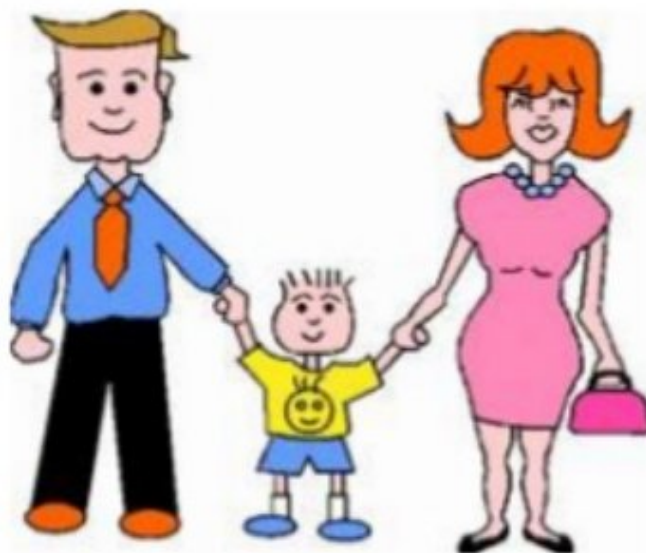


УПРАВЛІННЯ ОСВІТИ І НАУКИ
ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ
КОМУНАЛЬНИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД «ЧЕРКАСЬКИЙ ОБЛАСНИЙ ІНСТИТУТ
ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ
ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСНОЇ РАДИ»

НАВЧАЛЬНО–МЕТОДИЧНИЙ
ПОСІБНИК

*«Практична медіаосвіта:
порадник для батьків»*



ЧЕРКАСИ-2021

Рекомендовано до друку вченою радо КНЗ «Черкаський обласний інститут післядипломної освіти педагогічних працівників Черкаської обласної ради». Протокол №3 від 25 травня 2021 року

АВТОРИ:

Зоря Юлія Миколаївна, завідувачка навчально-тренінгового центру STEM-освіти комунального навчального закладу «Черкаський обласний інститут післядипломної освіти педагогічних працівників Черкаської обласної ради», к.п.н.;

Ванько Ксенія Іванівна, методист відділу дошкільної освіти комунального навчального закладу «Черкаський обласний інститут післядипломної освіти педагогічних працівників Черкаської обласної ради»;

Томенко Наталія Віталіївна, вихователь дошкільного навчального закладу (ясла-садок) №61 «Ягідка» Черкаської міської ради;

Лесечко Оксана Андріївна, вихователь Новоукраїнського навчально-виховного комплексу «дошкільний навчальний заклад-загальноосвітня школа І-ІІІ ступенів» Чорнобаївської районної ради Черкаської області

РЕЦЕНЗЕНТИ:

СПЕЦІАНОВА Наталія, доцент кафедри дошкільної освіти Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького, доцент, к. філос. н.;

ПЛЯБУШ Любов, завідувачка дошкільного навчального закладу (ясла-садок) комбінованого типу № 41 «Дударик» Черкаської міської ради

Ванько К., Зоря Ю., Лесечко О., Томенко Н. Практична медіаосвіта: поради для батьків // Навчально-методичний посібник. Черкаси : КНЗ «ЧОПОПП». 2021. 36 С.

В умовах глобалізації й функціонування інформаційного суспільства масмедіа активно впливають на сприйняття навколишнього світу, що обумовлює вирішальну роль медіаосвіти в сучасну епоху. Стрімкий розвиток медіа та інформаційно-комунікаційних технологій нагально потребує вмілого і безпечно користування ними. Нині, в час перенасичення інформацією, таке уміння є особливо затребуваним, і медіаграмотність стає життєво важливою компетенцією як для дитячо-юнацької аудиторії так і для батьківської. Матеріали посібника можуть бути використані вихователями, вихователями-методистами ЗДО.

© КНЗ «ЧОПОПП Черкаської обласної ради», 2021.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ БАТЬКІВ	6
МЕДІАОСВІТНІ ВПРАВИ ТА ІГРИ ДЛЯ ДІТЕЙ І ЇХ БАТЬКІВ	9
ТВОРЧІ ЗАВДАННЯ, ВПРАВИ І КОНКУРСИ З ОСНОВ МЕДІАГРАМОТНОСТІ	17
ВИДИ ІНФОРМАЦІЇ, ЩО ЗАВДАЄ ШКОДИ ЗДОРОВ'Ю І (АБО) РОЗВИТКУ ДІТЕЙ	21
П'ЯТЬ ПРАВИЛ, ЩО ГАРАНТУЮТЬ БЕЗПЕКУ ДИТИНИ У КІБЕРПРОСТОРИ	24
ЯК УБЕЗПЕЧИТИ ДИТИНУ ВІД КІБЕРБУЛІНГУ?	26
ЯК ЗАКРИТИ ДОСТУП ДО САЙТУ? ПРАКТИЧНІ ПОРАДИ	29
КОРИСНІ ПОСИЛАННЯ	31
ГОЛОСАРІЙ	32
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	36

ВСТУП

Медіабезпе́ка ді́тей – це та части́на виховання, яку не можна ані і́гнорувати, ані пере́кладати тільки на плечі педаго́гів. Батькам її не о́минути

Тетя́на Па́влі́ченко

Особливістю сучасного етапу розвитку суспільства є стрімке збільшення інформаційних потоків, вдосконалення комунікаційних технологій і комп'ютерної техніки. Удосконалення інформаційних технологій створює умови для ефективного розвитку сучасного суспільства, в той час як комунікаційні засоби стали невід'ємною частиною життя людей і проникли в усі сфери життєдіяльності нашого суспільства. Мобільні телефони, комунікатори, комп'ютери і Глобальна Мережа Інтернет, розширивши комунікаційні, просторові і часові межі, розкрили нові можливості для спілкування, освіти, роботи, відпочинку та творчої самореалізації особистості. Число користувачів мобільними пристроями та Інтернетом з кожним днем неухильно збільшується. І більшу їх частину складає дитячо-юнацька аудиторія.

У Розпорядженні Кабінету Міністрів України від 5.04.2017 р. № 230-р «Про схвалення Концепції Державної соціальної програми «Національний план дій щодо реалізації Конвенції ООН про права дитини» на період до 2021 року» одним із пріоритетів названо створення безпечного інформаційного простору для дітей, зокрема через такі шляхи: забезпечення безпеки дітей в інформаційному просторі; формування політики запобігання проявам у дітей радикалізму, расизму, ксенофобії та іншим формам екстремізму в умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій; упровадження системи соціально-педагогічної роботи з батьками з питань безпеки дітей в інформаційному просторі.

У Концепції нової української школи зазначено, що одними з ключових компонентів нової школи є новий зміст освіти, заснований на формуванні компетентностей, потрібних для успішної самореалізації в суспільстві, та тісна співпраця з батьками й громадами. Серед ключових компетентностей нової української школи відповідно до «Рекомендацій Європейського Парламенту та Ради ЄС щодо формування ключових компетентностей освіти впродовж життя» серед ключових виокремлено зокрема інформаційно-цифрову компетентність.

Саме тому, незважаючи на позитивну роль, яку надають сучасні комунікаційні засоби та Інтернет для людини, існують на жаль і ризики використання таких технологій у життєдіяльності особистості. Особливий

небезпеці у незахищеному інформаційному просторі піддаються саме діти, які, як найбільш активна й допитлива аудиторія, часто першими знайомляться з інформаційними технологіями, випереджаючи в технічній грамотності батьків і педагогів.

Тому медіаграмотність дитини починається з медіаграмотності батьків. Адже батьківська аудиторія, як основний провідник соціалізації дітей дошкільного і молодшого шкільного віку, має сьогодні мати навички основ медіаграмотності задля успішної соціалізації дітей.

Медіаосвіта батьків, сьогодні, набуває все більшої актуальності, адже саме батьки повинні надати дітям можливість зрозуміти, як використовуються масмедіа в суспільстві, оволодіти навичками використання медіа в процесі комунікації з іншими людьми та забезпечити знаннями про те, як критично оцінювати інформацію.



РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ БАТЬКІВ

Пропонуємо рекомендації, які допоможуть батькам краще побудувати заняття з дітьми з розвитку сімейної медіаграмотності, розуміння медіатекстів і дозволять використовувати в повній мірі розвивальний, виховний і освітній потенціал медіакультури.

1) Залучаючи дитину до медіа, не нашкодьте її здоров'ю і розвитку: Ваша порада подивитися той чи інший фільм або пограти у комп'ютерну гру дуже важлива для дитини. Тому, запрошуючи її до екрану, пам'ятайте про кількість часу, який можна проводити з медіа без шкоди для здоров'ю.

2) Говоріть з дитиною про медіа: бесіда з дитиною про медіа – складне завдання для більшості батьків. Будучи знавцями і поціновувачами цієї сфери, діти, як правило, уважно прислухаються тільки до тих людей, які «в курсі подій» - знайомі з новими програмами, платформами, фільмами, новими комп'ютерними іграми та ін. Тому, перед початком бесіди з дитиною, батькам слід до неї відповідним чином підготуватися – наприклад, зайти на відповідні сайти в мережі Інтернет, ознайомитись з комп'ютерними іграми та новітніми програмами.

3) Зумійте створити при спілкуванні атмосферу доброзичливості, партнерського діалогу: не зводьте спілкування до бесіди на моральну тематику, інакше дитина швидко втратить інтерес до того, що Ви хочете їй сказати. Якщо дитина висловлює свою думку, терпляче вислухайте її, не перебиваючи, щоб вона відчула, що її думка важлива і значуща для Вас. Пам'ятайте, що довірче спілкування з дитиною, спільні творчі заняття і доброзичлива атмосфера під час медіаосвітніх сімейних занять зможуть сприяти не лише вивчення основ медіаграмотності, а й поліпшенню мікроклімату в родині, допоможуть подолати відчуженість, що часто виникає між дорослими і дітьми.

4) Приводьте вагомі аргументи і станьте прикладом для наслідування: якщо Ви хочете довести дитині свою позицію щодо медіа (наприклад, хочете розповісти, що медіа при надмірному захопленні ними можуть завдати шкоди її здоров'ю і розвитку), то намагайтеся робити це спокійно, використовуючи при цьому вагомі приклади-докази. Якщо ви вважаєте, що фільми або передачі, які дивиться Ваша дитина, не мають особливої художньої, виховної або розвивальної цінності, постарайтеся згадати, що дивитесь самі та станьте дитині прикладом для наслідування. Пам'ятайте, що переконання завжди краще заборон, а пояснення причин дієвіші, ніж позиція: «я дорослий, і тому маю рацію!».

5) Дозвольте дитині навчити вас або інших членів сім'ї чомусь новому в сфері медіа: пам'ятайте, що сучасні діти – «профі» в медіасвіті. Якщо Вам в цьому світі що-небудь здається незрозумілим, не соромтеся, запитайте про це у дитини. Ваш авторитет при цьому аніскільки не постраждає, а дитина буде рада можливості навчити Вас чомусь новому (скажімо, розповісти, як працює нова комп'ютерна програма, або як пересилаються мелодії на мобільний і т.д.). Ну а якщо і дитина не знає відповіді на Ваше запитання, запропонуйте їй разом спробувати пошукати відповідь – в довідниках, літературі, пошуковій системі Інтернет та ін. Щоб це заняття стало цікавим для вас обох, можна пошук інформації перетворити у веселе змагання, а переможця (першому, хто знайде відповідь) – нагородити призом. Надалі можна попросити дитину допомогти старшим членам родини (бабусі/дідусеві) в освоєнні медіа. Як правило, старше покоління досить активно користується мобільними телефонами, але при цьому знання обмежуються тільки умінням набрати номер або відповісти на виклик. Доручіть дитині надати їм необхідну допомогу, пояснивши, що при спілкуванні їм потрібно запастися терпінням і витримкою, так як літнім людям важко буває зрозуміти те, що пояснюється дуже швидко. Не забудьте при цьому поговорити попередньо з родичами, а потім, коли Ваша дитина буде готова приступити до навчання, представте її бабусі або дідусеві як «кращого знавця мобільних телефонів». Ви побачите, як дитина пишатиметься похвалою, адже діти дуже люблять демонструвати свої досягнення спортивні, творчі, навчальні тощо. І досягнення в сфері медіа тут – не виняток.

6) Постарайтеся зробити процес освоєння сімейної медіаграмотності захоплюючим заняттям: для цього у Вас у виховному арсеналі досить ресурсів. Веселі конкурси та ігри, вікторини, спільні творчі справи, змагання, придумування кумедних історій, складання віршів або пісень, розігрування невеликих костюмованих сценок, створення виробів або відеозйомка власного фільму – ці заняття викличуть інтерес у всіх членів сім'ї і допоможуть краще зрозуміти і один одного, і світ медіа в цілому.

7) Не бійтеся фантазувати і висувати нові ідеї: якщо під час занять Ви придумаете інші правила гри або нові цікаві запитання для сімейної вікторини, не соромтеся запропонувати їх членам родини. Ваш творчий потенціал буде гідно оцінений, адже рідні люблять і розуміють вас краще, ніж хто-небудь інший. Не соромтеся здатися смішним, коли, наприклад, будете грати ту чи іншу роль з аматорського фільму: творче самовираження завжди отримує схвалення, навіть якщо його проявляє солідний і строгий тато, або мама – директорка.

8) Залучайте до освоєння сімейної медіаграмотності інших членів сім'ї та друзів: поступово у процесі спільних з дітьми занять до вас можуть

приєднатися друзі або родичі, адже напевно Ваша дитина захоче поділитися з ними новинами про те, як ви проводите свій вільний час. Швидше включайте їх в свою дружну команду: коли в грі, вікторині або конкурсі бере участь багато людей, вона стає більш цікавою.



МЕДІАОСВІТНІ ВПРАВИ ТА ІГРИ ДЛЯ ДІТЕЙ І ЇХ БАТЬКІВ

ІГРИ НА МАТЕРІАЛІ МЕДІА

Всі ми, батьки, знаємо, що ігрова діяльність сприяє розвитку уваги, пам'яті, мислення, кмітливості і т.д. Гра здатна пробудити внутрішні сили дитини, розвивати її самостійність, вміння самому вирішувати поставлені перед нею завдання.

Саме тому і у процесі розвитку медіаграмотності важливе значення мають ігри – імпровізації, театралізовані, рольові, сюжетно-рольові, образно-рольові, імітаційні, режисерські ігри та ін.

Велике значення в реалізації ігор на матеріалі медіа мають розвиваючі елементи. Скажімо, ігри на розвиток уваги можуть бути найрізноманітнішими за формою та характером. Можна, наприклад, звернути увагу дитини на звуки, голоси, предмети, емоційний стан персонажів у мультфільмі, телепередачі і звернути увагу на зміни, які відбуваються одночасно зі зміною кадрів. Прикладами таких ігор можуть бути наступні: «Фотографія за вікном», «Що за чим?», «Кастинг» та ін.

Отже, пропонуємо опису ігор, творчих завдань, конкурсів і вправ на матеріалі медіа.

ДОБРЕ І ПОГАНО

Ця гра допоможе усвідомити, які позитивні і негативні риси можуть мати різні медіа, більш критично і самостійно ставитися до них. Якщо грає кілька людей, то після виконання завдання відповіді гравців порівнюються і обговорюються. Виграє той, чий відповіді виявилися повними і оригінальними.

Для проведення цієї гри потрібно розділити аркуш паперу вертикально на дві частини. В кожній частині – заголовки «добре» і «погано». На кожній стороні аркуша потрібно вписати позитивні і негативні сторони впливу медіа (Інтернету, телебачення, комп'ютерної гри, соціальної мережі та ін.).

Наприклад, до позитивних сторін медіа дітьми можуть бути віднесені наступні висловлювання: «Інтернет інколи допомагає у навчанні», «За допомогою медіа ми дізнаємося багато нового», « По телевізору показують веселі програми, від яких піднімається настрій» та ін. А ось приклад опису негативних сторін медіа: «Якщо довго дивитися телевізор, можна зіпсувати зір», «Якщо показують страшний фільм, то потім важко заснути», «Є дуже важкі комп'ютерні ігри, які неможливо пройти, потім я через це злюся» та ін.

РОЗМОВА НА ТЕМУ ...

Ця гра проводиться з метою розвитку навичок міжособистісного спілкування у сфері медіа, критичного осмислення медіаінформації. Гравці об'єднуються у пари. Кожній парі пропонується певна тема, наприклад, «Нові комп'ютерні ігри», «Чому шкідливо довго дивитися телевізор?», «Медіа і навчання в школі» тощо. Після цього кожна пара повинна скласти свій діалог. Автори найкращих і найцікавіших діалогів вважаються переможцями.

У процесі діалогу Ваші діти, та й Ви самі зможете в атмосфері невимушеного спілкування краще сформулювати свою думку про медіа, висловити власну точку зору, що стосується ролі медіа у життєдіяльності людини.

ФОТОГРАФІЯ ЗА ВІКНОМ

Ця гра розвиває спостережливість, увагу та формує повноцінне сприйняття об'єктів. За командою ведучого гравцям пропонується подивитися у вікно кілька секунд, після чого вони повинні розповісти, що побачили. При цьому побачену за вікном картину потрібно прагнути «намалювати» словами якомога точніше, як би фотографуючи.

Потім завдання ускладнюється, і гравцям пропонується уявити, що все побачене за вікном – один кадр з фільму, до якого необхідно додумати початок і кінець.

КАСТИНГ

Ще одна гра, яка розвиває увагу і спостережливість. Гравцям дається завдання уважно розглянути один одного і постаратися якомога краще запам'ятати зовнішність партнера. Через дві-три хвилини вибирається один гравець (ведучий), який буде проводити «кастинг». Його завдання полягає в тому, щоб, стоячи спиною до іншим учасників, називати тих гравців, які будуть ним «затверджені» на певні ролі у фільмі. Ролі можуть бути найрізноманітнішими: розвідник, бізнесмен, міліціонер, фотомодель, чародій та

ін. Ведучий повинен не просто назвати певного претендента на роль, але і описати зовнішність (якого кольору волосся, очі, в чому одягнений та ін.). Після закінчення опису, якщо він відповідає дійсності, претендент на «роль» сам стає ведучим.

ОЗВУЧКА

Ця гра сприяє розвитку повноцінного сприйняття медіатексту, фантазії і творчої уяви. Для проведення гри можна заздалегідь підготувати відеофрагменти з мультфільмів, телевізійних програм або реклами. Після того як між учасниками розподіляються ролі (хто кого буде озвучувати), звук у відеофрагменті ми вимикаємо і учасники починають працювати над озвучуванням уривка.

Перед гравцями можна поставити дещо іншу задачу – озвучити даний уривок таким чином, щоб фрагмент пролунав в певному жанрі, наприклад, в жанрі комедії, детектива, пригодницького фільму, фільму «жахів» та ін. Наведемо приклад такого озвучування передачі «У світі тварин».

Тут перед гравцями постає досить складне завдання – озвучити тварин: мавп, левів, тигрів, дельфінів та ін. Багато дітей це завдання виконують, демонструючи почуття гумору. Наприклад, ось так може бути озвучено діалог двох левів, що граються на галявині:

- Ну, як твої справи? Знову бігаєш без діла?

- Зовсім ні! Нещодавно вдалося зловити хорошу здобич! Зробив діло – гуляй сміло!

При бажанні Ви разом з дитиною можете озвучувати не тільки людей або тварин, але навіть неживі предмети (розмова будівель, дерев, річки і береги та ін.).

СТОП-КАДР

Ця сюжетно-рольова гра сприяє розвитку зорово-художньої образності. Гравцям демонструються стоп-кадри з відомих мультфільмів/кінофільмів і пропонується відтворити монологи від імені головних героїв, зображених на них. Доречно, якщо у процесі гри будуть використовуватися кадри з фільмів різних жанрів. Під час виконання завдання інші гравці виступають в ролі журі, зазначають кращі варіанти відповідей та при необхідності чи бажанні доповнюють їх.

МУЗИЧНІ РЕДАКТОРИ

Гра, спрямована на розвиток естетичних смаків, фантазії і творчої уяви, повноцінне сприйняття медіатексту. Для її проведення можна використовувати записані на відеофрагменти з мультфільмів, телевізійних програм, фільмів-казок або реклами, а також аудіозаписи з домашньої фонотеки. Завдання

«музичних редакторів» полягає в підборі музичного супроводу до відеофрагментів.

ВИПУСК НОВИН

Дана рольова гра-імпровізація сприяє ознайомленню дитини з професіями у сфері медіа, а також розвиває творчу уяву і фантазію. На час гри сімейна команда перетворюється у «репортерів», «телеведучих», «спеціальних кореспондентів» та ін. «Випуски новин» можуть бути присвячені самим різним темам: родині, розповідям про новини з життя друзів, про домашніх життя домашніх улюбленців, про хоббі чи «глобальні суспільні питання». Яку б тему дитина не обрала для свого випуску, головне, щоб новини були актуальними, правдивими і цікавими.

ЖУРНАЛІСТИ

Гра-імпровізація, спрямована на розвиток мови, фантазії і творчої уяви. Кожному гравцеві видається свій порядковий номер.

Ведучий починає розповідати якусь історію, наприклад:

Жив-був маленький Винтик. Коли він з'явився на світ, то був дуже гарний, блискучий, з новеньким різьбленням і вісьмома гранями. Всі говорили, що його чекає велике майбутнє. Він разом з деякими гвинтиками буде брати участь в польоті на космічному кораблі. І ось нарешті настав той день, коли Винтик опинився на борту величезного космічного корабля ...

На самому цікавому місці ведучий зупиняється зі словами: «Продовження історії шукайте у журналі «Цікаві пригоди» номер ». Той, у кого в руках цей номер, повинен підхопити нитку сюжету і продовжити розповідь протягом обумовленого часу (наприклад, протягом двох хвилин). Потім розповідь переривається словами: «Далі буде в журналі номер ...» і т.д.

В результаті гри головний герой може побувати на багатьох планетах та зустрітися з багатьма пригодами ... Та з ним може статися щозавгодно, якщо проявити фантазію і вигадку!

РЕКЛАМНИЙ АГЕНТ

Ця гра сприяє розвитку мови, фантазії, уяви, критичного мислення при сприйнятті рекламних медіатекстів. У процесі гри кожен з її учасників стає «рекламним агентом», якому дається завдання – скласти рекламне оголошення або підготувати рекламний ролик. Зазвичай в таких випадках у юних гравців виникає багато питань про те, як краще підготувати оголошення, як його оформити та ін. Тут дитині важливо пояснити, чим відрізняються реклами, підготовлені для телебачення, від рекламних оголошень, які друкуються в пресі або звучать по радіо. Добре б дати юним агентам кілька порад про те, як писати рекламне оголошення, наприклад, що часто для залучення покупців в рекламі використовуються невеликі вірші (слогани), а також що при підготовці

рекламних оголошень їх розробники, в більшості випадків, прагнуть висвітлити всі переваги того чи іншого товару. Перед початком гри її учасникам можна запропонувати кілька покрокових рекомендацій:

1. Спочатку потрібно визначити, який товар або послугу ти будеш рекламувати.

2. Подумай, де буде демонструватися твоя реклама (по телебаченню, в мережі Інтернет, на радіо, в газеті).

3. Визнач, в якій формі буде представлена твоя реклама (в формі невеликого спектаклю, казки, рекламного оголошення та ін.).

Наведемо приклад рекламного оголошення до фільму «Людина-павук - 2»:

«Якщо ви дивилися перший фільм про відважного і сміливого Людину-павука, то вам буде дуже цікаво дізнатися, що ж відбувається з ним зараз. Його, як завжди, чекають цікаві пригоди, небезпеки і зустрічі з новими друзями. Якщо ви хочете подорожувати разом з ним, обов'язково подивіться цей фільм! ».

ВІРИШ МЕНІ ЧИ НІ?

Гра проводиться з метою розвитку уваги і вміння відрізнити справжню інформацію від неправдивої. Кожному учаснику гри пропонується ряд повідомлень, виголошених ведучим вголос або написаних на аркуші паперу. Кількість і складність пропонованих повідомлень залежить від віку та підготовленості гравців. Молодшому школяреві можна, наприклад, запропонувати такі висловлювання: «Взимку на вулиці жарко», «Восени облітають листя з дерев», «У собаки три лапи» і т.д. Читаючи або сприймаючи на слух пропозиції, дитина повинна вгадати, які з висловлювань істинні, а які помилкові. За кожну правильну відповідь гравцям присуджується по одному балу.

На наступному етапі гри можна ускладнити, запропонувавши дитині самій придумати істинні і помилкові висловлювання для дорослих гравців або влаштувати блиц-турнір, під час якого гравці по черзі придумують і озвучують один одному такі висловлювання. Виграє той, хто дасть більше всіх правильних відповідей.

ДИРЕКТОР РЕДАКЦІЇ

Гра сприяє розвитку творчої уяви, фантазії та формування комунікативних навичок. З числа учасників гри обирається «Директор». Його головне завдання – відібрати з наявних претендентів журналістів для роботи в редакції.

Для того щоб влаштуватися «на роботу», гравці повинні підготувати невеликі статті для журналу на вільну тему (написати вірші або підібрати питання для інтерв'ю та ін.), розповісти про себе, проявити необхідні якості

для майбутньої діяльності (комунікабельність, винахідливість, творчі здібності, вміння висловлювати думку).

КРАЩИЙ СЮЖЕТ ДЛЯ ФОТОГРАФІЇ

Дана гра дозволяє в цікавій ігровій формі ознайомити дітей з поняттями зі світу медіа – сюжетом, композицією, планом, а також допомагає юним гравцям працювати над виразністю міміки і жестів, створювати цікаві образи, передаючи характерні особливості зображуваних фотогероїв.

Гравцям пропонується наступна ситуація: «Уявіть собі, що фотографи, які протягом тривалого часу шукають хороший сюжет, побачили дуже цікавий матеріал для своїх знімків. Пам'ятайте, що у фотографії немає руху і звуку, а характер і настрій можна передати лише за допомогою виразу міміки, жестів, пози тіла. Допоможіть фотографам побачити найцікавіші сюжети!».

Відповідно до поставленого завданням гравці повинні, проявляючи вигадку і фантазію, зобразити «фотографії». У якості основних персонажів можна вибирати не тільки людей різних професій і вікових груп, а і звірів, птахів чи неживі предмети (телефон, книгу та ін.). При бажанні кілька гравців можуть створити цікаві групові композиції, а якщо під рукою виявиться фотоапарат, то в результаті Ваш сімейний фотоальбом поповниться кумедними і цікавими знімками.

Ще один варіант цієї гри називається «Портрет». Тут перед гравцями ставиться завдання складніше – передати за допомогою міміки і жестів різний настрій, характерні особливості людини. Всі інші учасники повинні вгадати, що саме хотів передати той чи інший гравець, створюючи свій «портрет».

ПАПАРАЦІ

Дана гра сприяє розвитку зорово-художньої образності, фантазії і творчої уяви. Як відомо, жоден репортаж або інтерв'ю в газеті і журналі не обходяться без барвистих і цікавих фотографій. Якщо телебачення і кіно має справу з рухомими об'єктами, то в мистецтві фотографії всі персонажі нерухомі, тому перед фотокореспондентом стоїть важке завдання – відобразити людину таким чином, щоб фотографія відображала його характер, внутрішній світ, захоплення або пристрасті. Фотографія в газетах і журналах має величезне значення, так як з її допомогою читач може не тільки отримати будь-яку інформацію, а й переконатися в її достовірності з допомогою фотознімків. Фотоапарат дає можливість самому стати творцем, сконцентрувати увагу на будь-яких предметах і значущих для себе людей.

Гравцям необхідно, використовуючи фотографії з сімейного альбому, придумати невеликі репортажі або сюжети таким чином, щоб фотознімки і підготовлені сюжети якнайкраще відповідали один одному. Потім можна дещо

ускладнити завдання, запропонувавши гравцям ілюстрації з газет і журналів для написання коротких статей, що підходять до цих ілюстрацій за змістом.

ГАЗЕТНИЙ КІОСК

Театралізована гра, що дозволяє юним учасникам познайомитися з деякими поняттями медіасвіту (рубрика, малюнок-символ, юний кореспондент, редакція і ін.), навчитися орієнтуватися в матеріалах преси для дітей.

До дітей в гості приходять листоноша Петрик (його роль грає хтось із старших) і доставляє цікаві газети і журнали для дітей. По ходу гри діти знайомляться з матеріалами, які поміщені на першій сторінці газети (журналу). Листоноша розповідає, що на першій сторінці поміщають все найважливіше, що відбулося за якийсь певний період часу. Завдяки розповіді Петрика юні читачі дізнаються, що малюнок-символ обов'язково відповідає тому матеріалу, який надрукований в газеті, юні кореспонденти (юнкори) – це школярі, які займаються підготовкою матеріалів для чергового номера, а певний шрифт і колір в газеті використовуються, щоб привернути увагу читача та ін. У результаті учасники гри осягають таємниці друкованого медіатексту, вчать знаходити необхідну і цікаву інформацію, знайомляться в пресою для дітей.

Вгадай назву фільму

Гра, що розвиває увагу і пам'ять. Для проведення гри необхідно запитися відеофрагментами з мультфільмів або дитячих художніх фільмів. Завдання учасників – вгадати назву переглянутих фрагментів.

Ця гра може мати безліч варіантів. Наприклад, можна ускладнити завдання - вгадувати імена акторів, можна також використовувати в якості ілюстрованого матеріалу не відеозапис, а пантоміму або усну розповідь про фільм (не називаючи імен головних персонажів). Решта учасників по жестах або усній розповіді намагаються дати правильні відповіді. Перемагає найспритніший – той, хто дасть максимальну кількість правильних відповідей.

МАШИНА ЧАСУ

Дуже цікава гра, яка розвиває фантазію, творчу уяву і мову. За правилами цієї гри її учасники повинні спробувати уявити, що станеться, якщо їх улюблені герої з відомих кінофільмів, мультфільмів або серіалів потраплять в іншу історичну епоху або іншу країну чи місто. Наведемо приклади уривків з такої розповіді: «Мій улюблений мультфільм «Шрек». Його головний герой потрапив до нашого міста і потоваришував з багатьма хлопцями з нашого класу. Ми запросили його до себе в школу, гуляли з ним, і нам було дуже весело. Дорогою ми зустріли хуліганів, але боятися нам нічого – наш новий друг хоробрий і він захистив всіх нас».

ІГРИ-АУКЦІОНИ

Справжній азарт, пожвавлення і веселий сміх викличуть у вашій родині ігри-аукціони на тему медіа. Варіантів їх проведення може бути кілька, але головний принцип аукціону полягає в тому, щоб переможець назвав вичерпну відповідь, після якої ні у кого не було б варіантів. Ведучий бере дерев'яний молоток (в його відсутність можна взяти який-небудь інший, не дуже важкий предмет, скажімо ручку) і «торги» починаються. Теми такого аукціону можуть бути наступними: «Знамениті актори кіно і телебачення», «Відомі герої мультфільмів», «Фільми певного жанру (пригоди, комедії, драми, вестерни, детективи та ін.), «Фільми для дітей», «Фільми про професії», «Фільми про тварин», «Фільми про дружбу», «Фільми про добро і зло» та ін.

ТВОРЧІ ЗАВДАННЯ, ВПРАВИ І КОНКУРСИ З ОСНОВ МЕДІАГРАМОТНОСТІ

Творчі завдання і вправи за бажанням можуть бути включені в хід гри, вікторини або сімейну ігрову чи конкурсну програму. Більшість із запропонованих завдань можна виконувати, гуляючи з дитиною парком або виїжджаючи за місто на пікнік, а деякі вимагають від дорослих нескладної попередньої підготовки. Ці завдання мають розвивальний і освітній потенціалом, сприяють розширенню знань дітей про медіа.

ОПИШИ ГЕРОЯ МУЛЬТФІЛЬМУ\ФІЛЬМУ

Завдання, що розвиває творчу уяву, критичне мислення і комунікативну функцію. Дуже важливо, щоб дитина зуміла вільно висловити те, що вона відчуває, адже ця думка підкреслює її індивідуальність і неповторність. Дуже добре, коли дитиною даються неоднозначні оцінки – вони свідчать про те, що вона вміє подивитися на речі з різних сторін, висувати нестандартні ідеї. Коли учасниками будуть обрані персонажі для опису, можна запропонувати дітям підібрати відповідні епітети, які найбільше підходять: наприклад, розумний, добрий, веселий, хвалькуватий, жадібний, смішний та ін. Тут потрібно дати гравцям можливість посперечатися, відстояти власну точку зору, довести, що вони мають рацію.

Потім можна попросити гравців розповісти про ті вчинках головних героїв, які їм сподобалися, і тих, які не сподобалися, пояснивши свій вибір. Є й інші варіанти цього завдання: можна запропонувати учасникам розповісти, що б вони зробили, якби могли потрапити в цей мультик, з ким би хотіли товаришувати і кому хотіли б допомогти. Ця уявна ситуація з інтересом сприймається дітьми, вони із задоволенням фантазують, вигадують різні пригоди, які з ними могли б відбутися.

ЛИСТ ВІД ІМЕНІ ГЕРОЯ

Це творче завдання, що сприяє розвитку повноцінного сприйняття медіатворів. У ході виконання завдання гравцям пропонується написати «лист» від імені героїв мультфільмів, телевізійних програм, ігор, рекламних роликів та ін. Слід наголосити, що «Лист» може бути написано не тільки від імені людини будь-якої професії, віку або культурного рівня, а й від імені неживих предметів, що фігурують в екранному або друкованому медіатексті. Після виконання завдання гравці або ведучий читають свої «листи», а інші намагаються вгадати, від імені якого героя вони написані.

МАЛЮЄМО КАЗКУ

Мета даного завдання – допомогти дітям зрозуміти смисловий зміст переглянутого фільму-казки. Діти дуже часто малюють улюблених кіногероїв,

їм подобається зображувати те, що вони бачили на відео чи телевізійному екрані. Слід запропонувати дітям не просто зобразити окремі картини, що відбуваються у фільмі, а й відтворити за допомогою власних ілюстрацій сюжет фільму або змінити його у відповідності до свого бачення (додати нові персонажі, придумати інші пригоди героїв та ін.).

Якщо у виконанні завдання бере участь кілька дітей, можна, наприклад, відтворити хід переглянутого фільму, доручивши кожному з учнів відтворити в малюнку певний епізод. Після закінчення цієї роботи учні можуть більш детально складати усні розповіді за мотивами переглянутого, переказати ключові епізоди медіатексту і т.д.

Також молодші школярі можуть намалювати ілюстрації на тему почутої музики з фільму або самі підібрати музику до переглянутого фрагменту, яка передає основний його зміст, відображає характер головних героїв фільму.

ВИРАЗНІ ЗАСОБИ ЕКРАНУ

Мета – познайомити учнів з виразними засобами, які використовуються в медіатворах (музика, кадр, колір, міміка, рух і т.д.).

Для цієї вправи знадобляться відеофрагменти з мультиплікаційних або художніх фільмів, а також «стоп-кадри». Наприклад, ось як може відбуватися знайомство дитини з одним з доданків екранного образу – пластичним рішенням.

Спочатку учасники знайомляться зі «стоп-кадрами» з фільму, а потім – з відеофрагментом. Порівнюючи кадри і відеофрагменти, діти помічають, що у фільмі, на відміну від кадрів, є рух. Рух, жести, міміка є не тільки відмінною рисою екранних мистецтв, а й засобом створення екранного аудіовізуального образу. Характеризуючи героя, ми завжди враховуємо не тільки те, як він виглядає, але і те, як він рухається, що відбувається з ним. Та й самі герої своїми мімікою і жестами дуже відрізняються один від одного.

ЩО МИ ПОБАЧИЛИ В КАДРІ?

Це завдання, що розвиває спостережливість, увагу, фантазію і медіасприйняття, вимагає нескладної попередньої підготовки. Потрібно взяти кілька невеликих аркушів цупкого паперу і вирізати в кожному з них «віконечка» таким чином, щоб вийшла рамка.

Коли рамки для кожного учасника вправи будуть готові, можна запропонувати подивитися на свою кімнату через «чарівні віконця»: «Уявіть, що разом з вами у «віконечко» дивляться глядачі. Покажуйте їм те, що вам найбільше подобається навколо вас, і розкажіть про це». Деякі учасники визнають, що звернули увагу на багато предметів тільки тоді, коли пильно вдивилися в них через «чарівні віконця».

Ще один варіант цього завдання – дитині пропонується викласти побачене в формі кадрів для майбутнього фільму, придумати для нього цікаве продовження і т.д.

ЗЛІ І ДОБРІ ЧАРІВНИКИ

Це завдання сприяє розвитку уваги і медіасприйняття. У ході його виконання учасникам пропонується уявна ситуація: «Уявіть, що до вас додому прийшов добрий чарівник, який буде знімати на відеокамеру все, що йому сподобалося. Але йому важко одному впоратися з цим завданням. Допоможіть доброму чарівникові вибрати кадри для зйомки! ».

Після виконання завдання гравців можна попросити знайти кадри не для доброго, а для злого чарівника. Після виконання завдання бажано порівняти, як змінюється сприйняття однієї і тієї ж кімнати (як і одного і того ж фільму) різними людьми.

Вибираючи різні кадри, відбираючи те, що хочеться показати, можна навіть один і той же предмет показати по-різному. Вся справа в тому, у кого в руках знаходиться камера і яку ціль він переслідує, знімаючи той чи інший матеріал.

КОНКУРС ТЕЛЕВЕДУЧИХ

Кожен учасник пробує «програти» роль телеведучого (телеведучої) відомої програми. Дитина має сама підібрати найбільш цікаві факти для проведення програми: обрати тему, запросити « гостей » та ін. Теми програм можуть бути найрізноманітніші: «Цікаві історії», «Тваринний світ», «З життя рослин», «Книга рекордів Гіннеса», «Музика у нашому житті» та ін.

НАЙ, НАЙ ...

Цей конкурс дозволяє кожному учаснику проявити себе як вправного оповідача, використовуючи фотографії з сімейного альбому.

Номінацій в конкурсі може бути кілька: «Найцікавіша історія», «Сама весела історія», «Найдовша історія», «Сама фантастична історія» і навіть «Найnudніша історія». Завдання конкурсантів – скласти історії за матеріалами фотознімків, причому потрібно не просто розповісти про те, що зображено на знімку, але і придумати невелику передісторію, а також спрогнозувати продовження.

КОМІКСИ

Цей конкурс проводиться в команді і полягає в наступному: кожна команда повинна намалювати серію коміксів на певну тему. При цьому учасники повинні враховувати, що комікси – це не просто набір картинок, що передають якусь історію, а символи, передані у вигляді ілюстрацій, кожна з яких повинна відображати основну думку того чи іншого фрагмента.

Тематика коміксів може бути, наприклад, наступною: «Пригоди друзів на безлюдному острові», «Інопланетні гості», «Похід», «На рибалці» та ін. Кожен малюнок коміксу повинен бути зроблений таким чином, щоб не потрібно було робити додаткові написи і хід подій був би зрозумілий. Крім сюжетної лінії в коміксах повинна вгадуватися його основна ідея.

НАРОДНИЙ АРТИСТ

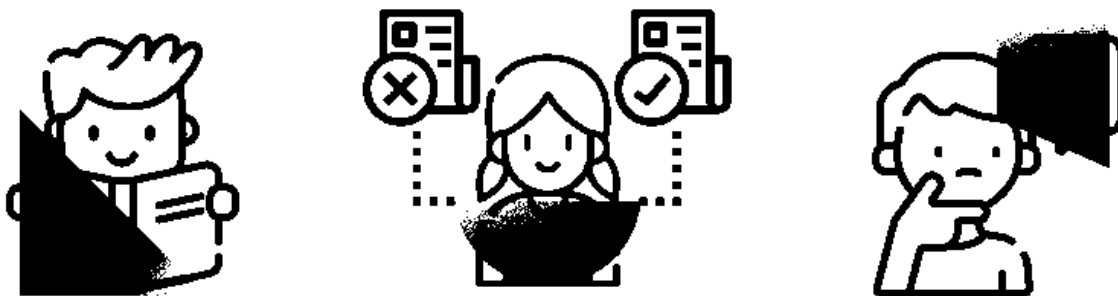
Ця конкурсна програма має на меті не просто вибрати кращих співаків, а розвиває навички працювати в команді, допомагаючи один одному.

Перший конкурс - «Розминка»: команди повинні вгадати голос інших членів своєї команди. Для цього один представник команди встає спиною до решти учасників. В цей час хтось з гравців вимовляє одне слово або коротку фразу. Ведучий повинен дізнатися, чий голос звучав. Для кожного ведучого від команди пропонується по чотири таких завдання. Переможцем стає команда, представник якої дізнався більше голосів своєї команди.

Друге завдання - «Вчимося слухати музику». Потрібно заздалегідь підготувати записи різних музичних інструментів (фортепіано, скрипка, труба та ін.) і звуків, які нас оточують (шум дощу, звук розбитого скла, водоспад та ін.). Після прослуховування того чи іншого звуку командам потрібно вгадати, що це за звуки.

Наступне завдання - «Вгадай мелодію». Участь у цьому завданні беруть капітани команд, які повинні вгадати уривки з різних пісень протягом 3–5 секунд.

Останній конкурс - «караоке».



ВИДИ ІНФОРМАЦІЇ, ЩО ЗАВДАЄ ШКОДИ ЗДОРОВ'Ю І (АБО) РОЗВИТКУ ДІТЕЙ



До інформації, забороненої для поширення серед дітей, відноситься інформація, що:

1) спонукає дітей до вчинення дій, що становлять загрозу їх життя і (або) здоров'ю, в тому числі до заподіяння шкоди своєму здоров'ю, самогубства;

2) здатна викликати у дітей бажання вжити наркотичні засоби, психотропні та (або) одурманюючі речовини, тютюнові вироби, алкоголь, пиво і напої, що виготовляються на

його алкоголю, взяти участь в азартних іграх, займатися проституцією, бродяжництвом або жебрацтвом;

3) обґрунтовує, виправдовує допустимість насильства і (або) жорстокості або спонукає здійснювати насильницькі дії по відношенню до людей або тварин, за винятком випадків, передбачених Законом;

4) заперечує сімейні цінності і формує неповагу до батьків і (або) іншим членам сім'ї та родини;

5) оправдовує протиправну поведінку;

6) містить нецензурну лайку;

7) містить інформацію порнографічного характеру.

Батьки, ПАМ'ЯТАЙТЕ!

На сторінках Інтернету, які відвідує Ваша дитина, маркерами пропаганди СУЇЦИДУ є:

- наявність пропозиції, прохання, наказу вчинити самогубство;
- наявність вказівки на самогубство як на спосіб вирішення проблеми;
- вираз позитивної оцінки, або схвалення: здійснення самогубства, або дій, спрямованих на самогубство, або намірів реального (уявного) співрозмовника або третьої особи вчинити самогубство, а також призову, який спонукає вчинити самогубство;
- інформація, що містить аргументи, які спонукають до вчинення самогубства, в тому числі уявлення самогубства як буденного явища (прийняттого, логічного і закономірного в сучасному суспільстві вчинку);
- вираз осуду, висміювання невдалої спроби вчинити самогубство, в тому числі, включаючи опис відносин, почуттів і обговорення теми особами, які мають досвід спроби самогубства;
- наявність будь-якого оголошення, в тому числі про знайомство, з метою здійснення самогубства, групового та (або) ролі асистента самогубства, а також з метою спроби здійснення самогубства;
- наявність опитування (голосування), тесту, рейтингу на тему вибору самогубства як способу вирішення проблеми, на тему вибору найбільш безболісного, надійного, доступного, естетичного способу самогубства;
- наявність інформації про один і більше способів вчинення самогубства;
- наявність опису (демонстрації): процесів, процедур, що зображують (відтворюють) будь-яку послідовність дій і (або) можливих результатів (наслідків) здійснення самогубства, засобів і (або) місць для здійснення самогубства в контексті розглянутого на сторінці в мережі «Інтернет» способу самогубства;
- наявність інформації про сукупність необхідних для самогубства умов (вибір місця, часу, способу, інші підготовчі дії, які необхідно зробити для досягнення мети самогубства);
- наявність підвищеного інтересу до психо-активних речовин. З огляду на те, що діти часто обмінюються інформацією в соціальних мережах за допомогою картинок, зорових образів, інтерес до змінених станів свідомості проявляється наявністю зображень різних психо-активних речовин (алкоголь, наркотики тощо.), наявність інформації про способи їх вживання, можливих позитивних ефектів і відсутності негативних наслідків.

➤ наявність в соціальній мережі на сторінці дитини відео- і аудіозаписів на деструктивну тематику, кількість переглядів подібних відеороликів в сукупності з частим згадуванням про них дитиною в повсякденному житті демонструє підвищений інтерес до подібної поведінки.



5 ПРАВИЛ, ЩО ГАРАНТУЮТЬ БЕЗПЕКУ ДИТИНИ У КІБЕРПРОСТОРИ

Правило 1. Довіра

Основна рекомендація, що гарантує безпеку дитини в Інтернеті – довірливе спілкування з батьками. Дитина повинна знати, що головні експерти у всіх життєвих ситуаціях – її мама й тато. Не повинно бути таких тем, які дитина боялася б обговорювати з батьками й питань, які дитина посоромилася б поставити.

Правило 2. Розвиваємось разом

Грайте разом в ігри, дивіться мультфільми і коментуйте їх. Розмовляйте з дитиною про те, що нового й цікавого вона довідалася з Інтернету. Знайдіть час розповісти, що важливого й корисного Ви робите з його допомогою самі. Разом з дитиною знаходите в інтернеті відповіді на питання, що її цікавлять. Навчіть її, як за допомогою інтернету можна уникнути складних ситуацій, наприклад, не заблукати в незнайомому місці, використовуючи карти; як знайти необхідну інформацію або одержати пораду. Покажіть їй, скільки цікавого і корисного можна знайти в Мережі. Але показуючи дитині багатогранність Інтернету, не забудьте розповісти про правильне ставлення до нього. Наприклад, можливість онлайн-спілкування із другом, що живе далеко – це одна із чудових можливостей мобільного інтернету, а от спілкування винятково з віртуальними друзями – це вже крайність.

Правило 3. Режим

Заздалегідь погодьте тривалість перебування за комп'ютером або іншим комунікаційним засобом. Час необхідно обмежити для того, аби не нанести шкоду стану здоров'я дитини. Ігрова комп'ютерна залежність стала великою проблемою у всьому світі. Обговоріть час перебування дитини в Інтернеті та домовтесь про використання будильника. Таким чином ви уникнете можливих конфліктних ситуацій.

Хоча б 15 хвилин у день спілкуйтеся з дитиною так, щоб ви дивилися одне одному в очі. Але тільки не тоді, коли Ви її лаєте! Контакт «очі в очі», повинен асоціюватися в дитини тільки з теплим, довірчим спілкуванням. Починайте й закінчуйте день разом! Будіть дитину вранці, нехай вона бачить Ваш гарний настрій. Намагайтеся, у міру віку, укласти її спати.

Правило 4. Бути культурним і вихованим

Як і у звичайному житті, головним правилом кожної людини повинно бути: «Поводься із іншими так, як хочеш, щоб поводитися з тобою». Намагайтеся донести це правило до своєї дитини на доступних для її віку прикладах, розповідайте, що людині, яку скривдили в інтернеті, так само боляче, якби це відбулося при особистій зустрічі. В мережі можуть зустрітися

люди, що бажають утертися в довіру до Вашої дитини з корисливими або злочинними намірами.

Правило 5. Інтернет-залежність і як з нею боротися

Ризику стати інтернет-залежним найбільше схильні діти, у яких не складаються відносини з однолітками й батьками, які намагаються віднайти заміну живому спілкуванню у віртуальних іграх і чатах. Тут, у розмові з дитиною важливо не протиставляти інтернет реальному життю, а показати, як вони можуть доповнювати одне одного! Важливо правильно використати властиву кожній дитині рису – цікавість! Добре знаючи свою дитину, Ви обов'язково знайдете в навколишньому світі речі, які її обов'язково зацікавлять, і в цьому пошуку Вам знов-таки зможе допомогти Інтернет.

Не забувайте, що Ви самі є прикладом для своєї дитини. Якщо встановлюєте правила, то дотримуйтеся їх і самі.

Тому медіаграмотність батьків має стати частиною цілісної системи медіаосвіти, щоб батьки могли вчитись самі та навчати своїх дітей правил використання всієї інформації, що надходить з мас-медіа.

ЯК УБЕЗПЕЧИТИ ДИТИНУ ВІД КІБЕРБУЛІНГУ?

Кібербулінг (англ. Cyberbullying) – умисне цькування щодо визначеної особи у кіберпросторі, як правило, протягом тривалого періоду часу. Особу, яка здійснює кібербулінг часто називають «Булер», вона діє анонімно, таким чином щоб жертва не знала від кого походять агресивні дії.

Кібербулінг може виявлятися як:

- поширення брехні про когось або розміщення фотографій, які компрометують, у соціальних мережах;
- надсилання повідомлень або погроз, які ображають когось або можуть завдати шкоди;
- видавання себе за когось іншого/іншу і надсилання повідомлень іншим людям від його/її імені.

Мета «реального» булінгу та віртуального однакова – образити, принизити, залякати. Але якщо від знущань на вулиці чи в школі можуть залишитись як матеріальний доказ синці, то кібербулінг залишає по собі цифровий слід, який підтверджує цькування.

1. Поясніть дитині, що можна публікувати в мережі, а що – ні. Розкажіть про теми, які можуть викликати неоднозначну реакцію та резонанс – наприклад, релігійні погляди. Попросіть не розміщувати дуже особистий або провокативний контент – це може бути приводом для образ. Обговоріть правила приватності та особистих меж і кордонів.

2. Перегляньте і, за потреби, обмежте коло спілкування. Відфільтруйте платформи, які не мають автоматичної модерації, що реагує на образи.

3. Поясніть дитині, що терпіти образи не потрібно. Якщо дитина вже зазнала кібербулінгу, то насамперед варто пояснити, що висловлювання в мережі не завжди відповідають дійсності. Люди часто прикриваються анонімністю і через це не стримуються у висловлюваннях, адже впевнені, що уникнуть покарання. Тож часто не варто серйозно сприймати певні дози негативу.

4. Старайтеся проглядати і за можливості контролювати контент, який дитина викладає в соцмережах.

Як реагувати на кібербулінг?

➤ Якщо дитина вам розповіла, в чому річ, разом попрацюйте над цифровою безпекою її акаунтів – відрегулюйте налаштування приватності профілів, заблокуйте або надішліть скарги на користувачів, які знущаються в коментарях.

➤ Якщо повідомлення несуть агресивний характер, є загрози життю і здоров'ю дитини – зберіть усі ці дані та поговоріть з учителем, завучем, директором школи чи батьками.

➤ Також пам'ятайте – в Україні діє система покарань і штрафів проти булінгу.

Положеннями статті 173-4 Кодексу України про адміністративні правопорушення визначено, що адміністративна відповідальність встановлюється за **булінг (цькування) учасника освітнього процесу**, який являє собою діяння учасників освітнього процесу, які полягають у психологічному, фізичному, економічному, сексуальному насильстві, у тому числі із застосуванням засобів електронних комунікацій, що вчиняються стосовно малолітньої чи неповнолітньої особи або такою особою стосовно інших учасників освітнього процесу, внаслідок чого могла бути чи була заподіяна шкода психічному або фізичному здоров'ю потерпілого.

Які види покарань за булінг передбачено вказаною статтею:

- штрафи від 850 до 3400 грн.;
- громадські роботи від 20 до 60 год.;
- виправні роботи до 1 місяця.

Доросла людина та дитина, віком від 16 до 18 років, відповідатиме за булінг самотійно.

➤ Якщо особа, яка залякує вашу дитину, зберігає анонімність у мережі – звертайтеся у Департамент кіберполіції Національної поліції України. Він є міжрегіональним територіальним органом Національної поліції України та реагує на всі випадки кібербулінгу та небезпеки в онлайн-просторі: +380 (44) 374 3713 .



ЯК ЗАКРИТИ ДОСТУП ДО САЙТУ З ДОПОМОГОЮ НТ EMPLOYEE MONITOR

1. Скачайте і встановіть НТ Employee Monitor на свій комп'ютер.
2. Натисніть кнопку «Блокувати веб-сайти».
3. Натисніть на кнопку під назвою «Додати».
4. У вікні введіть адресу сайту, який ви хочете заблокувати або ключове слово, наприклад youtube.com.
5. Натисніть на “ОК”.

Програма НТ Employee Monitor проста у використанні і ефективна, що дозволяє обмежити активність користувачів і використання Інтернету.

Що ви можете зробити, використовуючи НТ Employee Monitor:

- заблокувати завантаження сайтів в найбільш популярних браузерах (Google Chrome, Firefox, Internet Explorer, Opera і т.д.);
- встановити заборону на сайт за його URL;
- обмежити доступ до сайтів за ключовими словами;
- заблокувати сайти за категоріями (порнографія, азартні ігри, наркотики, інтернет-магазини, чати, і т.д.);
- відключити всі програми (месенджери, браузери, програми і т.д.);
- відстежувати і реєструвати всю комп'ютерну діяльність всіх ваших співробітників (запущені програми, введення з клавіатури символів, відвідувані веб-сайти, системна діяльність, скріншоти і багато іншого).

Як закрити доступ до сайту, використовуючи файл hosts:

1. Визначити розташування файлу hosts, яке залежить від вашої операційної системи:

- в ОС Windows XP, Windows 7 і Vista він розташовується по маршруту: C:\Windows\System32\Drivers\Etc\hosts;
- в ОС Windows 2000 – за адресою C:\WINNT\System32\Drivers\Etc\hosts.

Перед проведенням будь-яких дій обов'язково зробіть резервну копію файлу хостів і скопіюйте його в безпечне місце.

2. Виконайте відкриття файлу hosts за допомогою блокнота або іншого текстового редактора.
3. Знайдіть рядок 127.0.0.1 local.
4. Щоб заблокувати, наприклад, сайт youtube.com, необхідно додати наступний запис: 127.0.0.1 youtube.com.
5. Збережіть і закрийте файл hosts.

6. Перезавантажте комп'ютер, щоб зберегти зміни.
7. Спробуйте відкрити сайт youtube у вікні браузера. Якщо він не відкриється, зміни збереглися.

Як закрити доступ до сайту в Internet Explorer:

1. Виконайте відкриття вікна Internet Explorer, потім виберіть пункт «Інструменти».
2. Знайдіть пункт під назвою «Властивості оглядача».
3. Натисніть на вкладку «Зміст».
4. Натисніть «Включити»
5. Натисніть на вкладку «Дозволені вузли».
6. Введіть адресу веб-сайту, який ви хочете заблокувати в браузері.
7. Виберіть «ніколи», а потім натисніть «ОК».
8. У вікні введіть і підтвердіть новий пароль.
9. Натисніть на вкладку «Загальні» і переконайтеся, що вибрати настройки, при яких користувачі можуть переглядати веб-сайти, які не мають оцінок.
10. Натисніть на «ОК».

Кілька простих кроків, і доступ обмежений!

КОРИСТНІ ПОСИЛАННЯ

Літературний Інтернет та сайти популярних в Україні дитячих періодичних видань:

http://ababahalamaha.com.ua/uk/Головна_сторінка.

<http://childbooks.blox.ua/html> веб-сайт «Книги для дітей».

<http://abetka.ukrlife.org/> веб-сайт для дітей «Весела абетка».

<http://www.abetka-logopedka.org/> веб-сайт «Світ дитини».

<http://www.kazka.in.ua/> веб-сайт «Українська казка».

http://www.ae-lib.org.ua/_lit_child.htm веб-сайт «Дитяча література».

<http://www.levko.info/> дитячий сайт «Левко».

<http://www.mysl.lviv.ua/> веб-сайт «Країна міркувань».

<http://slovogray.narod.ru/> літературний сайт Ігоря Січовика.

<http://posnayko.com.ua> «Пізнайко» - дитячий пізнавально-розважальний журнал

<http://www.barvinok.info> «Барвінок» – літературно-художній і загальноосвітній журнал для дітей молодшого та середнього шкільного віку.

<http://kazkovy.com.ua> Газета «Казковий вечір» – дитяча газета для дбайливих батьків.

Онлайн-ресурси пропонують не лише матеріали окремих часописів, а й цілі колекції колишніх та сучасних журналів.

Уже досить тривалий час існує проект «Читанка» – дитяча публічна онлайн-бібліотека (<http://chytanka.com.ua>).

Особливістю цього сайту є розміщення відсканованих дитячих книг та періодики, що давно не перевидаються.

Подібно до "Читанки" електронна бібліотека «Чтиво» також пропонує матеріали дитячих (<http://chtyvo.org.ua/genre/dytiacha/books/>) часописів ХХ століття.

ГЛОСАРІЙ

«Адресат медіаосвіти» («the addressee of media education») – школяр, студент, учитель, викладач, працівник медіасфери (медіатеки, навчального телебачення тощо).

«Асоціація» («connotation») – процес, у разі якого виникає смисловий зв'язок між образами медіатексту й уявленнями отримувача інформації.

«Аудіовізуальне мислення» («audiovisual thinking»): творча діяльність, яка ґрунтується на емоційно-змістовому зіставленні й образних узагальненнях частин екранного тексту.

«Екранне (аудіовізуальне) мистецтво» («screen (audiovisual) arts») – мистецтво, засноване на екранній формі відтворення (кіномистецтво, художнє телебачення, відеоарт, комп'ютерна графіка й ін.) дійсності.

«Екранний образ» («screen image») – матеріалізація авторського задуму в конкретній аудіовізуальній, просторово-часовій формі екранної оповіді.

«Епізод» («episode») – частина медіатексту, що складається з однієї або декількох сцен, які об'єднані спільною темою, загальним конфліктом.

«Жанр» («genre») – група медіатекстів, об'єднаних на основі подібних ознак їхньої внутрішньої будови (трагедія, комедія, драма, мелодрама, інтерв'ю, репортаж й ін.).

«Завдання медіаосвіти» («tasks of media education») – навчити грамотно «читати» медіатекст; розвинути здібності до сприйняття і аргументованої оцінки інформації, розвивати самостійність суджень, критичного мислення, пріоритетів, естетичного смаку; інтегрувати знання і уміння, отримані на різних навчальних заняттях, у процесі сприйняття, аналізу і творчої діяльності.

«Засоби масової інформації» («means of mass information») – технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання і поширення інформації для масової аудиторії.

«Засоби масової комунікації» («means of mass communication») – технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, поширення, сприйняття інформації та обміну її між суб'єктом (комунікантом) і об'єктом (комунікатором).

«Зум» («zoom») – змінний фокус, який створює видимість приближення або віддалення від об'єкта зйомки.

«Кадр» («shot») – основна одиниця структури екранного твору, одна тривала в часі частина аудіовізуального тексту, яка починається і закінчується стиком із іншою частиною.

«Інсталяційний кадр» («establishing shot»); «кадр загального плану» («long shot»), «кадр середнього плану» («medium shot»).

«Кіноосвіта» («film education») – процес навчання і розвитку особистості засобами кіномистецтва з метою формування культури спілкування з екраном, творчих, комунікативних здібностей, умінь інтерпретації, аналізу й оцінювання кінотексту, ознайомленням із різноманітними формами самовираження особистості за допомогою кінотехніки.

«Кінотекст» («film text», «film construct») – повідомлення, що містить інформацію, і викладене в будь-якому виді і жанрі кінематографа (ігровий, документальний, анімаційний, навчальний, науковопопулярний фільм).

«Ключові поняття медіаосвіти» («key concepts of media education») – «сприйняття», «художньо-творча діяльність», «відтворення», «інтерпретація», «аналіз», «оцінка», «джерело інформації», «освоєння інформації», «категорія медіатексту», «мова медіатексту», «технологія», «аудиторія».

«Код» («code») – результат уведення в систему певних умовних понять, щоб знайома з «кодом» аудиторія могла опиратися на нього під час сприйняття, інтерпретації та аналізу медіатексту (наприклад, марка студії, емблема тощо).

«Колаж» («collage») – використання різностильних об'єктів і фактур в одному медіатексті.

«Критична автономія» («critical autonomy») – сформована на основі критичного мислення незалежність суджень і аналізу медіатексту.

«Критичне мислення» («critical thinking») – аналітичний процес, заснований на розвинутому «аудіовізуальному сприйнятті» й «аудіовізуальному мисленні». Цей процес сприяє інтерпретації та оцінці змісту (також і «прихованого») медіатексту.

«Купірування» («stor») – усічення аудіовізуального образу медіатексту; – «медіа» («media»): «засоби масової комунікації» – технічні засоби створення, запису, копіювання, тиражування, зберігання, поширення, сприйняття інформації та обміну її між суб'єктом (автором медіатексту) й об'єктом (масовою аудиторією).

«Медіавплив» («effects», «media effects») – вплив медіатекстів на аудиторію: в сфері виховання і освіти, розвитку свідомості, формування поведінки, поглядів, реакцій, відгуків, поширення інформації тощо.

«Медіасприйняття» («mediation») – сприйняття «медіареальності», почуттів і думок авторів екранних творів (текстів).

«Медіаграмотність» («media literacy») – вміння аналізувати і синтезувати просторово-часову реальність, уміння «читати» медіатекст.

«Медіамистецтво» («media arts») – мистецтво, засноване на медіаформі (тобто формі засобів масової комунікації) відтворення дійсності (засобами друку, фотографії, радіо, грамзапису, кіномистецтва, художнього телебачення, відеоарту, комп'ютерної графіки й ін.).

«Медіакультура» («media culture») – сукупність матеріальних й інтелектуальних цінностей в галузі медіа, а також історично означена система їх відтворення та функціонування в соціумі; «медіакультура» або «аудіовізуальна культура» може виступати системою рівнів розвитку особистості людини, здатної сприймати, аналізувати, оцінювати медіатекст, займатися медіаторчістю, засвоювати нові знання в галузі медіа.

«Медіаосвіта» («media education») – процес навчання і розвитку особистості за допомогою і на матеріалі засобів масової комунікації (медіа) з метою формування культури спілкування з медіа, творчих, комунікативних здібностей, критичного мислення, умінь інтерпретації, аналізу та оцінки медіатексту, формування різних форм самовираження за допомогою медіатехніки. Зміст медіаосвіти: основи мистецтвознавства в медіасфері (види і жанри медіа, функції медіа в соціумі, мова медіа, історія медіакультури тощо), відомості про основні галузі застосування теоретичних знань (професійні засоби масової інформації, аматорська медіасфера, канали поширення медіа, кіноклубного руху в медіасфері, установи дозвілля, освітні заклади тощо), практичні творчі завдання на медіаматеріалі.

«Медіатекст» («media text», «media construct») – повідомлення, що містить інформацію і викладене в будь-якому виді й жанрі медіа (газетна стаття, телепередача, відеокліп, фільм тощо.).

«Методика медіаосвіти» («methodology of media education») – процес навчання основ медіакультури та діяльності педагога й учня, з урахуванням варіативності, імпрровізації, діалогічної форми викладання і навчання та вимог до складових освітнього процесу.

«Методи медіаосвіти» («methods of media education») – способи взаємодії педагога і учня, за допомогою яких досягається мета медіаосвіти. Типові методи: словесні (розповідь, лекція, бесіда, діалог, обговорення, аналіз, дискусія й ін.); наочні (перегляд аудіовізуального матеріалу), репродуктивні, дослідницькі, евристичні, проблемні, ігрові (моделювання художньо-творчої діяльності творців медіатексту, імпрровізація й ін.); Ці методи ґрунтуються на таких дидактичних принципах: соціокультурний розвиток творчої особистості в процесі навчання, науковість, систематичність і доступність навчання, зв'язок теорії з практикою, наочність, активність аудиторії, перехід від навчання до самоосвіти, зв'язок навчання з навколишньою дійсністю, позитивне емоційне тло, врахування індивідуальних особливостей учнів.

«Монтаж» («montage», «cutting», «cut») – процес створення екранного твору шляхом «збирання», «склеювання» єдиного цілого з окремо взятих кадрів.

«Монтажний запис» («cutting recording») – послідовний покадровий запис змісту медіа/кінотексту, охоплюючи номер кадру, крупність плану, рух камери, зміст кадру – аудіовізуальний ряд, спецефекти тощо.

«Монтажна фраза» («cutting phrase») – послідовність кадрів, об'єднаних загальним змістом.

«План» («frame») – масштаб зображення (загальний, середній, великий, деталь).

«Предмет медіаосвіти» («subject of media education») – взаємодія людини з медіа, мова медіа і її використання в соціумі, медіа та його функціонування в соціумі, система знань й умінь, необхідних людині для повноцінного сприйняття і аналізу медіатекстів, для соціокультурного розвитку творчої особистості.

«Ракурс» («angle») – кут зйомки, кут «зору» камери стосовно зображуваного об'єкта.

«Розкадровка» («storyboard») – покадрове планування екранного медіатексту на попередній стадії його створення.

«Ритм» (rhythm) – один зі засобів формоутворення в медіатексті, яке ґрунтується на закономірній повторюваності в просторі або в часі деяких елементів через однакові інтервали.

«Символ» («symbol») – умовний знак, що позначає інший сенс, образ предмета, який має кілька значень;

«Смислові частини (одиниці) медіатексту» («parts of media text's meaning») – події, сцени, епізоди, кадри, елементи композиції, які творять єдиний медіатекст.

«Сцена» («scene») – частина медіатексту, обмежена місцем дії.

«Сценарій» («film script», «scenario») – літературна основа медіатексту.

«Сюжет» («subject»; «topic») – зміст дії, «осмислена фабула» медіатексту.

«Тема» («theme») – життєвий матеріал медіатексту.

«Умовність медіатексту» («convention») – елементи коду, загальноприйнятий спосіб повідомлення про специфічне значення певної частини медіатексту.

«Фабула» («plot», «story») – ланцюг подій в сюжеті медіатексту.

«Форми медіаосвіти» («forms of media education»): інтеграція в традиційний навчальний предмет, автономні уроки, лекції, семінари, факультативи, гуртки, медіа/кіностудії, медіа/кіноклуби, обов'язковий предмет у спеціалізованих навчальних закладах, спецкурси.

Отже, в епоху глобалізації й інформації, у час, коли світ сприймається за допомогою медіа, і так, як його показують медіа, важливим є адекватне розуміння принципів, методів роботи і потенційного впливу медіапродукції на формування світоглядних позицій особистості, а це є можливим тільки за умови наявності медіакультури, розвитку критичного мислення та основ медіаграмотності в усіх учасників освітнього процесу, батьківської аудиторії зокрема.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гончаренко С.У. Український педагогічний словник. К.: Вид-во «Либідь». 1997.
2. Дорош М. Війна – зоряний час для медіаосвіти? // MediaSapiens, 15 вересня 2014 року [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/viyna_zoryaniy_chas_dlya_mediaosviti/
3. Інформаційне суспільство в Україні: глобальні виклики та національні можливості [Текст] : аналіт. доп. / Д. В. Дубов, О. А. Ожеван, С. Л. Гнатюк. К. : НІСД. 2010. 64 с.
4. Концепція впровадження медіа-освіти в Україні // Інститут соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ispp.org.ua/news_44.htm
5. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за наук. ред. В. В. Різуна. К.: Центр вільної преси, 2012. 352 с.
6. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник / Ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; За науковою редакцією В. В. Різуна. Київ: Центр вільної преси, 2012. 352 с.
7. Лемиш Д. Жертвы экрана. Влияние телевидения на развитие детей. //Д.М.Лемиш,. 2017. 123 с.
8. Серебрянская І.М. Медіаосвіта: семантична специфіка терміну в ціннісній системі координат інформаційного суспільства. Філологічні трактати. 2018. № 3. С. 69-76.
9. Федоров А. В. Словарь терминов по медиаобразованию, медиапедагогике, медиаграмотности, медиакомпетентности. Таганрог: ТГПУ, 2010. 64 с.
10. Федоров А. В. Терминология медиаобразования [Текст] / А. В. Федоров // Искусство и образование. 2000. № 2. С. 33–38.
11. 72 % української молоді не уявляє свого життя без інтернету [дослідження], // MediaSapiens, 21 квітня 2013 року [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/17543>

Видання підготовлено до друку та віддруковано
редакційно-видавничим відділом КНЗ «ЧОІПОПП ЧОР»
Зам. № 1579 Тираж 100 пр.
18003, Черкаси, вул. Бидгощська, 38/1