

МЕДІА - ОСВІТА В УКРАЇНІ

Програма спеціального курсу
для середньої загальноосвітньої школи

9,10,11 класи

За редакцією доктора філологічних наук, директора Інституту екології масової інформації Львівського національного університету ім. Івана Франка, проф. **Б. В. Потятиника** та кандидата філологічних наук **Н. Б. Габор**
Програму упорядкувала вчитель СШ №77 **О. О. Дітчук**

Затверджено

Львів-2002

Зміст програми

- 1.Зміст програми стор. 1
 2. Пояснювальна записка стор.
 3. Програма спеціального курсу
„Медіа-освіта в Україні” для 9,10,11 класів стор.
 4. Основні вимоги до знань та умінь
учнів 9,10,11 класів стор.
 5. Інформаційні джерела курсу стор.
- *Усі права застережені

Пояснювальна записка

Спеціальний курс „Медіа-освіта в Україні” є складовою частиною національної громадянської освіти.

Завдяки широкому розповсюдженню та швидкому розвитку засобів масової інформації, сучасна людина опиняється під натиском багатьох інформаційних потоків. Медіа-освіта спрямована на розвиток в учнів умінь орієнтуватися в інформаційному просторі. Вона має також стимулювати у школярів своєрідних захисних знань, умінь та навичок від можливих шкідливих втручань з боку виробників медіа-продукції.

За визначенням Міжнародної ради з кіно та телебачення, сформульованим у 1973 році, „під медіа-освітою слід розуміти навчання теорії та практичних умінь для оволодіння сучасними засобами масової комунікації, які розглядаються як частина специфічної та автономної галузі знань у педагогічній теорії та практиці...”

Мета спеціального курсу „Медіа-освіта в Україні” - підготувати учнів до розумного, вдумливого сприйняття сучасного інформаційного простору через навчання теорії розвитку та особливостей функціонування засобів масової інформації, через розвиток комунікативних умінь учнів та через закріплення в них навичок самостійного, творчого створення, передачі та спостереження медіа-інформації а також навичок захисту від можливої негативної інформації.

Спеціальний курс „Медіа-освіта в Україні” має вирішувати такі **головні завдання**:

- ознайомлення школярів з історією розвитку, основними засадами та правовими нормами функціонування різних видів засобів масової інформації (ЗМІ) в Україні та за її межами;
- вчити школярів сприймати різні види інформації, розрізняти її спрямованість та актуальність; розуміти закони впливу ЗМІ на особистість та громадськість;
- розвивати у школярів загальну культуру споживання інформації, знайомити їх із правилами етики спілкування в інформаційному просторі;
- розвивати творчі здібності у практичному оволодінні навичками самостійного створення, переробки, розповсюдження та сприйняття інформації;
- розширювати для учнів їхній досвід спілкування із засобами масової інформації; вчити самостійно орієнтуватися у сучасному інформаційному потоці; знайомити школярів із кращими зразками медіа-продукції;
- навчити учнів використовувати захисні механізми під час сприйняття негативної інформації, уникати шкідливих впливів в інформаційному просторі.

Викладання спеціального курсу з медіа-освіти передбачає уроки-лекції з історії та теорії засобів масової інформації, практичні заняття по створенню медіа-продукції, дослідницьку роботу учнів із використанням психологічних тестів по вивченню впливу ЗМІ на особистість та громадськість, передбачає також активні форми уроку: прес-конференції із фахівцями у галузі ЗМІ, диспути з основних проблем медіа-освіти, психологічні тренінги, рольові ігри, навчальні семінари, тощ.

У запропонованій програмі спеціального курсу „Медіа-освіта в Україні” для учнів 9,10, 11 класів середніх загальноосвітніх шкіл визначено кількість годин на окремі теми, зміст кожної теми зокрема, виділені ключові поняття та терміни кожної теми, додається список інформаційних джерел курсу. Програма враховує можливість конкретизації матеріалу окремо для 9, 10, 11 класів .

Слід зазначити, що ця програма є програмою саме спеціалізованого курсу, що викладається як відокремлений предмет (або факультативно) у загальноосвітній школі. Також ця програма може бути рекомендованою для додаткової освіти в межах роботи клубів і гуртків для школярів. Елементи цієї програми можуть увійти до інтегрованих із базовими загальноосвітніми предметами програм та методик.

Програма спеціального курсу „Медіа-освіта в Україні”

9, 10, 11 класи (34 год.)

Вступ (1год.)

Мета та завдання спеціалізованого курсу „Медіа-освіта в Україні”.

Історія розвитку медіа-освіти у рідних країнах світу. Основні принципи медіа-освіти. Зв'язок медіа-освіти з базовими шкільними програмами.

Ключові поняття і терміни: медіа-простір, медіа-освіта.

1. Засоби масової інформації (3год.)

Різновиди засобів масової інформації (ЗМІ), їхні функції.

Історія розвитку ЗМІ. Від поштового голуба до видавничої системи. Народження радіо та телебачення. Новітні інформаційні системи. Нові досягнення у галузі інформування і розвиток техногенних засобів комунікації. Комп'ютерні мережі. Медіа-простір та наукова думка сучасності.

Функціонування засобів масової інформації в Україні. Законодавчі засади діяльності ЗМІ.

Ключові поняття та терміни: комунікація, радіо, телебачення, періодична преса, аудіо- та відеопродукція, Інтернет, прес-агенство, рекламне агентство, кабельне телебачення, супутникові мережі, багатофункціональні термінали, правове поле функціонування.

2. Особливості інформативного образу (9год.)

Механізми виникнення інформації. Її цілеспрямованість, контекст та інші параметри.

Створення засобами масової інформації інформативного образу за допомогою вербальних та невербальних (звукових, візуальних, аудіовізуальних, пластичних, мімічних, жестових тощ) засобів. Нормативна мова у ЗМІ. Мовленнєві закони. Роль ЗМІ у формуванні мовленнєвих смаків аудиторії.

Аналіз інформативних матеріалів та вербалізація вражень від побаченого та почутого. Співвідношення створеної у ЗМІ „реальності” із реальністю, усвідомленою аудиторією, та реаліями життя. Принципи запобігання розбіжностей між реальністю та створеним у ЗМІ інформативним образом.

Ключові поняття та терміни: інформація, створення інформації, зберігання інформації, переробка інформації, розповсюдження інформації, сприйняття інформації, інформативний образ, вербальні засоби створення інформації, невербальні засоби створення інформації, „віртуальна реальність.”

3. Методики та техніки продукування інформації (10 год.)

Особливості різних методик та технік продукування інформації.

Методика та техніка проведення інтерв'ю. Практичне оволодіння навичками проведення інтерв'ю.

Методика та техніка проведення опитування. Практичне оволодіння навичками проведення опитування.

Методика та техніка проведення анкетування. Практичне оволодіння навичками проведення анкетування. Практичне опрацювання отриманих матеріалів. Методика та техніка проведення репортажів практичне оволодіння навичками проведення репортажів.

Методика та техніка проведення звукозапису. Методика та техніка фільмування. Методика та техніка випуску друкованих періодичних видань. Практичне оволодіння навичками проведення звукозапису, фільмування, випуску друкованих періодичних видань. Практика використання аудіо- та відеотехніки.

Можливі технічні порушення у процесі продукування, зберігання та розповсюдження інформації, їхні причини; принципи запобігання технічним порушенням у сфері інформування.

Ключові поняття та терміни: стаття, замітка, очерк, есе, інтерв'ю, опитування, анкетування, репортаж, аудіо- то відеоряд, телетекст, інтерактивний телетекст, веб-сторінка, відео-диск, оптичний диск, звукозапис, фільмування, технічний захист інформації.

4. Специфіка дії засобів масової інформації на споживача (7год.)

Творці та споживачі медіа-продукції. Виробництво масової інформації (виробники, стадії виробництва, строки, вартість). Шлях від масової інформації до масової комунікації. Споживачі медіа-продукції.

Знайомство із різними комунікативними ситуаціями, їхній аналіз під різними кутами зору (канали, мережі, носії, процеси формування та передачі змісту, особливості відтворення цих ситуацій різними мас-медіа, особливості їхнього впливу на споживача інформації.

Вивчення на практичному занятті сприйняття аудиторією різних видів аудіо- та відео-матеріалів (враження і порівняння).

Практичне оцінювання співвідношення бажаного, очікуваного враження із отриманим сприйняттям аудиторії. Основні принципи адекватного сприйняття інформації аудиторією. Методики вивчення сфери інформаційних інтересів споживачів медіа-продукції.

Специфіка дії засобів масової інформації на аудиторію порівняно із художньою літературою та різними видами відео- та аудіо-продукції (наприклад документальними фільмами, „мильними операми”, рекламними роликами, відеокліпами, тощ). Роль зворотного зв'язку у ЗМІ (гарячі лінії, спілкування у системі оп-іпе, радіо- та телепошта.

Взаємодія ЗМІ та школи. Освітнянські програми у медіа-просторі. Вплив ЗМІ на рівень освідченості особистості та громадськості.

Шлях від інформованості до комунікабельності. Основні правила етики спілкування у медіа-просторі. Вплив ЗМІ на рівень комунікабельності особистості. Принципи журналістської етики. Запобігання порушенням у сфері етики спілкування у медіа-просторі.

Ключові поняття та терміни: виробник медіа-продукції, споживач медіа-продукції, сприйняття інформації, зворотній зв'язок, комунікабельність, етижа спілкування.

5. Захист від можливого негативного впливу медіа-простору (4год.)

Вплив медіа-простору на розвиток окремої особистості та людства в цілому. Об'єкти та мета впливу. Види впливу ЗМІ на емоційну сферу, духовний стан, на інтелект та фізичне здоров'я людини. Психологи, політологи, соціологи та економісти про вплив ЗМІ на розвиток суспільства.

Засоби та методи зацікавлення та утримання аудиторії у медіа-просторі. Механіка інтерпретації інформації. Роль ЗМІ у прийнятті аудиторією важливих рішень. Різновиди можливих маніпуляцій споживачем з метою здійснення політичного, економічного та іншого тиску.

Патогенні технології у ЗМІ. Можливі обмеження на шляху інформативного пізнання світу. Засоби руйнації реального образу у медіа-просторі. Можливий негативний вплив на мовлення споживачів медіа-продукції. Можливі комунікативні труднощі як результат „віртуального” спілкування. Рівень відповідальності ЗМІ за негативний вплив на окрему особистість та загалом на суспільство. Законодавчі засади захисту споживачів медіа-продукції.

Психологічний, соціальний, фізичний, уховний, інтелектуальний, особистий та громадянський захист споживача медіа-продукції від можливого негативного впливу. Основні засади „психологічного імунітету”. Загальні правила персональної безпеки в інформаційному просторі. Захист громадської та державної безпеки у медіа-просторі.

Ключові поняття та терміни: патогенні технології, інтерпретація інформації, маніпуляції споживачем, негативний вплив, тиск на споживача інформації, інформаційний захист, захист від інформації, особистісна безпека, „психологічний імунітет”.

Основні вимоги до знань та умінь учнів 9,10,11 класів Учні повинні знати:

- історію розвитку засобів масової інформації(ЗМІ), нові досягнення у галузі інформування;
- основні принципи функціонування різних видів засобів масової інформації (ЗМІ);
- законодавчі засади функціонування ЗМІ;
- основні закони виникнення, створення, розповсюдження та сприйняття медіа-інформації;
- основні прийоми впливу засобів масової інформації на особистість та громадськість;
- основні засади культури спілкування в інформаційному просторі;
- основні методики захисту споживачів медіа-продукції.

Учні повинні вміти:

- розрізняти види комунікації та види засобів масової інформації;

- визначати особливості впливу різних мас-медіа;
- розрізняти інформацію за рівнем впливу на особистість та громадську спільноту; аналізувати отриману медіа-інформацію; оцінювати різні види отриманої інформації;
- самостійно, творчо, вдумливо створювати, передавати, сприймати медіа-інформацію; демонструвати свої уміння на практичних заняттях;
- продуктивно використовувати навички культури спілкування;
- ефективно використовувати основні навички захисту від тої інформації, яка може негативно впливати.