

сылки для дифференциации образовательного процесса, дает возможность обучающимся выстраивать траектории обучения с учетом своих индивидуальных особенностей и потребностей, открывает широкие возможности внедрения в учебный курс компонентов творческого исследовательского характера, обеспечивает необходимые коммуникации, предоставляет возможности самоконтроля и т. д. Именно такой способ (характер) образования и необходим современной личности, стремящейся быть востребованной и успешной в личностном росте, профессиональной, социальной или (и) любой другой сферах жизни общества в условиях быстро меняющегося современного мира.

Список основных источников

1. Василенко, О. В. Неформальна освіта дорослих – нове соціальне явище [Електронний ресурс] / О. В. Василенко // Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи. – 2013. – Вип. 7. – С. 35–44. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/OD_2013_7_5. – Дата доступу: 11.03.2016.
2. Интернет-обучение: технологи педагогического дизайна / М. В. Моисеева [и др.] ; под. ред. М. В. Моисеевой. – М. : Камерон, 2007. – 216 с.
3. Ройтблат, О. В. Развитие теории неформального образования в системе повышения квалификации педагогических работников : дис. ... на получение науч. степени доктора. пед. наук : 13.00.08 / О. В. Ройтблат. – Тобольск, 2015. – 392 с.
4. Скорлуханова, Е. К. Индикаторная модель повышения квалификации педагогических работников региональной системы начального профессионального образования [Электронный ресурс] : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 / Е. К. Скорлуханова. – М., 2005. – 176 с. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/prof-obrazovanie/indikatornaja-model-povysheniya-kvalifikacii-pedagogicheskikh-rabotnikov-regionalnoj.html>. – Дата доступа: 04.03.2016.
5. Тымчук, Л. И. Проблема периодизации в истории андрагогики [Электронный ресурс] / Л. И. Тымчук // Естественно-гуманитарные исследования. – 2014. – Вып. 3 (5). – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/problema-periodizatsii-v-istorii-andragogiki>. – Дата доступа: 04.03.2016.

УДК 316.77

О. П. Мокрогуз

Чернігівський обласний інститут післядипломної педагогічної освіти ім. К. Д. Ушинського (Україна)

ВПРОВАДЖЕННЯ МЕДІАОСВІТИ В УКРАЇНІ: ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ

У статті розглядаються основні концептуальні підходи до запровадження медіаосвіти, проаналізовано через соціопитування стан обізнаності громадськості з

даною проблематикою, охарактеризовано значення медіаосвіти у контексті інноваційних змін у педагогіці.

Внедрение медиаобразования в Украине: опыт и перспективы

В статье рассматриваются основные концептуальные подходы к внедрению медиаобразования, в результате проведения соцопроса проанализирована осведомленность общественности по данной проблематике, охарактеризовано значение медиаобразования в контексте инновационных изменений в педагогике.

The introduction of media education in Ukraine: experience and prospects

The article considers the basic conceptual approaches to the implementation of mediaeducation is analysed through the opinion polls the state of awareness in this area, characterized by the value of mediaeducation in the context of innovative changes in pedagogy.

У 2015 та на початку 2016 року медіаосвіта в Україні набула подальшого розвитку. Це пояснюється декількома факторами. Одним з основних є розуміння необхідності протистояти інформаційному впливу та тиску з боку медіа, які багато років домінували в Україні. За два стало зрозумілим, що без медіаосвіти протистояти цьому – справа невдячна. Іншим фактором стало звернення не тільки Національної Академії педагогічних наук, а й Міністерства освіти і науки до медіаосвітньої проблематики. Прикладом цього є ініціатива проведення Всеукраїнського конкурсу на кращий план-конспект уроків з історії України, всесвітньої історії, курсів «Людина і світ», «Людина і суспільство» з елементами медіаосвіти і медіаграмотності, видання посібника «Медіаграмотність на уроках суспільних дисциплін», активна співпраця з громадськими організаціями, зацікавленість у проведенні науково-методичних конференцій, зокрема, четвертій міжнародній конференції «Практична медіаграмотність: міжнародний досвід та українські перспективи» (березень 2016). Значним проривом став масштабний проект – «Програма медіаграмотності для громадян», що тривав із липня 2015 року до кінця березня 2016-го в партнерстві трьох організацій: Академії української преси, IREX та StopFake. Основним способом підвищити медіаграмотність були тренінги, що проходили в 14 областях України. Загалом у тренінгах взяли участь більше 14 тисяч громадян. Серед учасників була велика кількість працівників середньої школи, викладачів вишів, бібліотекарів, а також науковців, психологів, журналістів місцевих ЗМІ, працівників державних служб, крім того, тренінги проводилися для внутрішньо переміщених осіб. Навчання концентрувалося на трьох темах: інформація й мас-медіа, маніпуляція і боротьба (пропаганда, фейк як різновид інформаційної маніпуляції), мова ненависті [1].

Крім того, протягом 2015–2016 років було проведено ряд досліджень, що дозволяють узагальнити досвід впровадження медіаосвіти в Україні. Ці соціо-

логічні дослідження засвідчують оцінку громадянами впливу медіа на суспільство та необхідність впровадження медіаосвіти та медіаграмотності в загальноосвітніх школах України.

Дорослим респондентам у лютому 2016 року запропонували відповісти на запитання щодо приналежності медіа: «Якщо ви дізнаєтесь, що його власником є олігарх, пов'язаний із корупційною чи кримінальною діяльністю, як зміниться ваше ставлення до інформації цього телеканалу?».

На 25,4 % споживачів це не вплине і вони продовжать дивитись передачі цього телеканалу, 23,8 % заявили, що шукатимуть додаткові джерела інформації, 23 % припинять дивитись інформаційні програми телеканалу, а й можливо припинять дивитись цей телеканал взагалі, майже 5 % взагалі не дивляться телебачення, 22,9 % респондентам було «важко сказати» і вони не знають відповіді.

На запитання «Як Ви вважаєте, під час політичних ток-шоу на центральних телеканалах підіймаються дійсно суспільно важливі проблеми чи відстоюються інтереси політиків чи олігархів?» 34,5 % вважають, що у ток-шоу відстоюються інтереси політиків, і водночас порушуються важливі проблеми. Майже така ж кількість респондентів поділилась таким чином: 22,1 % відповіли, що там справді порушуються суспільно важливі проблеми, 11,1 % вважають, що у ток-шоу відстоюються інтереси політиків чи олігархів. Майже 22 % не дивляться політичні ток-шоу.

Як видно з дослідження більшість опитаних розуміються на проблематиці залежності медіа від політиків та власників, які є у політиці. Це підтвердили відповіді на наступні питання соціопитування. Згідно із результатами, з твердженням, що «Медіа впливають на мою політичну позицію та соціальну поведінку» погодились 35,3 % опитаних (8 % відповіли, що це дуже близько до їх точки зору, 27,3 % – близько до їх точки зору), 28,8 % – важко сказати близько чи не близько до моєї точки зору, 15,8 % – не близько до моєї точки зору, 12,6 % – зовсім не близько до моєї точки зору. Респонденти чітко визначають вплив медіа на них.

Водночас при відповіді на запитання «Мені потрібні додаткові знання про медіа, щоб не піддаватися можливим впливам з боку медіа» відповіді поділились. 33,9% відповіли, що це близько (26,1%) або дуже близько до їх точки зору (7,8%). 29,4 % – не близько до моєї точки зору (15,5 %), або зовсім не близько до моєї точки зору (13,9 %). Для 27,4 % було важко відповісти на це запитання [3].

Ці відповіді говорять про те, що українці стають медіаграмотними споживачами. Зрозуміло, що цей процес не набув якісного характеру, що підтверджується соціопитуванням «Хто володіє українськими телеканалами.». Дослі-

дження здійснювалось на прикладі кількох основних українських телеканалів. На думку опитаних, редакційну політику українських ЗМІ визначають передусім їх власники. 45 % вважають, що найбільшою мірою на ЗМІ впливає власник, 21 % – що це держава, 11% – що журналісти та редактори роблять це самі. Лише 4 % сказали, що редакційну політику визначає передусім суспільство. 18 % не мають певної думки з цього приводу.

У суспільстві не склалось чіткого переконання про те, що потрібно знати, кому належить канал. 34 % опитаних відповіли, що їм дуже або скоріше важливо знати реального власника телеканалів, які вони дивляться. Натомість для 40 % це питання скоріше або зовсім не важливе. 25 % не мають чіткої позиції з цього питання [4].

Не дивлячись на це на запитання «Чи вважаєте ви, що потрібно запровадити навчання з медіаграмотності?» 45 % громадян відповіли, що курс має бути запроваджений у школах, 40 % – вважають, що він необхідний у вишах, 27,8 % відповіли, що потрібні широкі просвітницькі кампанії з медіаграмотності для дорослих, 12,1 % не вважає, що потрібне навчання з медіаграмотності.

На запитання «Чи зацікавлені Ви у додатковій інформації про те, як медіа впливають на дітей?» майже 48 % відповіли ствердно, 38 % – ні, 17,3 % – «важко сказати» [3].

Таким чином впровадження медіаосвіти та медіаграмотності в загальноосвітніх школах України стає дуже актуальним, що підтверджується соціологічним дослідженням проведеним у квітні 2015 року.

Водночас, як зазначено в аналітичній записці Національного інституту стратегічних досліджень «Медіаосвіта як чинник підвищення якості освіти та засіб протистояння гуманітарної агресії» наявність значної кількості концептуальних підходів до медіаосвіти і медіаграмотності; інерція системи освіти, яка надає недостатню увагу розвитку критичного мислення, особливо при вивченні предметів суспільствознавчої групи; ризик зведення медіаосвіти до вивчення основ журналістики чи засад політичної медіакритики, чим сучасна медіаосвіта далеко не вичерпується; необхідність поєднання знань, умінь і навичок, що належать до різних традиційних навчальних дисциплін (інформатика, українська та іноземні мови, суспільствознавство тощо); швидкі темпи розвитку нових медіа не сприяє швидкому впровадженню медіаосвіти [2].

На нашу думку, найоптимальнішими формами впровадження медіаосвіти є: запровадження медіаосвітніх курсів, розроблених і рекомендованих Міністерством освіти і науки України як окремих навчальних дисциплін («Основи медіаграмотності» для учнів 8 (9) класів, «Сходинки до медіаграмотності» для учнів 2–4 класів, «Основи медіаграмотності» для учнів 10–11 класів, «Медіаграмота в педагогічних училищах і коледжах», «Медіаосвіта (Медіаграмот-

ність)» для обласних інститутів післядипломної педагогічної освіти) та інтеграція елементів медіаосвіти в існуючі навчальні предмети і курси, зокрема, йдеться про суспільствознавство, інформатику, українську мову і літературу.

Список основних джерел

1. Медіаграмотність в Україні: розмиті вектори руху [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/mediagramotnist_v_ukraini_rozmiti_vektori_rukhu/. – Дата доступу: 04.03.2016.
2. Медіаосвіта як чинник підвищення якості освіти та засіб протистояння гуманітарної агресії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1795/>. – Дата доступу: 04.03.2016.
3. Чи критично громадяни ставляться до медіа? Соцдослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/chi_kritichno_gromadyani_stavlyatsya_do_media_sotsdoslidzhennya/. – Дата доступу: 04.03.2016.
4. Українці не знають, хто володіє українськими телеканалами. Соцопитування. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/ukraintsi_ne_znayut_khto_volodie_ukrainskimi_telekanalami_sotsopituvannya/. – Дата доступу: 04.03.2016.

УДК 378.147

А. В. Овсянников, В. А. Нифагин
Белорусский государственный университет (г. Минск)

ПРОЕКТНОЕ ОБУЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ В ДИСЦИПЛИНАХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Рассматриваются вопросы возможности и особенности применения проектно-ориентированного подхода при обучении студентов в дисциплинах информационных технологий.

*Project-based learning students in the disciplines of information technology
The questions and features the use of project-oriented approach in teaching students
in the disciplines of information technology.*

Настоящее состояние вузовского образовательного процесса характеризуется непрерывной динамикой учебных планов и программ; введением новых дисциплин; поиском оптимального баланса и уместности применения современных образовательных технологий, включающих мультимедийные ресурсы, в целях обеспечения качества образования.