

Аналіз концептуальних підходів до розвитку духовної зрілості майбутнього вчителя сприяє виконанню двох завдань: перше – визначення понятійної основи, що сприяє поясненню функціонування взаємопов'язаних компонентів духовної зрілості; друге – прогнозування динамічних особливостей її функціонування, що до цього часу не вивчалися.

Результати дослідження засвідчують досягнення його мети, що стало підґрунтям для формулювання такого висновку: розроблено та науково обґрунтовано концепцію розвитку духовної зрілості майбутніх учителів на засадах наявних структурних концепцій зрілості особистості, розроблених світовою персонологією.

Список використаної літератури

1. Хьелл Л. Теории личности. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 607с.

Олександр МОСКАЛЕНКО

ПОНЯТТЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ УЧНЯ СТАРШОЇ ШКОЛИ

Нині сучасні учні досить вільно орієнтуються в інформаційному просторі, особливо, в інтернет-просторі та соціальних мережах. Відтак, учитель у межах навчання свого предмета має ставити за мету розвивати у школярів уміння аналізувати та відбирати важливу інформацію серед інтернет-ресурсів та засобів масової інформації, структурувати її й узагальнювати, і водночас критично осмислювати, перевіряти її на достовірність, осмислено створювати для інформаційного середовища власні медіатексти. Це дає підстави вважати, що важливим завданням педагогів при роботі з учнями старшої школи є формування їх медіаграмотності. А отже, потребує уточнення у саме поняття «медіаграмотності учня старшої школи».

Дослідники К. Шворак, І. Карпик під *медіаграмотністю* потрактовують розуміння медіа, використання медіа, комунікація за допомогою медіазасобів та вміння застосовувати медіа для досягнення поставленої мети (Шворак, Карпик, 2018). О. Баришполець у своїх дослідженнях розглядає медіаграмотність як сукупність мотивів, знань, навичок, умінь та можливостей, що сприяють добору, використанню, критичному аналізу медійної інформації, «прочитуванню» підтекстів і їх тлумаченню. У дослідженнях науковця йдеться про те, що медіаграмотність – це результат медіаосвіти, який передбачає здатність визначати можливості впливу ЗМІ на людину (Баришполець, 2014).

Зарубіжні дослідники А. Гарт, Д. Бекінгем також схильні вважати, що медіаграмотність є результатом медіаосвіти людини, і водночас процесом розвитку особистості за допомогою і на матеріалі засобів масової комунікації (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь повноцінного сприйняття, інтерпретації, аналізу та оцінки медіатекстів, навчання різних форм самовираження за допомогою медіатехніки (Hart, 1997, Buckingham, 1997). Учені Л. Антонова, А. Постнова вважають, що медіаграмотність – це умова грамотної та ефективної поведінки в умовах сучасної інформосфери, спосіб мислення, який характеризує не споживача інформації, а мовну особистість із задатками медіума, задіяну в процес медіаосвіти і знає мову медіакультури (Антонова, Постнова, 2014);

У новій редакції Концепції впровадження медіаосвіти в Україні медіаграмотність визначається як складова медіакультури, яка стосується вміння користуватися інформаційно-комунікативною технікою, виражати себе та спілкуватися за допомогою медіазасобів, успішно здобувати необхідну інформацію, свідомо сприймати та критично тлумачити інформацію, отриману з різних медіа, відділяти реальність від її віртуальної

симуляції, тобто розуміти реальність, сконструйовану медіаджерелами, осмислювати владні стосунки, міфи і типи контролю, які вони культивують.

Імпонує позиція О. Федорова, який вважає, що медіаграмотність сучасного учня є однією з ключових навичок, та характеризується високими рівнями таких показників: а) мотиваційного: різнобічні мотиви звернення до медіа; б) контактного: частота контактів із різними видами медіа; в) інформаційного: знання та розуміння термінології зі сфери медіа; г) перцептивного: здатності сприймати медіатексти; д) інтерпретаційного: уміння критично аналізувати процеси функціонування медіа в соціумі та медіатексти різних видів і жанрів; е) діяльнісного: уміння обирати ті чи інші медіа та медіатексти, створювати і поширювати власну медіапродукцію, а також здатність до самоосвіти у сфері медіа; є) креативного: наявність творчого потенціалу в діяльності, пов'язаній з медіа (Федоров, 2010).

Аналіз праць науковців дав можливість сформулювати поняття «медіаграмотність учня старшої школи» як здатність школяра сприймати, порівнювати, аналізувати критично оцінювати інформацію у сучасному медіапросторі, користуватися цифровими технологіями, виражати себе та спілкуватися за допомогою медіазасобів, а також бажання вивчати медіапростір.

Структурно-компонентний склад поняття «медіаграмотність учня старшої школи» презентуємо наступними компонентами: мотиваційно-цільовий, інформаційно-аналітичний, діялісно-креативний.

Мотиваційно-цільовий компонент представляє систему мотивів та цілей, які стимулюють учня старшої школи звертатися до медіа у навчальній та повсякденній діяльності.

Інформаційно-аналітичний компонент відбиває здатність до пошуку інформації у сучасному медіапросторі й подальшого її критичного аналізу, а також систему знань у галузі медіа.

Діялісно-креативний компонент віддзеркалює здатність використовувати цифрові технології, засоби масової інформації й медіаконтент для навчання, повсякденної діяльності та розвитку власного творчого потенціалу.

Список використаної літератури

1. Антонова Л. Г., Постнова А. А. Коммуникативные способности и медиаграмотность студента-гуманитария. *Ярославский педагогический вестник*. № 4. Т. 1. 2014. С. 185–188
2. Баршполец О. Т. Український словник медіакультури. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та педагогічної психології. К.: Міленіум, 2014. С. 40.
3. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог: Изд-во Таганрог, гос. пед. ин-та, 2010. – 64 с
4. Шворак К.В., Карпик І.В. Медіакомпетентність та медіаграмотність – базові компетентності педагога НУШ. *Young Scientist*. № 12.1 (64.1). December, 2018.
5. Buckingham D., Sefton-Green J. Multimedia Education: Media Literacy in the Age of Digital Culture. *Media Literacy in the Information Age / Kubey, R. (Ed.)*. New Brunswick and London: Transaction Publishers, 1997. P. 290.
6. Hart A. Textual Pleasures and Moral Dilemmas: Teaching Media Literacy in England. *Media Literacy in the Information Age / Kubey R. (Ed.)*. New Brunswick and London: Transaction Publishers, 1997. Pp. 199 – 211.