготовки, здійснення медіаосвітньої діяльності, зацікавленість проблемами мас-медіа та їхнього впливу на соціалізацію особистості, мотивацію до використання медіазнань, умінь, навичок в особистісному і професійному житті.
Когнітивний	Сформованість системи соціально-педагогічних та спеціальних медіазнань про роль мас-медіа та їхній вплив на різні групи клієнтів у процесі соціалізації та використання медіа в соціально-педагогічній діяльності.
Операційний	Сформованість сукупності вмінь і навичок здійснювати пошук і вибір інформації з різних джерел, аналізувати, критично оцінювати й інтерпретувати зміст медіатексту, методичні вміння (вибір і застосування форм та методів медіаосвіти, їхнє творче використання).
Креативний	Здатність до самовираження за допомогою мас-медіа, створення різних медіатекстів (відео, аудіо і друкованої продукції) з метою розвитку творчого потенціалу студента та майбутніх вихованців.

Для кожного з визначених критеріїв було встановлено три рівні сформованості медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів: високий,

середній та низький.

Високий рівень характеризується вираженою пізнавальною мотивацією у взаємодії з медіапростором і стійкою активністю у використанні мас-медіа. Студенти цього рівня володіють ґрунтовними, системно структурованими знаннями про медіа; демонструють розвинені уміння критично аналізувати й інтерпретувати медіатексти; здатні самостійно застосовувати методи й форми медіаосвіти у практичній діяльності. Вони активно реалізують творче самовираження через медіа та мають навички самостійного створення власних медіапродуктів.

Середній рівень вказує на наявність у студентів переважно комунікативної мотивації, що зумовлює епізодичну, ситуативну взаємодію з медіа. Вони володіють системними медіазнаннями, здатні до базового критичного аналізу та оцінювання медіаконтенту, а також можуть застосовувати елементарні форми й методи медіаосвіти. Використання медіа носить здебільшого репродуктивний характер, а створення власних медіатекстів можливе лише за допомогою фахівців.

Низький рівень притаманний тим студентам, у яких домінують релаксаційні або компенсаторні мотиви звернення до медіа. Їхня взаємодія з мас-медіа пасивна та нерегулярна; медіазнання є поверховими й несистемними. Студенти цього рівня, як правило, не володіють уміннями критичного аналізу та оцінювання медіатекстів, не демонструють самостійності чи творчого підходу у використанні методів медіаосвіти та не мають сформованих навичок створення медіапродуктів.

У структурі *мотиваційної сфери* особистості провідними елементами вважаються мотиви, потреби та цілі [10]. Переносячи це положення на контекст медіаосвіти, можна визначити, що мотиваційна сфера студента у процесі опанування медіа охоплює: медіамотиви (внутрішні спонукання до роботи з медіа), медіапотреби (необхідність адаптації до умов життя в інформаційно насиченому середовищі), а також медіацілі, тобто уявлення про бажаний результат і досягнення, пов'язані з медіаосвітньою діяльністю.

Когнітивний критерій медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів охоплює сукупність базових теоретичних знань, необхідних для ефективної професійної діяльності. До цього змістового блоку належать уявлення про: засади державної соціальної політики та систему соціально-правового захисту дітей і молоді; фундаментальні положення соціології, психології й педагогіки; закономірності розвитку особистості; особливості потреб та інтересів дітей і молоді різних вікових категорій; специфіку діяльності у різних мікросоціальних середовищах; методику взаємодії із сім'єю, різними групами дітей і молоді; функції державних і громадських інституцій у сфері соціально-педагогічної роботи; основи психолого-педагогічної діагностики; сучасний стан і тенденції розвитку дитячих та молодіжних організацій.

Операційний критерій медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів ґрунтується на сформованості медіавмінь і медіанавичок. У нашій інтерпретації цей критерій охоплює здатність студента опанувати та ефективно застосовувати основні методи й прийоми роботи з медіа у професійній діяльності. Йдеться не лише про технічне використання медіаресурсів, а й про вміння добирати доцільні медіазасоби, інтегрувати їх у соціально-педагогічний процес, організовувати взаємодію учнів з медіаконтентом, а також критично оцінювати його якість та педагогічну доцільність.

Ключовим показником *креативного критерію* є здатність педагога розробляти власні методичні прийоми та створювати нові творчі завдання [10]. Креативність у медіасфері – уміння творчо трансформувати та перекодувати інформацію, отриману з мас-медіа [25].

Формування медіаграмотності у майбутніх соціальних педагогів відкриває можливість для розвитку їхнього творчого потенціалу під час роботи з медіатекстами, а також сприяє підвищенню мотивації до використання медіа у професійній практиці [15].

На нашу думку, креативний критерій медіаграмотності соціального педагога відображає рівень його творчої активності та інноваційного підходу у застосуванні мас-медіа в соціально-педагогічній діяльності.

Отже, запропонована система критеріїв, показників і рівнів сформованості медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів забезпечує можливість всебічного та комплексного аналізу цього феномена серед студентів спеціальності «Соціальна педагогіка».

2.2. Аналіз процесу медіаосвіти майбутніх соціальних педагогів на формульовальному етапі експерименту

Проведення формульовального етапу експерименту мало на меті реалізацію низки завдань дослідницького характеру. Зокрема, необхідно було:

- з'ясувати результативність існуючих навчально-методичних розробок, спрямованих на організацію медіаосвіти студентів, що здобувають фах соціального педагога;
- визначити, якою мірою запропоновані соціально-педагогічні умови та послідовність дій щодо формування медіаграмотності під час професійної підготовки впливають на рівень сформованості медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів.

Дослідно-експериментальні заходи були продовжені у 2024–2025 роках на базі Дрогобицького державного педагогічного університету імені І. Франка.

Поряд зі студентами до експерименту було залучено також викладачі кафедри соціальної педагогіки та корекційної освіти ДДПУ. Враховуючи значущість ролі педагога у забезпеченні процесу формування медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів, для викладацького складу було організовано цикл із трьох вступних лекцій та трьох практичних занять, присвячених упровадженню медіаосвіти.

На першому етапі запропонованого алгоритму процесу медіаосвіти – мотиваційно-цільовому – було реалізовано комплекс заходів відповідно до визначених соціально-педагогічних умов становлення медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів. На цьому етапі окреслено очікувані результати: поступове зміщення медіаспоживання студентів від переважно

розважального до навчально-професійного спрямування; засвоєння базових знань про функціонування мас-медіа в межах вивчення профільних соціально-педагогічних дисциплін; забезпечення органічного поєднання теоретичного матеріалу з практичною соціально-педагогічною діяльністю; ознайомлення майбутніх фахівців із різноманітним напрямом медіатворчості.

Студентам було запропоновано цикл медіазанять, спрямованих на формування початкового уявлення майбутніх соціальних педагогів про потенціал медіа у соціально-педагогічній діяльності.

Друга педагогічна умова – системне й цілеспрямоване застосування медіаосвітніх форм і методів у процесі професійної підготовки – передбачала організоване вивчення студентами різноманітних форм і методів медіаосвіти.

На цьому етапі реалізації експериментальної роботи ключовими стали інтерактивні форми та методи навчальної діяльності. Зокрема, проведення дискусій на теми «Соціальні мережі: користь та ризики» та «Інтернет: учитель чи вихователь?» дало змогу окреслити місце й вплив різних видів медіа у процесі розвитку особистості.

Окрім того, організація дебатів – «ЗМІ як нова влада» та «Медіаіунітет як необхідна умова успішної соціалізації» – сприяла ознайомленню студентів із різними підходами та позиціями щодо порушених проблем. Підготовка до дебатів передбачала пошук та аргументацію позицій «за» й «проти», що стимулювало студентів критично аналізувати явища, розглядати альтернативні погляди та знаходити нестандартні шляхи їх розв'язання.

Таблиця 2.2.

Перелік творчих занять, які спрямовані на розвиток у соціальних педагогів ефективного сприйняття медіатекстів

Назва занять	Вид діяльності
Творчі заняття з відновлення динаміки образів	Аудиторії пропонується зробити спробу опису динаміки розгортання медіаобразу героя в ритмічно організованій формі оповідання. Основою цього процесу може стати обговорення монтажного сполучення кадрів і епізодів.
«Літературно-імітаційні» творчі заняття	<p>Аудиторії пропонується:</p> <ul style="list-style-type: none"> - описати основні ознаки кращої (гіршої) установки на сприйняття конкретного твору медіакультури із соціально-педагогічної проблематики; - описати кращі (гірші) об'єктивні та суб'єктивні умови сприйняття медіатекстів для різних груп за віковим критерієм; - скласти розповідь від імені головного героя або другорядного персонажа медіатексту, який є учасником соціального конфлікту; - поставити героя медіатексту в змінену ситуацію; - скласти розповідь від імені одного з неживих предметів, що фігурують у медіатексті, змінивши тим самим ракурс оповідання; - згадати прозові, поетичні, театральні, мальовничі, музичні твори, що асоціюються з тим чи іншим твором медіакультури, обґрунтувати свій вибір; - скласти монологи представників аудиторії з різними віковими, соціальними, професійними, освітніми й іншими даними, що знаходяться на різних рівнях медіасприйняття;
	<ul style="list-style-type: none"> - за списком найпопулярніших медіатекстів спробувати обґрунтувати причини їхнього успіху відповідно до специфіки аудиторії медіаспоживачів; - за рекламними анотаціями (роліками) скласти прогноз глядацького успіху нових медіатекстів та охарактеризувати їхню цільову аудиторію.
Театралізовано-ситуативні творчі заняття	<p>Аудиторії пропонується:</p> <ul style="list-style-type: none"> - розіграти «акторськими» засобами різні варіанти установки на сприйняття (наприклад, вступне слово ведучого відео/кіноклубу) з огляду на цільову групу; - розіграти театралізовані етюди на тему об'єктивних і суб'єктивних умов медіасприйняття тощо залежно від групи ризику, для якої обрано медіатекст.

Третя соціально-педагогічна умова – розвиток умінь самоосвіти у сфері

медіа – на цьому етапі реалізовувалася через організацію роботи студентів із щоденником медіаспостережень. Структуру та зміст цього щоденника подано в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3.

Зразок щоденника соціально-педагогічного аналізу медіатекстів

Дата	Джерело інформації	Характеристика медіатексту	Час контакту	Тип інформації	Ваша реакція на інформацію	Позитивний вплив	Негативний вплив	Можливості використання інформації в соціально-педагогічній діяльності (категорія клієнтів, проблема, 4 питання для дискусії)

У впровадженні зазначеної соціально-педагогічної умови важлива роль належала кураторам академічних груп, оскільки основні активності здійснювалися в межах виховної роботи зі студентами. У позааудиторний час здобувачам освіти пропонувалося систематично вести щоденник медіаспостережень. Такий вид діяльності був спрямований на розвиток умінь критичного мислення під час аналізу інформації, отриманої з різних медіаресурсів. Студент повинен був щотижня фіксувати власні контакти з мас-медіа, здійснювати їх критичний аналіз та визначати можливості використання отриманої інформації в соціально-педагогічній практиці.

Матеріал для самостійної роботи охоплював добірку медіатекстів різного типу. Студентам пропонувалося:

- проаналізувати найпопулярніші медіатексти та обґрунтувати причини їхньої успішності з урахуванням особливостей цільової аудиторії;
- на основі рекламних матеріалів (анотацій, промороликів) спрогнозувати потенційний глядацький успіх нових медіапродуктів і визначити їхню ймовірну аудиторію.

Окремим елементом роботи стали театралізовано-ситуативні творчі заняття. Студентським групам пропонувалося:

- інсценувати різні варіанти налаштування глядача на сприйняття

медіатексту (наприклад, у формі вступного слова модератора медіаклубу), орієнтуючись на специфіку певної цільової групи; – відтворити короткі сценічні етюди, які демонструють вплив об'єктивних та суб'єктивних чинників на процес медіасприйняття, зокрема у контексті визначених «груп ризику».

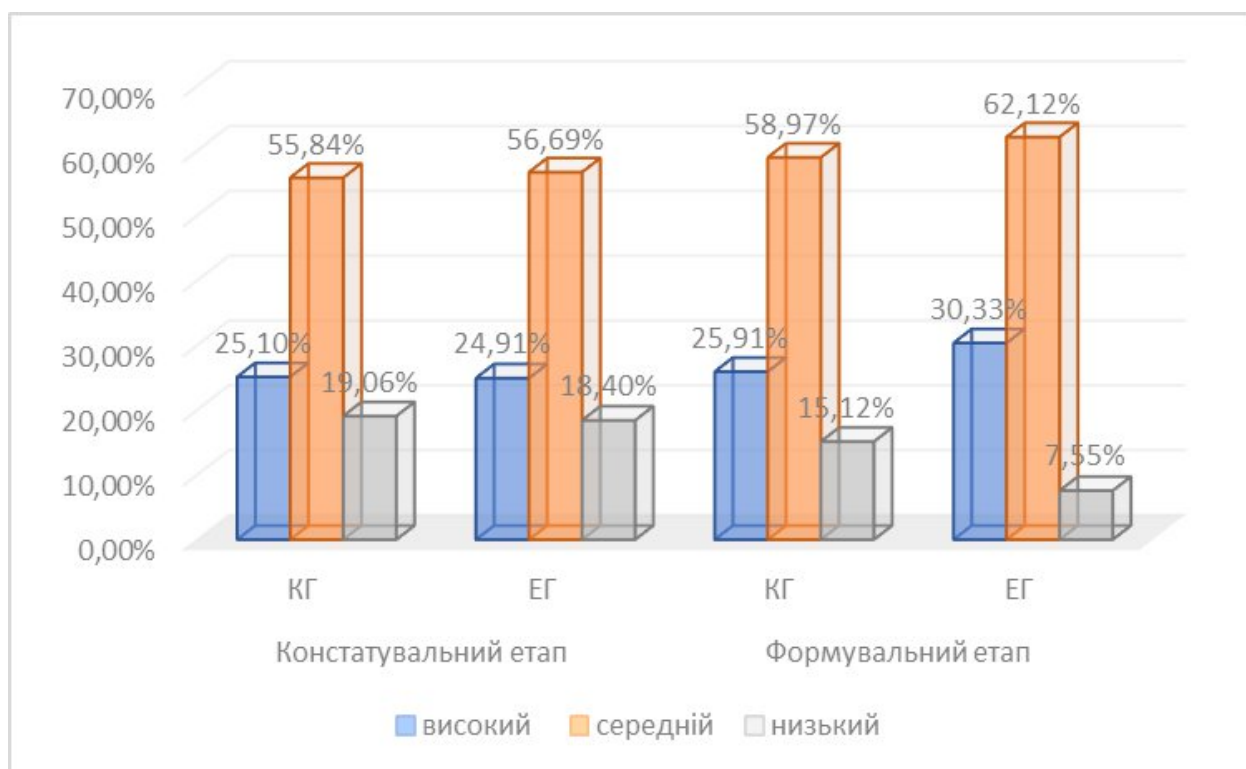
Загалом сукупність медіатекстів та інформаційних ресурсів включала буклети, флаєри, банери, фото, публікації, рекламні матеріали, аудіо- та відеоконтент, соціальні мережі, інтернет-сайти тощо. Куратор академічної групи контролював повноту та якість виконання студентами завдань у межах цієї діяльності.

Підсумки перевірки результативності визначених педагогічних умов медіаосвіти майбутніх соціальних педагогів у закладах вищої освіти, а також їхній вплив на рівні та показники сформованості медіаграмотності студентів подано в наступному підрозділі дослідження.

2.3. Результати впливу педагогічних умов на медіаосвіту студентів

Підсумковий контроль формувального етапу експерименту здійснювався після завершення реалізації розробленої програми. Його призначення полягало у виявленні реального рівня сформованості ключових компонентів медіаграмотності студентів – майбутніх соціальних педагогів, а також у зіставленні отриманих результатів з початковими даними для подальшого оцінювання результативності визначених соціально-педагогічних умов і запропонованого алгоритму формування медіаграмотності. На основі експериментальних матеріалів було необхідно простежити динаміку розвитку медіаграмотності, проаналізувати ступінь її зростання серед студентської молоді та визначити характер змін, що стали можливими завдяки упровадженню нових соціально-педагогічних підходів.

Мотиваційний критерій медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів. Узагальнені результати, що відображають рівень сформованості



мотиваційного компонента медіаграмотності у студентів на формувальному етапі експерименту, представлено на рисунку 2.1.

Рис.2.1. Діаграма розподілу студентів за рівнями сформованості мотиваційного критерію в КГ та ЕГ (формувальний експеримент)

Порівняльний аналіз рівнів сформованості мотиваційного критерію в контрольній групі (КГ) до початку та після завершення формувального етапу експерименту наведено у таблиці 2.4.

**Таблиця 2.4
Порівняння показників сформованості мотиваційного критерію в контрольній групі (КГ) до і після формувального експерименту**

Рівні	КГ до формувального експерименту		КГ після формувального експерименту	
	кількість	у %	кількість	у %
Високий	32	25,1	33	25,91
Середній	69	55,94	74	58,97
Низький	23	19,06	17	15,12

Всього	124	100	124	100
--------	-----	-----	-----	-----

За результатами формувального етапу експерименту в контрольній групі було зафіксовано незначне зростання частки студентів із високим рівнем мотиваційного критерію (на 0,81%) та середнім рівнем його сформованості (на 3,03%). Водночас кількість учасників із низьким рівнем мотиваційної готовності зменшилася на 3,94%. Проте такі позитивні зрушення не набули статистично значущого характеру.

Дані, що ілюструють динаміку сформованості мотиваційного критерію в експериментальній групі (ЕГ) до та після проведення формувального експерименту, узагальнено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5
Порівняння показників сформованості мотиваційного критерію в експериментальній групі (ЕГ) до і після формувального експерименту

Рівні	КГ до формувального експерименту		КГ після формувального експерименту	
	кількість	у %	кількість	у %
Високий	33	24,91	40	30,33
Середній	74	56,69	81	62,12
Низький	22	18,4	8	7,55
Всього	129	100	129	100

Підсумки формувального експерименту засвідчили суттєві відмінності у стані мотиваційного компонента медіаграмотності між експериментальною та контрольною групами. Зокрема, високий рівень сформованості мотиваційного критерію виявили 30,33% студентів експериментальної групи, тоді як у контрольній групі цей показник становив 25,91%. Представники цієї категорії вирізнялися стабільним інтересом до медіаосвіти та усвідомлювали її значення у професійній діяльності соціального педагога.

Частка студентів із середнім рівнем мотиваційної готовності також зросла

в експериментальній групі та досягла 62,12%, що перевищує аналогічний показник контрольної групи (58,97%). Такі студенти проявляли вибіркового, епізодичний інтерес до проблематики інтеграції медіа в професійну практику.

Особливо показовими стали зміни серед учасників із низьким рівнем мотиваційного критерію. Їхня кількість у експериментальній групі суттєво скоротилася – до 7,55%, тоді як у контрольній групі цей показник залишився значно вищим і становив 15,12%. Студенти цієї підгрупи переважно використовували медіа в розважальних цілях і не виявляли інтересу до питань медіаосвіти та її професійного потенціалу.

Рівень сформованості медіаграмотності визначається не лише наявністю стійкої мотивації до опанування медіасфери, а й засвоєнням необхідного обсягу медіазнань. Узагальнені результати щодо розвитку когнітивного компонента медіаграмотності студентів на завершальному етапі формульовального експерименту представлено на рисунку 2.2.

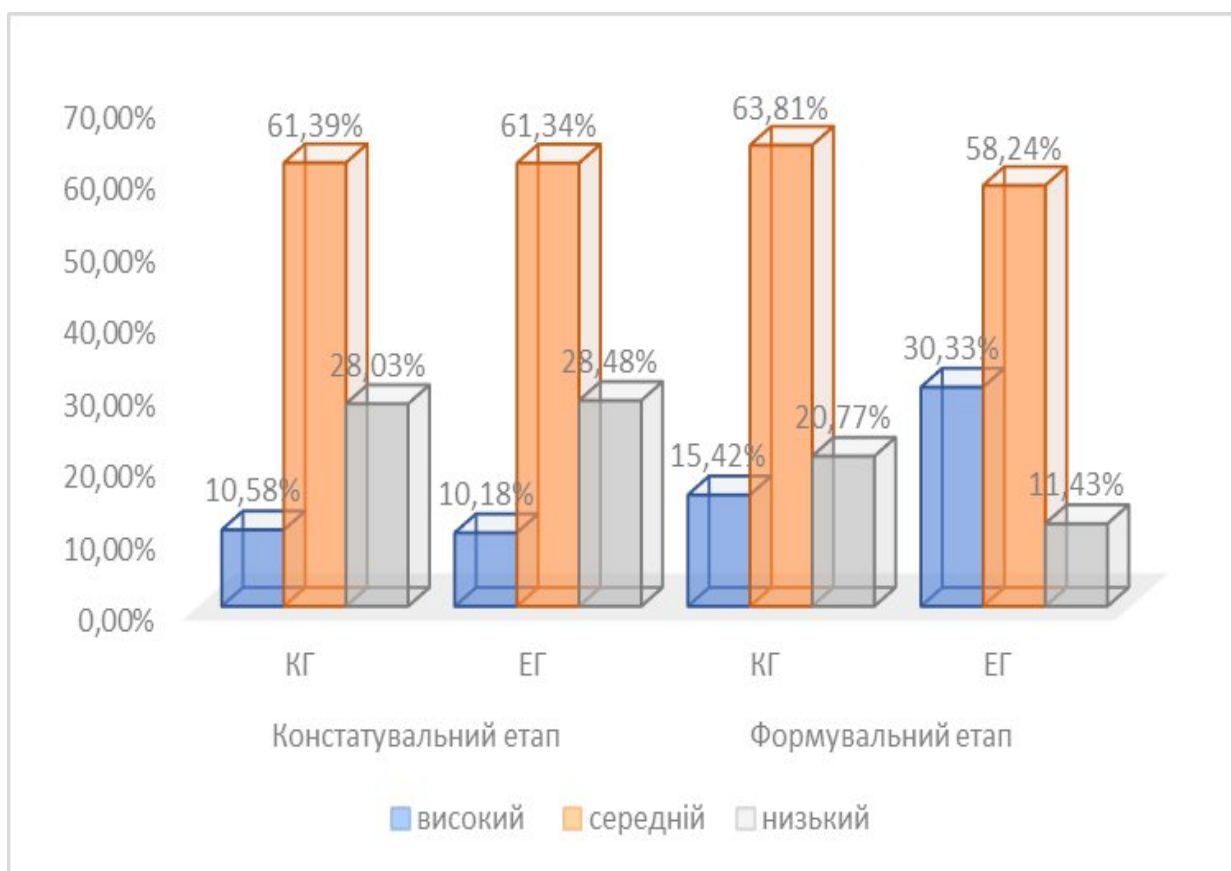


Рис.2.2. Діаграма розподілу студентів за рівнями сформованості когнітивного критерію в КГ та ЕГ (формульовальний експеримент)

У підсумку формувального етапу експерименту в експериментальній групі було зафіксовано істотне зростання кількості студентів, які досягли високого рівня розвитку когнітивного критерію медіаграмотності – приріст становив 20,15%. Водночас простежується зменшення частки учасників із середніми та низькими показниками на 5,57% і 17,05% відповідно. Отримані дані свідчать про суттєве якісне зростання експериментальної групи, адже її показники значно переважають результати, зафіксовані на констатувальному етапі.

Відомості про рівень сформованості операційного компонента медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів представлено на рисунку 2.3.

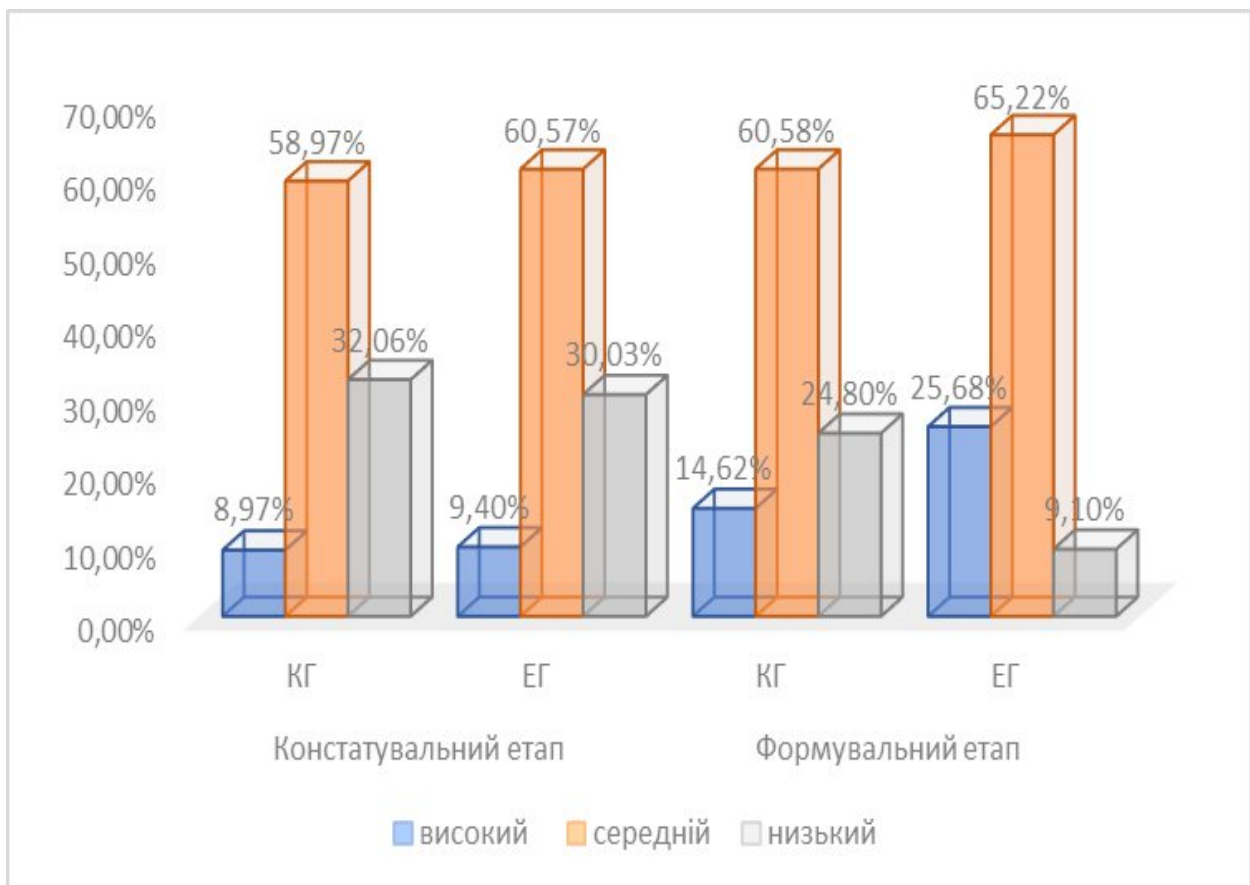


Рис.2.3. Діаграма розподілу студентів за рівнями сформованості операційного критерію в КГ та ЕГ (формувальний експеримент)

Підсумковий аналіз результатів формувального експерименту засвідчив помітне зростання кількості студентів експериментальної групи, які досягли високого рівня сформованості операційного критерію – цей показник становив 25,68%. До цієї категорії увійшли студенти, що активно долучалися до

різноманітних форм медіаосвітньої діяльності та мали практичний досвід організації й проведення заходів із використанням мас-медіа. У контрольній групі ж лише 14,62% учасників продемонстрували високий рівень розвитку даного критерію.

Інформацію про рівень розвитку креативного компонента медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів подано у рисунку 2.4.

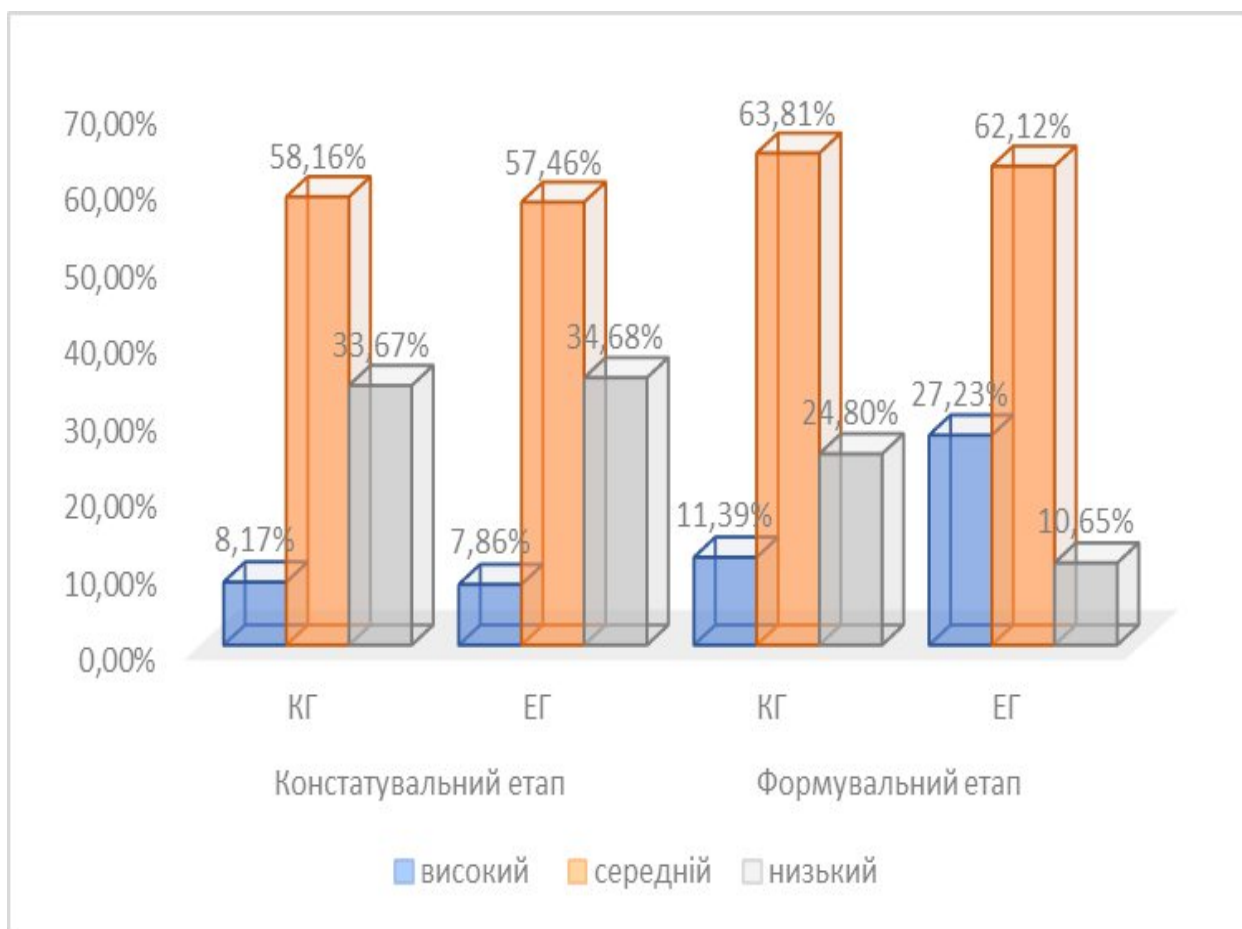


Рис.2.4. Діаграма розподілу студентів за рівнями сформованості креативного критерію в КГ та ЕГ (формувальний експеримент)

За результатами завершального етапу формувального експерименту з'ясовано, що рівень розвитку креативного критерію у студентів двох груп суттєво різниться. Експериментальна та контрольна групи виявилися якісно неоднорідними за ступенем сформованості цього компонента, а кількісні показники між ними демонструють статистично значущі відмінності.

Отримані в ході дослідно-експериментальної роботи результати переконливо засвідчили досягнення визначеної мети й виконання поставлених

завдань. Позитивна динаміка показників підтвердила дієвість окреслених соціально-педагогічних умов, змістового наповнення, організаційних форм та методів медіаосвіти студентів, а також результативність запропонованого алгоритму формування медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів у процесі їх професійної підготовки.

ВИСНОВКИ

Проведене теоретичне дослідження та формувальний експеримент підтвердили досягнення поставленої мети та виконання окреслених на початку роботи завдань, що дало змогу сформуванати узагальнені висновки:

1. Виконано комплексне вивчення наукових підходів і практичного досвіду організації медіаосвіти студентів, які здобувають фах соціального педагога.
2. Установлено, що сучасний соціальний педагог повинен бути готовим до реалізації різноманітних професійних функцій, зокрема тих, що передбачають використання виховного й соціалізаційного потенціалу мас-медіа, а також виконання ролі медіапедагога.
3. Доведено, що трансформації інформаційного середовища та швидке зростання обсягу медіаконтенту вимагають цілеспрямованої підготовки майбутніх фахівців до роботи в умовах медіасуспільства шляхом інтеграції елементів медіаосвіти у зміст фахової підготовки.
4. Медіаосвіту майбутніх соціальних педагогів окреслено як спеціально організований процес засвоєння теоретичних засад масової комунікації та формування практичних умінь і навичок роботи з різними видами медіа у контексті виконання завдань соціально-педагогічної діяльності.
5. Встановлено, що ключовим результатом такої підготовки є медіаграмотність студентів. Науковці трактують її як здатність особистості критично сприймати медіатексти, інтерпретувати й оцінювати їх зміст, створювати власні медіаматеріали та застосовувати їх у професійному і повсякденному житті.
6. Підкреслено, що формування медіаграмотності необхідно трактувати як цілеспрямований процес розвитку й удосконалення знань, умінь і навичок роботи з медіа, які студенти надалі можуть застосовувати у професійній діяльності. У межах дослідження було обґрунтовано систему критеріїв, що відображає рівень сформованості медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів, та визначено відповідні показники.
7. До мотиваційного критерію віднесено ступінь сформованості пізнавальних

мотивів взаємодії з медіа та орієнтованість студентів на активне використання медіаресурсів. Когнітивний критерій охоплює засвоєння базових і спеціальних знань про функціонування медіасфери. Операційний критерій визначає рівень сформованості умінь та навичок аналізувати, інтерпретувати, критично оцінювати медіатексти, а також застосовувати різноманітні форми й методи медіаосвіти. Креативний критерій характеризує здатність майбутніх фахівців використовувати медіа у творчий спосіб як у професійному, так і в особистісному контекстах.

8. Враховуючи різний ступінь прояву цих показників, рівень медіаграмотності студентів диференційовано за трьома рівнями: високим, середнім і низьким.
9. У ході дослідження було визначено й теоретично обґрунтовано соціально-педагогічні умови, що забезпечують ефективність формування медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів. До таких умов віднесено: збагачення змісту професійно орієнтованих дисциплін матеріалами медіаосвітнього спрямування; систематичне та цілеспрямоване використання форм і методів медіаосвіти під час професійної підготовки; організацію й підтримку процесу самостійного опанування студентами знань у сфері медіа.
10. Розроблено алгоритм упровадження означених умов, який охоплює кілька послідовних етапів: мотиваційно-цільовий – передбачає активізацію пізнавальних потреб і професійних інтересів студентів щодо здобуття медіазнань, формування усвідомлення значущості використання медіа у майбутній соціально-педагогічній діяльності, інформаційно-змістовий – спрямований на засвоєння студентами системи медіазнань, інтегрованих у контекст соціально-педагогічної роботи, діяльнісно-креативний – пов'язаний із розвитком умінь і навичок аналізувати різноманітні інформаційні матеріали, інтерпретувати та критично оцінювати медіатексти, а також творчо застосовувати їх у професійній практиці.
11. Проведений контрольний експеримент продемонстрував помітне зростання рівня медіазнань студентів, зокрема щодо історичних етапів становлення

мас-медіа, специфіки їх функціонування та впливу медіапростору на процеси соціалізації особистості. Отримані дані підтвердили результативність запропонованої інтегрованої медіаосвітньої програми.

12. Застосування різноманітних форм і методів медіаосвіти забезпечило такі позитивні зрушення: розвиток у студентів здатності критично аналізувати, інтерпретувати й оцінювати інформацію; оволодіння вмінням створювати власні медіатексти; удосконалення навичок самостійного й творчого використання медіаресурсів у навчальному процесі та в майбутній професійній діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абетка візуальної грамотності [Електронний ресурс] / Баликін І., Волошенюк О., Чорний О., Федченко О. / За редакцією Волошенюк О., Іванова В., Євтушенко Р. — Київ : АУП, ЦВП, 2019. — Режим доступу: [http://www.aup.com.ua/uploads/Abetka vizualnoy gramotnosti 2019.pdf](http://www.aup.com.ua/uploads/Abetka_vizualnoy_gramotnosti_2019.pdf)
2. Архипова С. П. Проектування ефективного освітнього середовища в системі підготовки майбутніх соціальних працівників / С. П. Архипова // Практична соціальна робота та підготовка фахівців соціальної сфери : [матеріали доповідей та повідомлень] Міжнар. наук.-практ. семінару / за ред. І. В. Козубовської – Ужгород, 2010. – С. 11 – 12.
3. Баришполець, О. Т. Медіакультура суспільства та особистості: визначення понять / О. Т. Баришполець // Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчальний посібник / О. Т. Баришполець та ін.; за ред. Л.А.Найдьоновой, О. Т. Баришпольця. –К.: Міленіум, 2010. –С.67-77.
4. Батьки, діти та медіа: путівник із батьківського посередництва / О. Волошенюк, О. Мокрогуз; За ред. В. Іванова, О. Волошенюк. - К. : ЦВП, АУП, 2017. - 79 с.
5. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: Моногр. [Електронний ресурс] / Бебик В. М. — К.: МАУП, 2005. — 440 с. — Режим доступу: http://www.vmurol.com.ua/upload/Navchalno_motodichna_robota/Navchalno_motodichna_materiali/Zhurnalistika/1/Informac_comunicac_management.pdf
6. Бучківська Г., Барановська В. Формування медіакомпетентності соціального педагога засобами ІКТ. Електронний ресурс ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2021. [dspace.tnpu.edu.ua+1](https://dspace.tnpu.edu.ua/)
7. Буйницька О. П. Цифрові технології в освіті: монографія (розділи про медіаграмотність та підготовку фахівців соціальної сфери). Київ, 2021.

8. Вайнола Р. Х. Методика викладання соціально-педагогічних дисциплін : навч. посіб. / Р. Х. Вайнола, С. О. Сисоєва. – К. : Київськ. ун-т імені Бориса Грінченка, 2012. – 152 с.
9. Винославська, О. Вплив ІКТ на самоорганізацію та саморозвиток особистості / О. Винославська // Вища школа. –2015.-№2-3. –С. 87-96.
10. Гончаренко, Н. Вплив мультимедійних технологій на зміну особистісних характеристик учнів / Н. Гончаренко // Психологічна служба школи. –2013. -№2. –С. 21-27.
11. Граб, О. В. Феномен «віртуальної» культури / О. В. Граб // Шкільна бібліотека. –2011. -№5. –С. 54-55.
12. Грінченко М. С. Медіаосвіта в системі підготовки соціальних педагогів: інтегрована програма «Медіаосвіта соціальних педагогів». Суми: СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2016.
13. Енциклопедія для фахівців соціальної роботи / за ред. І. Д. Звереві. – Київ, Сімферополь : Універсум, 2012. – 536 с.
14. Закон України «Про доступ громадян до публічної інформації». Відомості Верховної Ради України. Київ, від 13.01.11 №2939 - VI.
15. Закон України «Про захист суспільної моралі». Відомості Верховної Ради України. Київ, від 20.11.03 №1296 - IV.
16. Закон України «Про інформацію». Відомості Верховної Ради України. Київ 02.10.92 №2657 (із змінами, внесеними згідно із Законами. Останній від 13.01.11 №2938).
17. Іванов, В. Медіаосвіта і виховання / В. Іванов, Т. Іванова // Освіта. 2013. -№15-16 (27 березня –3 квітня). –С. 8-9.
18. Йовко, О. М. Упровадження медіаосвіти в навчально-виховний процес загальноосвітньої школи / О. М. Йовко // Обдарована дитина. –2013. -№7. –С. 10-16.
19. Кожанова, А. Медіаосвітні практики в початковій школі / А.Кожанова // Шкільний бібліотечно-інформаційний центр. –2014.–№9. -С. 89-94.

20. Компанієць, А. Упровадження інноваційних технологій у навчальному закладі / А. Компанієць // Директор школи. -2014. -№3. –С. 17-25.

21. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні (2010 – 2020 рр.) [Електронний ресурс] // Інститут соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України. – Режим доступу : http://www.ispp.org.ua/news_44.htm

22. Лаппо І. М. Функції вищих навчальних закладів у сучасному суспільстві / І. М. Лапо //Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Філософсько-педагогічні аспекти формування свідомості технічної інтелігенції» (10 березня 2011 р.). – Красноармійськ, КП ДонНТУ, 2011. – С.45 – 48.

23. Ласкова-Ярмоленко Анастасія, Слинькова Тетяна. «Медіаграмотність в системі освіти: вимоги сучасності у сфері соціальної комунікації». *Педагогічні інновації: ідеї, реалії, перспективи*, 2024, №1(32), с. 100-105. Цифрова бібліотека НАПН України

24. Майборода Г. Я., Матвійчук М. М.. «Медіаосвіта соціальних педагогів: навчально-методичний посібник». Черкаси : ФОП Гордієнко Є. І., 2014 (ще до 2015, але часто використовується як база). [dspace.oano.od.ua+1](https://dspace.oano.od.ua/)

25. Матвійчук М. М. Аналіз медіатекстів в процесі формування медіаграмотності соціальних педагогів / М. Матвійчук // Сучасні тенденції розвитку професійної освіти в Європейському просторі : збірник наук. праць / за заг. ред. С. П. Архипової. – Черкаси : ПП Гордієнко, 2013. – С. 124 – 129.

26. Матвійчук М. М. Організація медіаосвіти у соціально-педагогічній сфері (практикум) : [методичні рекомендації для студентів зі спеціальності «Соціальна педагогіка»] / М. М. Матвійчук. – Черкаси : ФОП Гордієнко Є. І., 2014. – 118 с.

27. Медіаосвіта соціальних педагогів : навч.-метод. посіб. / авт-уклад. : Г. Я. Майборода, М. М. Матвійчук. – Черкаси : ФОП Гордієнко Є. І., 2014. – 90 с.

28. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; наук. ред. В. В. Резун. - Київ: Центр вільної преси, 2012. - 352 с.
29. Медіаосвіта: Концепція впровадження медіаосвіти в Україні. Київ : [Сайт «Медіаосвіта»], 2016. mediaosvita.org.ua
30. Методи маніпулятивного впливу ЗМІ [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://mediaosvita.org.ua/>
31. Методи та технології роботи соціального педагога : [навч. пос.] / автори-укладачі : С. П. Архипова, Г. Я. Майборода, О. В. Тютюнник. – К. : Видавничий Дім «Слово», 2013. – 492 с.
32. Найдюнова Л.А. Кібер-булінг або агресія в інтернеті: способи розпізнання і захист дитини / Л.А.Найдюнова //Методичні рекомендації [Електронний ресурс] / Серія: На допомогу вчителю. Вип. 4. - К., 2011. - 34 с. — Режим доступу : <http://mediaosvita.org.ua/>
33. Найдюнова, Л. Медіаосвіта в Україні: особливості реалізації соціально-психологічної моделі /Л. Найдюнова // Шкільний бібліотечно-інформаційний центр. –2013. -№4. –С. 91-97.
34. Найдюнова, Л. Соціально-психологічна модель медіаосвіти / Л. Найдюнова // Управління освіти. -2015. -№1. -С. 16-23.
35. Овчарук О. В. Інформаційно-комунікаційна компетентність як предмет обговорення : міжнародні підходи / О. В. Овчарук // Комп'ютер у школі та сім'ї. – 2013. – №7. – С. 3 – 6.
36. Олексюк Н. С. Зміст професійної підготовки майбутнього соціального педагога до роботи в притулку для дітей / Н. С. Олексюк // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. – 2013. – Вип. 33 (86). – С. 295 – 299.
37. Орлова Н. В. До проблеми визначення основних понять сучасного українського журналістикознавства / Н. В. Орлова // Стиль і текст. – Вип. 12. – 2011. – С. 26 – 29.
38. Пасічник О. О. Формування професійних комунікативних умінь

майбутніх соціальних педагогів засобами навчальних тренінгів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : 13.00.04 – «Теорія і методика професійної освіти» / Олена Олексіївна Пасічник. – Тернопіль, 2013. – 20 с.

39. Петrenchко Ю., Гук О. Застосування медіаосвіти у підготовці соціальних педагогів. Соціальна робота та інклюзивна освіта : синергія досвіду та новацій : матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. (Дрогобич 24 квітня 2025 р.). Дрогобич : ДДПУ імені І. Франка, 2025. С. 74-77. URL: <http://ir.dspu.edu.ua/jspui/handle/123456789/6560>

40. Петрунко О. В. Соціалізація дитини в агресивному медіасередовищі : автореф дис. на здоб. наук. ступеня д-ра психол. наук : 19.00.05 «Соціальна психологія, психологія соціальної роботи» / Ольга Володимирівна Петрунко. – К., 2010. – 32 с.

41. Покулита І. К. Медіапрактики у соціальній роботі: навчально-методичний посібник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. ЕЛА КПІ

42. Сахневич І. А. Упровадження медіа-освіти у вищих навчальних закладах України : проблеми та перспективи [Електронний ресурс] / І. А. Сахневич. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/Portal/natural/nvnu/filolog/2010_21/R4/Sakhnevych.pdf

43. Синьов, В. М. Потенціал віртуального комп'ютерного середовища в аспекті корекційної медіаосвіти і соціальної реабілітації осіб з обмеженнями життєдіяльності / В. М. Синьов, А.Г. Шевцов // Педагогіка і психологія. –2013. -№2. –С. 61-65.

44. Синьов, В. Корекційна медіаосвіта / В. Синьов // Освіта. –2013. - №15-16(27 березня-3 квітня). –С. 9.

45. Сисоєва С. О. Освітнологічний зміст освітніх реформ / С. О. Сисоєва // Освітні реформи : місія, дійсність, рефлексія : монографія / за ред. В. Кременя, Т. Левовицького, В. Огнев'юка, С. Сисоєвої. – К. : «Видавниче підприємство «ЕДЕЛЬВЕЙС», 2013. – С. 133 – 151.

46. Скиба М. Використання медіа-ресурсів у первинній профілактиці ВІЛ/СНІДу в роботі з дорослими / М. Скиба // Освіта дорослих як фактор

соціалізації і соціального захисту окремих категорій населення : Матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Черкаси, 15 – 16 лютого, 2011. – Черкаси, 2011. – С. 113 – 117.

47. Скиба М. М. До питання медіаосвіти волонтерів / М. М. Скиба // Сучасні тенденції розвитку освіти дорослих в Європейському просторі : Матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Черкаси, 2013. – 24 – 29 березня, 2013. – Черкаси, 2013. – С. 138 – 141.

48. Скиба М. М. До питання формування медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів / М. М. Скиба // Актуальні проблеми природничих та гуманітарних наук у дослідженнях молодих вчених : Матеріали XIII Всеукраїнської студент. конф., Черкаси, 14 – 15 квітня, 2011. – Черкаси, 2011. – С. 327 – 330.

49. Скиба М. М. Медіаклуб як форма формування медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів / М. М. Скиба // Придніпровські соціально-гуманістичні читання : Матеріали II Всеукраїнської наук.-практ. конф., Дніпропетровськ, 2013. – 22 лютого, 2013, – Дніпропетровськ, 2013. – С. 131–133.

50. Скиба М. М. Медіаосвіта в контексті підготовки майбутнього спеціаліста до соціально-педагогічної діяльності / М. М. Скиба // Освіта дорослих як фактор розвитку дорослої людини в умовах сучасних соціальних змін : матеріали міжнар. наук.-практ. Інтернет-конфер. (Черкаси, 24 – 23 бер. 2012 р.). – Черкаси, 2012. – С. 141 – 147.

51. Скиба М. М. Методи медіа-освіти майбутніх соціальних педагогів / М. М. Скиба // Науковий вісник Чернівецького університету. Педагогіка та психологія. – Чернівці, 2011. – Вип. 593. – С. 169 – 175.

52. Скиба М. М. Особливості медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів / М. М. Скиба // Наукові записки : Психолого-педагогічні науки. – Ніжин, 2012. – №6. – С. 56 – 61.

53. Скиба М. М. Питання медіа-грамотності майбутніх соціальних педагогів / М. М. Скиба // Вісник Черкаського університету. Серія Педагогічні

науки. – Черкаси, 2010. – Вип. 183. – С. 117 – 121.

54. Скиба М. М. Реаліті-шоу. Нова технологія в роботі з проблемними сім'ями / М. М. Скиба // Соціальний педагог. – №2 (84). – грудень, 2013. – С. 12 – 15.

55. Скиба М. М. Соціально-педагогічний зміст теоретичних підходів до медіаосвіти / М. М. Скиба // Підвищення якості освіти і розвиток професіоналізму в умовах сучасних соціально-економічних змін : Матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Черкаси, 2012. – 197 – 201.

56. Скиба М. М. Форми впровадження медіаосвіти в процес професійної підготовки майбутніх соціальних педагогів / М.М. Скиба // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету : Серія Педагогічні науки. – Чернігів, 2012. – Т. 2. – Вип. 104. – С. 91 – 94.

57. Скиба М. М. Формування медіаграмотності майбутніх соціальних педагогів у процесі фахової підготовки / М. М. Скиба // Акмеологія – наука ХХІ століття : підвищення якості освіти і розвиток професіоналізму : Матеріали міжнар. наук.-практ. конф., Черкаси (Україна) – Добрич-Албена (Болгарія), 25 вересня – 2 жовтня, 2011. – Черкаси, 2011. – С.81 – 83.

58. Скиба М. М. Характеристика компонентів медіаграмотності студентів спеціальності «Соціальна педагогіка» / М. М. Скиба // Вісник Черкаського університету. Серія Педагогічні науки. – Черкаси, 2012. – №30 (243). – С. 68 – 73.

59. Скиба М. Медіаосвіта майбутніх соціальних педагогів / М. Скиба // Десяті міжнар. ювілейні Захаренківські пед. читання (Черкаси, 2 лют. 2012). – Черкаси : ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2012. – С. 80 – 82.

60. Скиба М.М. Медіаосвіта соціальних педагогів як умова їх соціальної мобільності / Г.Я. Майборода, М.М. Скиба // Науковий часопис Національного педагогічного університету ім. М.П. Драгоманова. Серія 11. Соціальна робота. Соціальна педагогіка : зб. наук. ст. – Київ : НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2012. – Вип. 14, Ч.ІІІ. – С. 115 – 122

61. Слюсаревський, М. Відповіді на виклики інформаційної доби / М.

Слюсаревський // Освіта. –2013. -№35(7-14 серпня).–С. 4-5.

62. Слюсаревський, М. М. Медіаорієнтаційна функція освіти як відповідь на виклики інформаційної доби / М. М. Слюсаревський // Педагогіка і психологія. –2013. -№2. –С. 18-21; Рідна школа. –2013. -№4-5. –С. 13-19.

63. Сучасний медіа-менеджмент у друкованих ЗМІ: Шляхи роздержавлення української преси [Електронний ресурс]. - Вид. 2-ге, доповн. та виправлене / За ред. В. Іванова та Н. Ланге. — Київ: ЦВП, АУП, 2008. — 300 с. — Режим доступу : http://www.vmurol.com.ua/upload/Navchalno_motodichna_robota/Navchalno_motodichna_materiali/Zhurnalistika/Suchasniy_media_management.pdf

64. Терепищій С. О.. «Медіаграмотність та соціальна відповідальність педагогів в умовах війни». Київ : Вид-во УДУ ім. М. Драгоманова, 2023. ENPUIR

65. Череповська Н. Медіаосвіта та медіакультура в ЗОШ [Електронний ресурс] / Череповська Н. - К.: Шкільний світ, 2010. - 128 с. — Режим доступу : <http://mediaosvita.org.ua/>

66. Череповська, Н. І. Методиактивізації творчості, рекомендовані до використання у медіаосвітніх проектах / Н.І.Череповська // Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навчальний посібник / О. Т. Баришполець та ін.; за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. – К.: Міленіум, 2010. –С. 373-375.

67. Як можна протидіяти «фейковим новинам»? : Аналіз. [Електронний ресурс] - Київ: Фонд Фрідріха Науманна за Свободу, Академія української преси, 2019. — Режим доступу: http://www.aup.com.ua/wpcontent/uploads/2019/11/YAK_protydiiaty_fake_news_2019.pdf

ДОДАТКИ

Анкета
на виявлення рівня медіаграмотності майбутнього педагога

1. Питання для виявлення рівня мотиваційного показника медіаграмотності (можна вибирати декілька варіантів відповіді)

1.1.1. Які жанри привертають вас у пресі?

- a. інформаційні (змітка, звіт, інтерв'ю, репортаж і т.п.)
- b. аналітичні, публіцистичні (стаття, рецензія, огляд, нарис, портрет, памфлет і т.п.)
- c. літературні (роман, повість, розповідь, новела, вірш і т.п.)
- d. ігри/конкурси (кросворди і т.д.)
- e. реклама
- f. ніякі

1.1.2. Які жанри привертають вас в радіопередачах? а. інформаційні (звіт, інтерв'ю, репортаж і т.п.)

- b. аналітичні, публіцистичні (огляд, рецензія, нарис, портрет і т.п.)
- c. драматичні для літератури (радіоп'єси різних жанрів, розповідь, новела, вірш і т.п.)
- d. музичні (у передачах з класичною музикою)
- e. музичні (у передачах з джазовою музикою)
- f. музичні (у передачах з фольклорною музикою)
- g. музичні (у передачах з поп-музикою)
- h. ігри/конкурси
- i. реклама
- j. ніякі

1.1.3. Які жанри привертають вас в телепередачах?

- a. інформаційні (звіт, інтерв'ю, репортаж і т.п.)
- b. аналітичні, публіцистичні (огляд, рецензія, нарис, портрет і т.п.)

6	мелодрама	16	фантастика
7	міф	17	фільм катастроф
8	мюзикл	18	фільм жахів
9	оперета	19	синтез жанрів
10	пеплум	20	ніякі

1.2.1. Які теми привертають вас в пресі, радіо/телепередачах, інтернет-сайтах, комп'ютерних іграх?

1	військова	11	політична
2	історична	12	пригодницька
3	космічна	13	виробнича (бізнесу)
4	кримінальна	14	психопатологічна
5	любовна	15	релігійна
6	містична	16	сучасна
7	молодіжна	17	спортивна
8	науково-технічна	18	екологічна
9	етична	19	еротична
10	педагогічна	20	ніякі

1.3.1. Назвіть основні мотиви ваших контактів з медіа (пресою, телебаченням, кінематографом, радіо, Інтернетом і т.д.)

1.	прагнення до розваги	11.	прагнення до філософського/ інтелектуального спору/ діалогу з творцями медіатексту
2.	прагнення до ідентифікації (до співпереживання, до ототожнення себе з	12.	прагнення навчитися створювати медіатексти самому, вивчаючи конкретні

	персонажем/ведучим медіатексту		приклади творчості професіоналів
3.	прагнення одержати нову інформацію	13.	прагнення просто зайняти вільний час
4.	прагнення до компенсації (до віртуального отримання чого-небудь, чого не дістає в реальному житті)	14.	пошук матеріалів для навчальних, наукових дослідницьких цілей
5.	прагнення до рекреації відпочинку (до віртуального відходу від проблем реального життя)	15.	прагнення до підтвердження власної компетентності у різних галузях життя і медіакультури
6.	прагнення до гострих стресових відчуттів під час контакту з динамічним, медіатекстом активної дії	16.	прагнення почути улюблену музику
7.	прагнення до естетичних вражень (до насолоди майстерністю авторів медіатексту)	17.	прагнення прочитати/побачити/почути твір улюбленого автора
8.	прагненню до пошуку етичних уроків з медіатексту	18.	прагнення прочитати/побачити/почути улюбленого актора/ведучого
9.	прагнення до психологічного “лікування” (до терапевтичного позбавлення від психологічного дискомфорту в процесі	19.	немає ніяких мотивів для контактів з медіатекстами

	контакту з медіатекстом)		
10.	прагнення до критики змісту медіа тексту, позиції його авторів	20	інші мотиви контактів з медіатекстами. які саме?

2. Питання для виявлення рівня контактного показника медіаграмотності *(потрібно вибрати один варіант відповіді)*

2.1.1. Як часто ви читаєте пресу?

- a. щодня
- b. кілька разів на тиждень
- c. кілька разів на місяць
- d. рідко
- e. ніколи

2.1.2. Як часто ви слухаєте радіо?

- a. щодня
- b. кілька разів на тиждень
- c. кілька разів на місяць
- d. рідко
- e. ніколи

2.1.3. Як часто ви дивитесь телевізор?

- a. щодня
- b. кілька разів на тиждень
- c. кілька разів на місяць
- d. рідко
- e. ніколи

2.1.4. Як часто ви використовуєте Інтернет?

- a. щодня
- b. кілька разів на тиждень
- c. кілька разів на місяць
- d. рідко

е. ніколи

2.1.5. Як часто ви граєте у відео/ комп'ютерні ігри?

а. щодня

б. кілька разів на тиждень

с. кілька разів на місяць

д. рідко

е. ніколи

3. Питання для виявлення рівня інформаційного показника медіаграмотності

Виберіть правильне закінчення наступних фраз *(потрібно вибрати тільки один варіант відповіді)*

3.1.1. Медіатекст – це ...

а. субтитри.

б. конкретний результат медіапродукції – повідомлення у будь-якому вигляді і жанрі медіа.

с. текст, нанесений на поверхні корпусів медіатехніки у вигляді знаків і символів.

д. текст, що міститься в інструкціях по використанню медіатехніки.

3.1.2. Медійний монтаж – це...

а. збірка окремих блоків медіаапаратури.

б. зручне розміщення медіатехніки в інтер'єрі будь-якого приміщення.

с. процес створення медіатексту шляхом поєднання єдиного цілого з окремих частин.

д. технічний пристрій для мультимедійних спецефектів.

3.1.3. Категорії медіа – це...

- a. різні види і форми медіаапаратури.
- b. різні градації вартості медіатехніки.
- c. різні по структурі медіаагентства.
- d. різні види, форми і жанри медіатекстів.

3.1.4. Медіатека – це...

- a. магазин, що продає медіатехніку.
- b. структурний підрозділ установи, що включає інформаційні і мультимедійні засоби різних видів, доступні для тих або інших категорій користувачів.
- c. прокатний пункт комп'ютерних дисків, відеокасет і DVD.
- d. терапевтичний центр медитації.

3.1.5. Медіакультура – це...

- a. сукупність матеріальних і інтелектуальних цінностей у області медіа, а також історично певна система їх відтворення і функціонування в соціумі; по відношенню до аудиторії “медіа культура” може виступати системою рівнів розвитку особи людини, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, займатися медіаторчістю, засвоювати нові знання у області медіа.
- b. здатність людини культурно поводитися в медіатеці.
- c. здібність культурної людини до медитації.
- d. культура продажу медіатехніки різних форм і видів.

3.1.6. Медіасприйняття – це...

- a. виявлення технічної якості медіатехніки.
- b. сприйняття об'єктів навколишньої дійсності в процесі медитації.
- c. сприйняття медіатекстів будь-яких видів і жанрів.
- d. засвоєння медичних термінів різного ступеня складності.

3.1.7. Мова медіа – це...

- a. дизайн медіаапаратури різних видів.
- b. розмова під час медитації.
- c. параметри медіани.
- d. комплекс засобів і прийомів виразності, використовуваних при створенні конкретних медіатекстів.

3.1.8. Медіаграмотність – це...

- a. Здатність людини до сприйняття (“читання”), інтерпретації, оцінки, створення і передачі медіатекстів різних видів і жанрів.
- b. здатність людини розбиратися в технічних параметрах медіаапаратури різного рівня складності.
- c. Здатність людини до грамотної медитації в просторі віртуального світу.
- d. здібність людини до дбайливого поводження з медіатехнікою різних видів.

3.1.9. Фабула медіатексту – це...

- a. переказ сюжету медіатекста вголос
- b. частина медіатекста без прологу і епілогу
- c. ланцюг подій в сюжеті медіа текстів, сюжетна схема медіатекста
- d. образотворчий ряд медіатекста

3.1.10. Медіарепрезентація – це...

- a. презентація нового медіатексту на ринку
- b. різні види і форми уявлення, переосмислення реальності в медіатексті через систему знаків, символів
- c. презентація авторів нового медіатексту в засобах масової інформації.
- d. презентація нових технологій створення медіатекста.

Класифікація видів грамотності в інформаційному

просторі

