

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Херсонський державний університет
Факультет української й іноземної філології та журналістики
Кафедра англійської філології та світової літератури імені Олега
Мішукова

НАВЧАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ
МОВИ

Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти «магістра»

Виконала: здобувачка 08-251 М групи
Спеціальності 014. 021 Середня освіта
Освітньо-професійної (наукової)
програми «Середня освіта (Мова і
література англійська)»
Буняк Ірина Миколаївна

Керівник: канд. філол. н., доцентка
кафедри англійської філології та світової
літератури імені Олега Мішукова
Базилевич Наталія Вікторівна

Рецензент: учитель вищої кваліфікаційної
категорії, учитель-методист, заступник
директора з навчально-виховної роботи
Херсонської гімназії № 6
Радецька Ірина Валентинівна

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи дослідження

1.1 Сучасні світові практики впровадження медіаграмотності на уроках англійської мови

1.2 Медіа як виклик для виховання та освіти

РОЗДІЛ 2. Комплекс вправ для формування медіаграмотності в процесі навчання англійської мови в 10 класі

2.1 Вправи на розвиток критичного сприйняття інформації

2.2 Вправи для формування навичок розпізнавання маніпулятивних технологій ЗМІ

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ВСТУП

Людство постійно розвивається. У всіх царинах соціального життя відбуваються зміни, тому для людини, як постає щодалі важливіша проблема реагування на зміни, щоб не стояти осторонь прогресу.

У сучасну епоху кількість інформації зростає із загрозливою швидкістю. ЮНЕСКО зіграло значущу роль у формуванні медіаосвіти. Відомо, що вперше термін «медіаосвіта» вперше було використано у 1973 р. на спільному засіданні Сектора інформації ЮНЕСКО та Міжнародної ради з кіно та телебачення. Більшість науковців стверджують, що ключова навчальна програма з медіаосвіти була підготовлена науковцем із Канадського університету М. МакЛюеном у 1959 р., а активно медіа освіта почала застосуватися в навчально-виховному процесі у Великій Британії, Німеччині, США, Франції та Канаді в 60-х роках. При цьому завданням «медіаосвіти було сформувати інформаційну культуру та підготувати до життя в інформаційному суспільстві» [1, с.182; цит. за: 2]. Далі було оцінено, що інформація зростала зі швидкістю 30% щороку (Potter, 2008). Та з іншого боку, американське дослідження використання засобів масової інформації показало, що 30% нашого часу неспання витрачено на медіа як єдину діяльність, а ще 39% було витрачено на медіа поєднується з іншою діяльністю. Сучасна людина для успішної життєдіяльності не може бути осторонь інформаційних потоків. Але головна складність нині не в тому, щоб отримати певну інформацію, а в тому, щоб визначити, яка інформація потрібна. Величезний надлишок інформаційної пропозиції призводить до того, що сучасна людина ризикує «потонути» в інформаційному морі. До цього додається підвищена загроза повірити неправдивій інформації. На жаль, багато сучасних ЗМІ не перевіряють правдивість оприлюднених даних, а нормами стало використання численних маніпулятивних прийомів, спрямованих на безпідставне створення позитивного іміджу клієнтів або наклепи на конкурентів.

Грамотна інформаційна робота особливо важлива для дітей та молоді. Вони не мають життєвого досвіду і тому копіюють привабливі образи. Враховуючи широке знайомство з медіа, розуміння медіа та їх діяльності є важливою стратегією для підвищення медіаграмотності та освітнім надбанням для 21. В Україні почали розвивати медіаграмотність, щоб привернути увагу освітян та освітніх рівнів усіх державних установ. Оскільки студенти будь-якого віку, як правило, сильно піддаються впливу різних типів медіа-повідомлень, здається доцільним для педагогів звернути увагу на це явище, що зростає, і допомогти студентам використовувати медіа-повідомлення для власної користі. Треба вміти обробляти інформацію. Це мета курсів медіаграмотності, які десятиліттями є частиною шкільних програм у США, Великобританії, Німеччині, Австралії та скандинавських країнах. Нарешті до руху приєдналася й Україна. Сьогодні перед нами стоїть важливе завдання – підготувати учнів до успішного опанування світу. Нині важливим складником цієї майстерності є вміння грамотно опрацьовувати інформацію.

Таким чином, вважаємо тему нашого дослідження «Медіаграмотність на уроках англійської мови» **актуальною**.

Тема кафедри: «Вплив лінгвальних та екстралінгвальних чинників на формування фахівця з іноземних мов у сучасному мультикультурному просторі» 0117U003763

Метою дослідження було розробити систему вправ для розвитку медіакультури особистості в контексті важливих для неї спільнот (навчальних колективів або малих навчальних груп).

Для досягнення мети було поставлені такі **завдання:**

- 1) охарактеризувати сучасні світові практики впровадження медіаграмотності на уроках англійської мови;
- 2) узагальнити основні завдання медіа освіти в сучасних навчальних закладах;
- 3) розробити систему вправ на розвиток критичного сприйняття інформації;

4) розробити вправи для формування навичок розпізнавання маніпулятивних технологій ЗМІ.

Об'єкт дослідження – процес формування медіаграмотності на уроках англійської мови.

Предмет дослідження – система вправ для формування медіаграмотності на уроках англійської мови.

Методи дослідження – аналіз, синтез, порівняння, узагальнення й систематизація психопедагогічної і методичної літератури за метою дослідження.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що його результати будуть використані у курсі з «Методика навчання іноземних мов у загальних закладах середньої освіти», а також при розробці тренувальних та комунікативних вправ для розвитку та формування компетентностей, при складанні відповідних навчальних планів.

РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи дослідження

1.1 Сучасні світові практики впровадження медіаграмотності на уроках англійської мови

21 століття почалося в 2006 році; його роки відзначені зорею новітньої інформації. Люди створюють нові медіа та діляться інформацією через соціальні мережі, такі як Instagram, Facebook і YouTube. Потім ця нова інформація висвітлюється в ЗМІ. Люди стають більш освіченими щодо медіа та розуміють, як вони працюють загалом. Медіаграмотність є надзвичайно важливою в час, коли інформація вштовхується в свідомість людей із загрозливою швидкістю. Зараз Україна потерпає від війни з Росією на півдні країни, яка призвела до анексії Криму. Отже, медіаграмотність необхідна для покращення як особистості, так і суспільства. Це пов'язано з тим, що людей бомбардують оманливою інформацією та пропагандою. Люди повинні вміти розпізнавати фейкові новини, дезінформацію та оманливі заяви.

Навчання збирати та розуміти інформацію вважається зростанням інформаційної грамотності. Згуртоване суспільство використовує єдину систему реального часу для отримання інформації. З 2010-х років Україна зосереджена на навчанні своїх громадян медіа. Вони вважають, що це важливий аспект їхнього життя, який потрібно вивчити та зрозуміти.

Значна кількість зарубіжних та вітчизняних науковців створили праці, присвячені темі медіаосвіти та грамотності. Серед них – Л. Баженова, О. Баранова, О. Волошенюк, Н. Габор, Л. Зазнобіна, В. Іванов, Л. Мастерман, В. Монастирський, Н. Найдьонова, С. Пензіна, Г. Поличко. , О. Спичкіна, Ю. Усова, О. Федорова, Н. Хілько, І. Челишева, О. Шарикова та ін. Ці роботи досліджують різні моделі та методи медіаосвіти та формування медіаграмотності серед інших предметів, пов'язаних із цими темами, таких як журналістика та медіадослідження. Ці наукові праці розглядають як розвивати медіаграмотність та як її навчати з акцентом на формування систем медіаосвіти.

Щоб бути частиною медіа-суспільства, потрібно володіти медіаграмотністю.

Медіаграмотність включає певні засвоєні риси, які допомагають аудиторії зрозуміти, як працюють ЗМІ та як вони змінюють їхній світ. Це також передбачає здатність брати активну участь у його процесах і розвивати їх. Пам'ятаючи про це, люди в епоху ЗМІ створюють флешмоби та організовують соціальні заходи у віртуальній реальності. Люди беруть до уваги те, що вони дивляться, читають або відчують. Медіаграмотність допомагає людям зрозуміти, як ЗМІ можуть маніпулювати їхніми діями та як ЗМІ впливають на громадську думку.

Люди повинні вміти розуміти медіаграмотність, якщо вони хочуть вижити в сучасному світі. Вони повинні розглянути, які веб-сайти та телеканали їм доступні.

Педагоги повинні розуміти важливість проблеми, що розглядається, і використовувати нові методи та підходи в навчанні. Їм також необхідно використовувати різні форми розвиваючих ігор.

Медіаграмотність – це здатність сприймати та критично інтерпретувати інформацію, відрізняючи реальність від віртуальної симуляції. Сьогодні просто бути хорошим експертом недостатньо. Ми повинні бути комунікабельними, відкритими, працьовитими та готовими сприймати нові зміни та продовжувати вчитися. .Англійська – це предмет, у який ми можемо інтегрувати будь-що, включно з медіаграмотністю.

Рекомендую використовувати на заняттях гру «Дві правди і брехня». Його суть полягає в тому, що вчитель дає дитині три речення про себе, і тільки два речення є правдивими. Ця вправа дає студентам можливість проаналізувати те, що вони можуть сказати людині, навчаючи їх не вірити абсолютно всьому, а ставити собі запитання. Ми також можемо пояснити

студентам, що таке «здорова медіа-інформація», використовуючи поняття «медіа-їжа», де здорова їжа — це справжня інформація, а фаст-фуд — підробка. Навчіть дітей не плутати факти з оціночними судженнями, використовуючи приклади, де вони повинні аналізувати аргументи: це факт чи судження. Наприклад: «Зима — холодна пора року» — це правда. «Зима — найгірша пора року» — судження, тому що хтось так вважає. Ось як ми пояснюємо дітям, що іноді ЗМІ використовують судження, і ми сприймаємо це як факт.

Вчителі повинні навчити дітей зображати поняття «стереотипи». ЗМІ мають поширювати правдиву інформацію, а не нав'язувати її, але насправді ми стикаємося зі стереотипами. Дуже важливо на прикладах пояснити учням, що це таке та загальні стереотипи. Як автор інформації, так і люди, які її отримують, повинні почати більш критично ставитися до висвітлення в ЗМІ, перевіряти її в багатьох джерелах, щоб уникнути поширення фейків, або фейкових новин. При цьому варто пам'ятати, що кожна країна має свої традиції та менталітет. Кожен розуміє визначення медіаграмотності по-своєму. Це впливає на міжкультурний діалог і взаємний досвід.

У нашій країні проводиться багато заходів, спрямованих на поширення навичок медіаграмотності в суспільстві. Значна увага приділяється перевірці інформації, контенту та медіа-повідомлень. Медійні організації проводять тренінги, семінари, круглі столи тощо.

Важливий акцент робиться на навичках критичного мислення та здатності створювати медіа-повідомлення. Термін «медіаграмотність» в Україні визначається[13] як «сукупність знань, умінь і навичок,, які дозволяють людям аналізувати, критично оцінювати та створювати різні типи та форми інформації для різних типів Медіа, розуміння та аналіз того, як медіа працюють у суспільстві та їх вплив». Порівнюючи розуміння медіаграмотності країнами ЄС, ми бачимо певні відмінності у ставленні громадян, особливо через опору на національні традиції чи історичні дружні

стосунки. У такій високорозвиненій демократії, як Німеччина, поняття медіаграмотності розуміють дещо інакше.

На думку німців, медіаграмотність (медіа-компетентність) – це здатність використовувати медіа та їхній контент у спосіб, який відповідає цілям і потребам [11]. Бернд Шорб та Ульріке Вагнер визначили три компоненти медіаграмотності: знання, оцінка та дія [1]. «З одного боку, знання структури, функції та інструментальних навичок, а з іншого боку, здатність аналізувати та оцінювати структури, пропозиції та власні дії відповідно до естетичних та етичних соціальних критеріїв є участю в соціальних, культурних та політичних життях» [1]. А саме: уміння знаходити та використовувати необхідну інформацію (знайти конкретну книгу в бібліотеці, знайти новини чи розваги в різноманітних телепередачах); бути активним громадянином і винахідником (написати листа до редакції, вести блог, інформаційну сторінку). , написання книг, організація заходів, поппапи); дотримання критичної дистанції до джерел інформації (розуміння об'єктивності чи суб'єктивності інформації та ЗМІ).

Загалом медіаграмотність Німеччини не змінюється через присутність Rance. В першу чергу це пов'язано з невеликою кількістю фахівців, які навчаються в університетах і наукових установах. В Україні працюють такі сайти верифікації ЗМІ: Vox Ukraine та Fact Check. Крім того, в країні є актуальні ресурси медіаграмотності.

Доступ до Інтернету можна знайти на веб-сайті Media Sapiens через їхній інтернет-детектор Media Sapiens <https://ms.detector.media/>.

Відеоролик спеціального проекту «Новинна Грамотність &22» доступний на онлайн-курсі Детектор медіа «Новинарна грамотність».

Курс про повсякденне мислення під назвою «Наука про повсякденне мислення» можна знайти на веб-сайті Prometheus. Його назва "THINK101", і він був випущений у 2016 році.

Є онлайн-посібник під назвою Mediadrivеr.

На сайті <http://www.aup.com.ua/Game> розміщена інформація про онлайн-гру Медіознайко.

У підручнику є книжка «Медіаосвіта та медіаграмотність через ЗМІ».

MILID означає Мережу університетів, які займаються вивченням медіаграмотності з метою просування нових освітніх обов'язків і можливостей для активного громадянства.

Його основна мета — служити дослідницькою структурою для GАРMI, яка є освітньою ініціативою, очолюваною медіаграмотністю. Розуміння медіа та його вмісту допомагає приймати зважені рішення та безпечно користуватися ним.

Медіаінформаційна грамотність охоплює знання, навички та стосунки. Це допомагає споживачам ефективно та безпечно використовувати медіа, створюючи безпечний простір для обробки інформації. Він також надає їм інструменти для обробки інформації та прийняття позитивного вибору. Нові комунікаційні технології та медіасистеми пропонують такі можливості. Крім того, він захищає сім'ї від шкідливої або вразливої інформації, надаючи можливості фільтрувати потенційно небезпечний вміст.

Дж. Поттер стверджує, що розуміння межі між реальністю та створеним медіа світом допомагає людям підвищити свою медіаграмотність.

1.2 Медіа як виклик для виховання та освіти

Медіаосвіта стала невід'ємною частиною нашого життя. Сюди входять книги, друковані та письмові засоби масової інформації, радіо та телебачення, телефони та смартфони, а також комп'ютерні та інтернет-медіа. Засоби масової інформації пропонують широкий спектр продуктів: ігрові розваги та реклама у віртуальних світах, документальні фільми, дитячі програми, шкільні та навчальні матеріали, різні форми групового спілкування, численні варіанти особистого спілкування, просоціальний матеріал, що демонструє сцени насильства та жахів. .

Медіа створюють різні форми передачі інформації шляхом генерування, передачі, зберігання, обробки або відтворення базових символів. За допомогою цифрових носіїв ми можемо не тільки переглядати інформацію у формі слів і зображень, але також поєднання та взаємодія різними способами - вербальні та невербальні символи, нерухомі та рухомі зображення, візуальні та аудіопрезентації, які по-різному поєднуються в медіа-середовищі. Мережа дозволяє розширити можливості розповсюдження баз даних, розповсюдження великих обсягів інформації на всіх континентах, уможлиблюючи всесвітнє спілкування та співпрацю в контексті інтернаціоналізації та глобалізації. Завдяки цим можливостям інформаційно-комунікаційні технології відіграють важливу роль у нашому суспільстві.

З розвитком ЗМІ змінилися компетенції дітей, підлітків і дорослих. У той же час медіа-підготовка також є важливою. Знання «мови» медіа та вміння висловлюватися цією «мовою знаків» розширює попередні базові навички читання, письма та арифметики. Крім того, беруть участь у професійних, культурних і Розуміння та критична оцінка цифрової природи медіа-пропозицій, впливу мас-медіа та умов, за яких вони створюються та поширюються, стають все більш важливими в суспільному житті. Це має створити можливості для корисного використання медіа, максимального уникнення загроз, власного впливу на медіаландшафт. Щоб задовольнити ці вимоги, необхідні й важливі освітні заходи, особливо з огляду на широку

доступність медіа-пристроїв та активне використання медіа серед дітей і підлітків.

Діти та підлітки стикаються з можливостями та обмеженнями свого оточення та досвіду, щоб задовольнити свої потреби в сенсорній стимуляції та пізнанні, безпеці та орієнтації, приналежності та любові, повазі та незалежності, розумінні та компетентності та самореалізації, і відповідно до їх власного рівня знань і розвитку, щоб працювати з їхнім досвідом. З одного боку, зв'язок між доступом до досвіду та потребами дитини чи підлітка та можливістю переробити досвід створює можливості та ризики. Слід мати на увазі, що питання про те, чи здійсняться можливості та чи виникнуть ризики, пов'язане не лише з наданням медіа та його використанням, потребами та когнітивними можливостями для їх вирішення, а й із конкретним соціальним контекстом. Діти та підлітки (наприклад, див. Paus-Hasebrink 2017).

У різних жанрах літератури, педагогіки, сленгу та офіційної розмови слово «медіа» розуміється по-різному. Люди використовують такі фрази, коли говорять. Цифрові медіа кардинально впливають на соціальні тенденції. Газети та телевізійні програми залишаються важливими, незважаючи на появу цифрових технологій. Рекламу забезпечує необхідну золоту середину між економікою та іншими темами, тому розглядати економіку без неї неможливо. Шкільні вчителі дітей стають найважливішим каналом спілкування між ними та учнями. Музика в першу чергу служить інструментом контролю над своїми емоціями. У класах часто використовують дошку та крейду для уроків. Вивчення фізики спирається на експерименти. Мова є найважливішою формою медіа. Для неформального спілкування слово «медіум» зазвичай стосується засобу, посередника або чогось, що діє як посередник.

Є багато способів познайомитися з феноменом «зоопарку» вдома. Наприклад, дитина може зробити свій «зоопарк» з фігурок тварин та інших предметів. Інший спосіб - відвідати з батьками справжній зоопарк. Це

дозволить дитині спостерігати за тваринами, клітками та вольєрами в дикій природі. Або вони також можуть взаємодіяти з поняттям «зоопарк», купивши іграшку зоопарку в магазині. Розмова про зоопарк без використання зображень може призвести до контакту третьої особи з феноменом «зоопарку». Ще один спосіб доторкнутися до цього — переглядати фільми чи зображення реального життя з точними схемами чи кольорами. Розуміючи наведені нижче параметри, ви можете отримати інформацію про конкретну ситуацію чи явище.

Зустрічі з людьми в реальному житті, спостереження за об'єктами чи тваринами в природному світі або виконання дії – все це призводить до справжнього досвіду. Під час роботи з моделями або при грі в рольових іграх доречно використовувати модельну форму. Інформація часто передається через зображення, які відображають реалістичний, узагальнений або стереотипний дизайн. Символічне представлення передбачає розуміння інформації за допомогою словесних визначень або візуальних символів.

Медіаосвіта є обов'язковою у світі інформаційного суспільства, в умовах розповсюдження медіакультури вона пов'язана з динамічними змінами інформаційного та медіапростору, тому тривалість медіаосвітнього процесу для кожного є сквозною. його життя; Необхідно продемонструвати, що медіапродукція не є точним відображенням реальності, а лише її представленням; Він має формувати критичне мислення та направляти молодь на критичне сприйняття медіапродуктів. Медіаосвіта, як особлива галузь знань, формує не лише свідомого та компетентного медіаспоживача, а й особистість зі стереотипно-незалежним мисленням, що стимулює творчий потенціал у процесі сприйняття медіатексту та створення власного розвитку, більше того, у створенні власного життя як справжньої особистості.

Головним завданням медіаосвіти є підготовка людини до життя в інформаційному суспільстві, до безпечної та ефективної взаємодії з сучасними системами мас-медіа, до сприйняття інформації, до усвідомлення

її наслідків для психологічного впливу, до формування спілкування з ЗМІ Культурні, творчі та комунікативні навички, критичне мислення, комплексне сприйняття медіатекстів, навички інтерпретації, аналізу та оцінки, навчання різноманітним формам самовираження через створення медіатекстів, володіння нетехнічною усною комунікацією.

РОЗДІЛ 2. Комплекс вправ для формування медіаграмотності в процесі навчання англійської мови в 10 класі

2.1 Вправи на розвиток критичного сприйняття інформації

На даному етапі в Україні гостро постало питання медіаосвіти та медіаграмотності, адже від якості інформації, яку ми отримуємо, залежить наше майбутнє, в тому числі й країни. Процес отримання інформації є невід'ємною частиною нашого життя. Зрозуміло, що людина не може вижити без отримання та обробки інформації, оскільки з ранніх етапів свого життя вона змушена постійно сприймати та аналізувати інформацію. Дослідження є актуальним і перспективним щодо впровадження концепції української медіаосвіти та медіаграмотності [2] та експериментальної роботи в навчальних закладах. Включення в навчальний процес вправ з медіаграмотності дозволяє вчителю урізноманітнити типи завдань на заняттях з іноземної мови, зробити заняття жвавими та комунікативно спрямованими.

В умовах інформаційних технологій дітей слід вчити самостійно здобувати знання та приділяти увагу застосуванню отриманих знань у повсякденному житті. Інтерактивні та інноваційні методи навчання не тільки підвищують ефективність засвоєння мови, а й виховують особистість, готують її до реального життя. Використання медіаосвітніх вправ не тільки допомагає вчителям прояснити очікування учнів, але й допомагає учням визначити для себе чіткі очікування. Це означає, що вони керуються набутими навичками критичного мислення щодо того, що вони будуть робити в майбутньому, і використання цих вправ має відношення до

майбутнього життя та роботи студента. Школярі будуть обізнані про можливості застосування навчальної програми та розумітимуть фактори власного розвитку.

За останні кілька десятиліть медіаграмотність була включена в навчальні програми з англійської мови та інших гуманітарних, соціальних наук і предметів, пов'язаних зі здоров'ям, тому не дивно, що в цих галузях є чимало прикладів. Сінді Шайбе та Фаїз Рогов наводять приклади інтеграції медіаосвіти в англійську мову та літературу [3, 184-188], а також у суспільствознавство, математику, основи здоров'я, мистецтво, фізичне виховання та фізичні вправи. За словами Сінді Шайбе та Фаїза Рогова: «Вправи з медіаграмотності особливо ефективні для учнів із обмеженими знаннями англійської мови, оскільки вони дають можливість включити образи в навчання» [3, 202].

Медіаосвітні вправи можуть відвернути учнів від традиційних форматів навчання та продемонструвати креативність. З цією метою вправи систематизовані та розділені на кілька рівнів, починаючи від найпростішого перцептивного рівня до найскладнішого творчого рівня. В результаті виходить три рівні - рівень користувача, рівень аналітика і рівень креативності.

Така класифікація вправ дозволяє вчителю підібрати комплекс вправ з урахуванням складності їх виконання та оцінки. Будь-яка з представлених вправ може бути спрощена або складена і використовуватися в початкових і вищих навчальних закладах. Ці типи вправ дозволяють учням розвивати різні види діяльності – говоріння, читання, аудіювання, письмо та на Подані вправи дають можливість зробити урок цікавішим, спонукати дітей до навчання, розвивати критичне мислення, розвивати важливі життєві та мовні навички та компетенції, проводити різні форми навчального плану – від вступної до завершальної, проводити різноманітний контроль. Подані вправи

можна використовувати в курсах іноземної мови та літератури, а також у позакласній та виховній роботі.

Types of exercises.

Mass media and everyday life EXERCISE

Are you a media person? Put a \sqrt if you have listened to the radio (any programme, including music), watch TV or read a printed publication while you were :

1. getting up in the morning_____
2. dressing up to come to school _____
3. having breakfast _____
4. breaking for lunch_____
5. enjoying an afternoon_____
6. Doing the washing up_____
7. Cleaning your motorcycle/ car_____
8. having a drink with your friends_____
9. studying for an exam_____
10. doing the household chores_____

Note: the list can be as long/short as wished. I'd suggest a list of 20 questions. The purpose is to make students realise how our lives are organised by the mass media and to notice their presence in everyday life.

EXERCISE . Identifying Television genres.

You will watch a video with several extracts from different television genres. You will have to identify and give a label to the different genres.

1	4
2	5
3	6

Preparation: do a bit of zapping and record different types of programmes from different channels, one bit after the other on the same tape. The extracts should not be longer than five seconds each. You will end up with an video extract which may contain examples of: weather forecast, news, children's programmes, game shows, detective series, etc.

Comments: the main purpose of this exercise is that students realise how much they know about TV genres; and most of all that they are familiar with their generic conventions, allowing an immediate identification.

The 'difficulty' of the exercise may be altered by:

- a) list of genres: you may decide to provide them with a list of TV genres or not;
- b) giving them a scrambled list; they will have to order them according to the VCR extract;
- c) doing first a brainstorming exercise, and writing on the blackboard the genres that they know;
- d) the exercise can be as long or as brief as we wish, depending on the number of genres we want to introduce.

EXERCISE . Television genres. Match these programmes with their genre label.

- | | |
|------------------------|------------------------------|
| 1. Detective series • | • a. Nosolom` sica |
| 2. music programme - • | • b. Matrimonio con hijos |
| 3. sitcoms • | • c. Se ha escrito un crimen |
| 4. cartoons • | • d. |

Bola de Drac Note: you can vary this list if you consult your TV guide or teletext. You can also vary the genres according to what is available. If you want, once they've done the matching, you can ask them to name other programmes of the same genre. You can also leave some genres without any possible match and ask them to give you examples.

EXERCISE. Identifying actions.

One of the best genres to work with in order to practice actions is cartoons. You may decide to do it with the volume on or off.

There are several possibilities: a) Provide the students with a list of actions and they will have to tick only those that are performed by the characters.;

b) Do a fill in the gap describing what's going on;

c) Devise a true false exercise with actions.

The example below is from an episode of the Pink Panther entitled Pink and Quiet. The Pink Panther tries to protect himself against the girl. What does he do to get rid of the girl? TRUE or FALSE:

EXERCISE

Group names & titles of songs. Compounds, Idioms, Fixed phrases. Culture. Ask them to bring to class about 10 group names in English. Ask them to explain the meaning of the name of the group: e.g. Red Hot Chilli Peppers; Genesis; The Rolling Stones; Iron Maiden; Foo Fighters. Many times you will find that names of groups and titles of songs are good to explain compounds or fixed phrases, or even idioms. Sometimes, they are also useful to explain cultural or historical phenomena.

EXERCISE

Music genres. Here is a list of different labels used for different types of music. Are you able to name a group/ a singer for each type of music? Suggestions: the students can bring tapes to illustrate the different types of music. Or, alternatively you can play the tapes they bring and ask the class to identify the music genre to which it belongs.

EXERCISE

Telling about your favourite song You can ask the students to bring the lyrics of their favourite song and ask them to tell the class what the song is about, the story behind it. They can bring the copies for everybody and a tape to listen to the song.

EXERCISE

Narrative with images There is usually a story behind each video clip which illustrates the words of the song. Play a video clip and ask them to tell you about the story.

EXERCISE

Profiles. Make a profile of your favourite sports presenter, DJ, etc. The same can be applied for any character on television, film, etc.

RADIO EXERCISE

Radio genres What types of programmes do you listen to? Does your favourite radio station have: chat, quiz show, plays, magazine, music, jingles, signature and theme tunes, live performances, self-advertising, a studiobased play, a radio soap opera/play, weather report.

Уроки англійської можуть включати вправи, які інтегрують медіаграмотність у клас. Це може включати аналіз, інтерв'ю, статей у ЗМІ чи англомовних плакатів або виконання веб-квестів. Учні також можуть працювати з першоджерелами, виконуючи роботу, пов'язану з певним предметом. Деякі приклади з них наведено нижче.

Exercise 1.

Second acquaintance: tell about yourself, hobbies (you can do it in a humorous way). Complete the story with a photo. Let your classmates distinguish between true, humorous and fictional information. Consider how a person presents himself in the media reality, does it always provide comprehensive and reliable information?

Exercise 2.

Take two sheets of paper and circle your palms on each of them with a pencil – draw gloves, cut and paint. Put all the products in one box. The teacher mixes the gloves in the box and gives each one two. Your task – to collect a pair of identical products, exchanging the desired item with classmates. In the process of exchange, apply all your communication skills to influence (manipulate) the conversationalist. The teacher analyzes the dialogues and names the manipulative techniques you use (If you are already familiar with manipulative techniques, then your task is to use these techniques in the process of exchanging gloves).



Вправи мають виглядати як «правила гри», які включають україномовні, франкомовні та інші іншомовні сайти. Вони повинні використати тему уроку, щоб поєднати різні вправи в одну. Американська поетеса Аделаїда Крепс створила 5-рядковий вірш Cinquain, надихнувшись японською поезією. Цей вірш ідеально підходить для розвитку уяви, вивчення нових понять з іноземної мови, розширення знань шляхом концентрації та обговорення, а також для висловлення власної думки з приводу теми.

Як скласти синквейн:

1 рядок – 1 слово – тема/об’єкт обговорення (іменник або займенник).

Рядок 2 – 2 слова, що описують властивості/ознаки/характеристики предметів (прикметники, дієслова).

Рядок – 3 слова, що описують ознаки дії предмета (дієслово, частка).

Рядок 4 - Фраза з 4 слів, у якій автор висловлює особисте ставлення до теми.

Рядок 5 — це нове тлумачення загального слова, ключової ознаки чи предмета.

Приклади:

Math

Important education

Adding, subtracting, multiplying

Sometimes difficult, sometimes easy

Numbers

Завдяки урокам англійської мови, які використовують технологію критичного сприйняття, учні, народжені з розвиненою когнітивністю, можуть створити сприятливі умови для розвитку свого мислення.

Швейцарський психолог Жан Піаже вважає, що вчителі можуть створити кооперативне та відкрите середовище в класі за допомогою технологій. Як тільки цього буде досягнуто, вони зможуть запроваджувати системи ефективних методів, які заохочують критичне мислення та самостійне навчання. Це дає їм змогу створювати навчання на курсах медіакультури важливо розвивати критичне мислення. Для цього доречно використовувати вправи, які вчать дітей розумно мислити.

Китайське прислів'я говорить: «Скажи мені, що я забуду, покажи мені, що я запам'ятаю, дозволь мені діяти, і я навчуся».

Навчати дітей мислити самостійно, зважувати та брати відповідальність за власні думки та рішення – - не найважливіше для вчителів одне із завдань? Їну модель і розвивати самостійне мислення [31, с. 281].

Використання стратегій критичного мислення в курсі дасть можливість розвивати гармонійно розвинену, конкурентоспроможну особистість, набуваючи тим самим навичок і компетенцій, необхідних для подальшого життя. Прийоми розвитку критичного мислення школярів у процесі вивчення іноземної мови передбачають розвиток пізнавальних інтересів шляхом виховання внутрішньої мотивації до цілеспрямованого навчання, підтримки пізнавальної діяльності учнів, спонукання до порівняння та формування аналітичного судження.

2.2 Вправи для формування навичок розпізнавання маніпулятивних технологій ЗМІ

У сучасному світі засоби масової інформації мають важливий вплив на формування громадської думки. А друга половина 20 – початок 21 ст. надзвичайно багатий приклад розумових операцій, які маніпулюють людською свідомістю. Ні для кого не секрет, що засоби масової інформації мають різний ступінь впливу на формування громадської думки. Це, швидше за все, вплине на людей, які раніше не мали чіткої думки з приводу проблеми. «Чому маніпуляція медіапростором небезпечна для окремої людини та суспільства в цілому?».

Засоби масової інформації можуть не лише впливати на людину, а й зміцнювати та зміцнювати вже існуючі переконання в окремої людини чи групи, або послаблювати їх, або навіть перетворювати на протилежні переконання. Часто при такій владі ЗМІ не завжди Дотримуйтесь правил етики та поширення інформації, але натомість маніпулюйте нею. Системи шкільної освіти повинні відповідати викликам сьогодення. Йдеться не лише про те, щоб навчити дітей здобувати певні знання, а й розвивати навички 21 століття: креативність, критичне мислення, спілкування та командну роботу. Ми також не можемо ігнорувати той факт, що інформаційні технології існують. Вчителі можуть корисними способами зацікавити дітей гаджетами. На курсах англійської мови ви можете комбінувати різні техніки, щоб розвинути всі ці навички.

Однією з цікавих вправ для розвитку аналітичного мислення є перегляд і аналіз відео. Після перегляду відео (я використовую різні відео з сайту <http://learnenglish.britishcouncil.org/general-english/video-zone>, <https://elt.oup.com/student/headway/?cc=ua&selLanguage=uk>), діти не тільки виконують завдання на розуміння тексту, а й аналізують інформацію. Наприклад, вони розрізняють реальні факти та припущення. На першому етапі рекомендується визначити, де факт, а де гіпотеза для запропонованого варіанту. (Факт чи думка? Чому?)

It`s a very simple recipe.

It`s healthy food.

The girl like it.

Розбираючи власну роботу без допомоги вчителя, учні можуть краще полегшити свою роботу. Крім того, учні можуть аналізувати фрази, рухи, інтонацію та вирази героїв. У старших класах учні вивчають тему «Медіа». Вони повинні спочатку зрозуміти багато фактів у короткому тексті. Зазвичай це робиться шляхом вивчення такої країни, як Шрі-Ланка чи Нікарагуа, про яку більшість людей мало знають. Кожна група учасників переказує історію через іншого представника. Історія кожної групи своя. Студенти дізнаються, що інформацію можна кодувати та декодувати кілька разів, перш ніж набути остаточної форми. Це змушує їх зрозуміти, що різні кодування тієї самої інформації можуть змінити її значення або зробити більший акцент на певній її частині. Дуже важливо ознайомити учнів з правильними правилами аналізу отриманої інформації. Це можна зробити шляхом належної освіти щодо різниці між фактами та фейками. Створіть вправи на розпізнавання фейків, щоб допомогти людям їх ідентифікувати.

They say it`s harmful for our health. (Who are they? How can this statement be proved?)

Ex-minister said that the economy of our country has increased lately. (Can we trust this information? Why? Can we trust the person if she or he ex-? Is it a fact or an assumption?)

Робота з поняттями.

Маніпулювання – спосіб психологічного впливу, націлений на зміну напрямку активності інших людей, здійснюваний настільки майстерно, що залишається непоміченим ними.

Джинса

Сленговий термін, який використовується переважно у світі ЗМІ.

* Синонімом цього терміна є «Прихована реклама».

Мається на увазі навмисно прихована або антиреклама у вигляді новин, авторських текстів, аналітики, телепередач.

Пропаганда

Адвокація – форма комунікації, покликана вплинути на ставлення суспільства до певної проблеми/ситуації/явища. Воно впливає на ставлення до певних явищ чи людей. поширення світоглядів і теорій, Твердження, факти, аргументи, чутки та інша інформація для впливу на громадську думку на підтримку спільної справи чи громадської позиції.

Вправа «Асоціації на слово пропаганда»

Дивимось зображення ПРОПАГАНДИ.

Фейк - Фальсифікація:

- Підробки, підробки імітації :
- Умисне перекручування або спотворення певних явищ, подій, фактів;
- Фальсифікація чого-небудь, зміна зовнішнього вигляду або властивостей предмета так, щоб його зовнішній вигляд не відповідав його справжній природі, з корисливих міркувань.

Мова ненависті – це коли одна група людей починає говорити про іншу, що інша недосконала. Людина створює стереотипи щодо інших.

Це мова ворожнечі та дискримінації.

Вправління «Продовж речення» Дія відбувається о... . (Учасникам необхідно продовжити список)

Слова психолога. Маніпуляція - це психологічний ефект, художнє вираження якого викликає в іншій людини наміри, які не відповідають її справжнім бажанням. У людини завжди є вибір: або взаємодіяти з маніпулятором, або відмовитися від участі.

Тест – гра «Я не вірю жодному слову» (неправда чи правда)

Мета: навчити учасників не піддаватися впливу пропаганди та допомогти їм не стати жертвами маніпуляцій, які призводять до паніки, ненависті чи різного роду страху.

Рекомендуємо перевірити свою здатність критично сприймати інформацію. Для цього ми відібрали дванадцять фейкових та справжніх новин, які активно поширюють у соцмережах та ЗМІ.

Плескайте в долоні, якщо вважаєте, що це правда, тупайте ногами, якщо новина неправдива.

1. Жінок в Україні на 2 мільйони більше ніж чоловіків.
2. Нещодавно молодий австралієць одружився на своїй собаці.
3. З 2021 року на стипендію матимуть право лише студенти з малозабезпечених сімей.
4. З 1 квітня 2020 року в Україні розпочався другий етап медичної реформи, який передбачає встановлення тарифів на кожну медичну послугу.
5. На Стокгольмській конференції ЛГБТ-спільноти у вересні 2020 року ви можете купити собі дитину.
6. Найстаріша людина в світі живе в Японії, їй 116 років.
7. Найбільший у світі айсберг заходить у відкрите море.
8. Українських дітей змушували гратися «Іграшковим Гітлером».
9. Україна має другі в Європі запаси газу.
10. З 2020 року ЗНО з математики стало обов'язковим курсом для вступу до ВНЗ.
11. З наступного місяця вартість користування "Instagram" становитиме 10 євро на місяць.
12. Американці винайшли коронавірус, щоб налякати світ.
13. Пенсіонери ходять по лікарнях харчуватися «на халяву».

У науковому середовищі існує багато визначень терміну «маніпуляція». Деякі відомі приклади наведено нижче.

Маніпуляція

Приклад способу маніпуляції.

Мова дуже важлива, коли ви намагаєтеся змінити чийсь емоції. Це допомагає людям відчувати сильний вплив під час контакту з інформацією. Людсьми також можна маніпулювати, використовуючи певні слова чи фрази. ЗМІ часто складають словники, щоб справити враження на публіку. Зазвичай це робиться під час висвітлення військових конфліктів, наприклад війни у В'єтнамі. Ці словники описували б дії однієї країни, щоб продемонструвати їхню миролюбність і чому вони повинні були воювати. Наприклад, під час висвітлення війни у В'єтнамі американські ЗМІ назвали бомбардування Північного В'єтнаму оборонною відповіддю.

Вправа «Інформаційна маніпуляція» - учні на аркушах пишуть 1 слово та одночасно вигукують його, визначаємо які слова лунали

Вправа «Об'єкт Мас-медіа» - учні чують оголошення кольору Мас-медіа, мають знайти та торкнутися його, можна вбрання або річ, це жертва мас-медіа маніпуляції (наприклад: колір мас медіа – білий, сірий, синій, жовтий, червоний)

Пропаганда можлива завдяки застосуванню **маніпулятивних технік:**

- спотворити за допомогою неповного, одностороннього питання
- подача інформації в єдиному інформаційному, неопрацьованому потоці
- відредагувати та додати власні домисли і коментарі
- інтерпретація у вигідному світлі
- приховування, замовчування фактів
- оперативна подача неперевіреної інформації
- поширення певних поглядів

Маніпуляція в медіа – це техніка цілеспрямованого викривлення інформації заради формування певного погляду.

Розповідь: Соціальний експеримент «Скрипаль» (під музику скрипки)

СКРИПАЛЬ

Холодним січневим ранком на станції метро міста Вашингтон розташувався чоловік і став грати на скрипці.

Протягом 45 хвилин він зіграв 6 творів. За цей час, так як була година пік, повз нього пройшло більше тисячі чоловік, більшість з яких були по дорозі на роботу...

Через три хвилини на музиканта звернув увагу чоловік середнього віку. Загальмував, на мить зупинився, а потім... поспішав і поспішав. Через деякий час скрипаль отримав перший заробіток: жінка кинула гроші в скриньку, не зупинившись, пішла далі. Через кілька хвилин чоловік притулювся до стіни і почав прислухатися, але незабаром подивився на годинник і продовжив шлях.

Найбільше уваги музикант отримав за трирічного хлопчика. За ним поспішила мати, але хлопець зупинив погляд на скрипалі. Мама сильно смикнула, а хлопчик рухався, постійно повертаючи голову.

Це сталося і з кількома іншими дітьми. Усі без винятку батьки не дозволяли їм ні на хвилину бовтатися.

За 45 хвилин гри лише 6 людей зупинилися, щоб ненадовго послухати, а ще 20 людей продовжували кидати гроші. Музикант за робляє 32 долари.

Ніхто з прохожих не міг знати, що скрипаль був одним із найкращих музикантів у світі.

Джошуа Белл виконав одні з найскладніших творів, коли-небудь написаних на скрипці Страдіварі вартістю 3,5 мільйона доларів.

Квиток на концерт Бостона вартістю 100 доларів розкупили за два дні до його шоу в метро. Гра в метро Джошуа Белла існувала як частина соціального експерименту Washington Post про пріоритети, смаки та сприйняття.

Принципи якого полягали в тому, що будь-хто зможе відчутти красу в невідповідному місці і в невідповідний час. Коли ми знаходимо хвилинку,

щоб оцінити талант, ми розуміємо несподіване оточення. Виходячи з результатів цього експерименту, наступне твердження можна вважати вірним:

Слухати найкращу музику, коли-небудь написану одним із найкращих музикантів планети, – це марна трата часу, якщо наше життя настільки стрімке, що ми втрачаємо це усвідомлення.

Це також безглуздо, якщо ми не можемо знайти час, щоб зупинитися та послухати.

Мораль: будьте відкритими до знань, уважні до оточуючих, розпізнавайте маніпуляції та критично мисліть, щоб не втратити головного

Яка вправа вимагає «верхової їзди або формування гірського масиву»?

Цей проект на практичних прикладах демонструє вплив сприйняття на людські наміри.

Слово психолога.

Люди здатні відрізнити зображення, побачене очима або почуте вухами. Подивіться на зображення перед вами та дайте відповідь на запитання. На перший погляд, більшість людей думають, що це зображення виглядає як коричневе тло з білими гірськими каменями.

Але якщо я скажу, що ця картина називається «Табун коней», люди, швидше за все, зі мною не погодяться. Ви бачили, яку користь принесла ця стаття, коли вона була у вашому розпорядженні.

Скільки коней потрібно учасникам відповісти? Звичайно, ви знайшли те, що уявляли ваші думки, завдяки простору, який ви їм надали для цієї мети. Але коли я ввів у твої думки нову ідею і керував твоєю уявою, ти негайно відкинув усі інші ідеї й почав шукати доказ коней на картині.

Іншими словами, люди шукають докази моєї ідеї замість того, щоб шукати якісь нові ідеї. ми прагнемо виправдати чийсь очікування, зосереджуючись на конкретній темі та ігноруючи проблеми, які не стосуються нашого повідомлення. Це пов'язано з нашим бажанням задовольнити чийсь вимоги.

На перший погляд, цей приклад чітко зображує, як відбувається маніпуляція людини. Перші думки людей часто бувають неточними, коли вони розглядають телевізійний репортаж або репортаж у соціальних мережах. Коли люди дивляться телевізор або читають публікації в соціальних мережах, вони часто бачать те, що очікували, а не те, що було показано.

Це паралель досвіду гірських пейзажів, каменів і коней. На наше сприйняття світу сильно впливає інформація, яку нам надають. Якщо інформацією маніпулювати або подавати її поза контекстом, наше розуміння світу може бути спотвореним. Якби у нас була можливість проаналізувати події незалежно від зовнішнього впливу, ми могли б дати обґрунтовану оцінку ситуації.

Подаруйте собі неконтрольований буфер!

- Дані включають такі факти, як смерті, уявлення про причини та навіть оцінки смертей.
- Люди пропонують різні варіанти та пропозиції під час обміну інформацією.
- Він може представляти інформацію, яка є надто сенсаційною або занадто емоційною для аудиторії. Крім того, це має бути підозрілим.
- * Наскільки надійним є джерело? Чи можу я перевірити інформацію з інших джерел?
- * Що саме «доводить» зображення, фото чи відео? Що показано на доказ?

* Для кого ця інформація? Чи включає в себе процедури сприйняття, очікувань і упереджень?

Підсвідомий психологічний вплив людини, який він не завжди усвідомлює і який змушує його діяти відповідно до цілей маніпулятора. Створюючи ілюзії про реальність або про себе, суб'єкт створює процес штучного творення. Інші суб'єкти сприймають ці ілюзії і самого творця, якщо він їх створює.

Емоції, думки та переживання піддаються підсвідомому впливу, щоб запрограмувати мотивацію іншої людини працювати з ними. Недоступність приносить відповідальній особі односторонні переваги.

Акт вмілого створення психологічного стану підсвідомості в іншій людині, який змушує її пробуджуватися до того факту, що її бажання не відповідають її справжнім намірам. Як визначення маніпуляції доцільно зазначити, що акт впливу на іншу особу, щоб вона підкорилася бажанням першої, вважається маніпуляцією.

Дослідники виділяють три рівні операцій:

1. Посилення уявлень, установок, мотивацій, цінностей і норм, необхідних для зміцнення маніпуляторів, які існують в людях.
2. Часткові та невеликі зміни у поглядах на ті чи інші події, процеси, факти також можуть вплинути на емоції та реальне ставлення виборців до певного явища.
3. Докорінно змінити ставлення до життя, поширюючи серед виборців сенсаційні, драматичні та життєво важливі повідомлення.

Таким чином ЗМІ стали невід'ємною частиною життя сучасних людей, і хоча вони несуть необхідну людям інформацію, вони також виховують у людей почуття власної гідності та прагнення до свободи, яку вони можуть

завойовувати, вводити в оману та залякувати. маніпулятивний Використання засобів масової інформації є дуже простим і ефективним способом формування громадської думки. Незважаючи на це, мас-медіа стали потужним соціальним інститутом, вплив якого невимірний.

Найпоширенішими ознаками маніпулятивних медіатекстів є відсутність джерел інформації та надмірна емоційність таких текстів. Тому ми повинні вміти відрізнити справжню інформацію від неправдивої або фальсифікованої.

Дослідження є актуальним і перспективним щодо впровадження концепції медіаосвіти та медіаграмотності в Україні [1] та експериментальної роботи в навчальних закладах. Включення в навчальний процес вправ з медіаграмотності дозволяє вчителю урізноманітнити типи завдань на уроках іноземної мови, зробити уроки динамічними та комунікативно спрямованими. Необхідно пам'ятати про необхідність документування медіаосвітніх цілей у поурочних планах учителів. Тому уточнюються цілі англійської мови, а водночас уточнюється використання медіатексту. Це дозволяє викладачам точніше визначати результати курсу та розширювати практичні можливості навчання.

Висновки

Сьогодні в сучасному світі вміння критично сприймати інформацію, розрізняти дезінформацію та рекламу стало надзвичайно важливим – ці навички є одними з основних можливостей медіаграмотності, яких вимагає сучасне суспільство. У світі освіти медіаграмотність зараз дуже важлива. Медіаграмотність можна впевнено вважати сучасною вимогою інформаційного суспільства, де першочерговою цінністю суспільства сьогодні є інформація. Суспільство просто не встигає аналізувати великі обсяги інформації. Дезінформація, маніпуляції та пропаганда всіх видів часто зустрічаються в постійному потоці інформації. Сучасна навичка – медіаграмотність, покликана навчити суспільство критично сприймати та аналізувати інформацію. У 21 столітті медіаграмотність є пріоритетом для розвитку можливостей соціальної інформації.

Здатність протистояти впливу та маніпулюванню негативною інформацією; шукати, аналізувати та обробляти медіаконтент; створювати власний якісний контент з урахуванням інтересів цільової аудиторії; досягати своїх цілей за допомогою ЗМІ – все це є невід’ємною частиною сучасного розвитку особистості, тому необхідно впроваджувати елементи медіаграмотності в навчальний процес вищих навчальних закладів у вигляді окремої дисципліни або у вигляді інтеграції в діючу навчальну програму за відповідним напрямом підготовки (спеціальністю). Медіапростори стрімко змінюються як щодо наповнення інформаційного контенту, так і щодо подачі/інтерпретації матеріалу. Тому перспективою подальших досліджень є методична рефлексія актуальних змін в освітньому просторі, орієнтована на здобувачів вищої освіти. Під час навчання вчителів і розробки концепцій медіаосвіти для шкіл слід пам’ятати про весь медіа-спектр.

Це не виключає того факту, що час від часу особливий акцент робиться на цифрових носіях. Однак, загалом, слід розглядати всі типи носіїв. У будь-якому випадку, слід переконатися, що використання цифрових медіа як засобу викладання та навчання (іноді спостережуваного) не нехтує місією

освіти та виховання, а натомість, щоб діяльність, пов'язана з медіа, включена в освітню та виховну місію школи буде забезпечено. Засоби масової інформації використовують маніпулятивний вплив і медіаменталітет для створення медіа-обізнаності, тим самим змінюючи громадську думку. Цей вплив передбачає використання різноманітних прийомів тиску на підсвідомість людей.

Маніпулятивний вплив соціальних медіа відбувається через використання повторів, створення міфів, маніпулювання, Приховуйте факти, щоб сформувати ставлення. У майбутньому було б доцільно дослідити сферу медіа-настроїв та їх маніпулятивного впливу на суспільство з метою розробки формалізованої моделі інформаційного впливу ЗМІ та системи її виявлення за допомогою методу маніпулятивного впливу. Ми вважаємо, що ХХ століття було страшним. ХХІ було б ще страшніше. Навіть не війна, не міжнародний конфлікт, не гаряча точка, а глобальне протистояння непримиренного світу, де невидимий полководець може вести цивілізовану війну. Все людство буде втягнуто в цей вир. Отже, це інформаційні війни, повені, цунамі та урагани! А диригенти, яких ми не бачимо, вже влили нам у вуха свої зомбі-мелодії. Інформація - це страшна сила. З його допомогою ви дійсно можете розворушити що завгодно та маніпулювати цим як завгодно.

Зброя нашого віку – це вже не атомна бомба, а інформація, а інформацію в ЗМІ відбирають, обробляють і публічно демонструють звичайні люди. І не знати, наскільки ця інформація достовірна і чи можна їй довіряти, – ризикувати своїм здоров'ям, витратити час і забувати всі можливі радості життя.

На мій погляд, єдиний вихід — критично ставитися до отриманої інформації та вміло її використовувати. Тоді можна впевнено крокувати в справжнє «інформаційне суспільство».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Education for the Media and the Digital Age. Vienna: UNESCO, 1999, p.273-274. Reprint in: Outlooks on Children and Media. Goteborg: UNESCO & NORDICOM, 2001, p. 152].
2. Kremlin Watch Report 16.05.2017 Overview of countermeasures by the EU28 <http://www.europeanvalues.net/>
3. Концепція Нової української школи <http://mon.gov.ua/activity/education/zagalnaserednya/ua-sch-2016/konczepczyia.html>
4. Медіаосвіта і медіаграмотність: підручник — ред.-упор. В. Ф. Іванов, О. В. Волошенюк; за наук. ред. В. В. Різуна. — К.: Центр вільної преси, 2012. — 352 с.
5. <https://ru.delfi.lt/news/politics/den-pobedy-v-den-evropy-my-pomnim-ko-pobedil-vetoj-vojne.d?id=77949285>
6. https://www.delfi.lt/news/daily/medijos-karas-propaganda/pergales-diena-vilniuje-irmaskvoje-i-akis-krenta-keli-svarbus-skirtumai.d?id=77940821#cxrecs_s
7. Бути медіаграмотним: 10 необхідних компетентностей. – [Електронний ресурс]: http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/buti_mediagramotnim_desyat_neobkhidnikh_kompetentnostey/
8. ЮНЕСКО опублікувала п'ять принципів медійної та інформаційної грамотності. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/mediaosvita/yunesko_opublikovala_pyat_printsipiv_mediynoi_ta_informatsiynoi_gramotnosti/
9. Masterman L. A Rational for Media Education // Media Literacy in the Information Age. – New Brunswick ; London : Transaction Publishers, 1997. – P. 15–68.

10. Masterman L. Teaching the Media / L. Masterman. – London : Comedia Press, 1988. — 341 p.
11. Potter, W.J. Media Literacy. — Thousand Oaks – London: Sage Publication, 2001. — 423 p
12. <https://medialiteracy.org.ua> > . Медіаграмотність як пріоритетний напрямок розвитку
13. <https://vseosvita.ua/webinar/sucasni-svitovi-praktiki-vprovadzenna-mediagramotnosti-na-urokah-anglijskoi-movi-329.html>
14. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні : https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/kontseptsiya_vprovadzhenya_mediaosviti_v_ukraini_nova_redaktsiya/
15. Медіаграмотність: підручник для вчителів / Сінді Шейбе, Фейз Рогоу / Перекл. З англ.. С. Дьома; за загал. Ред. В.Ф. Іванова, О.В. Волошенюк. – К.:
16. Media Education <https://mediaeducation.com.au/>
17. http://olena-onishchenko.blogspot.com/p/blog-page_34.html
18. Про внесення змін до Державного стандарту початкової освіти : Постанова Кабінету Міністрів України від 24 липня 2019 р. № 688. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/688-2019-%D0%BF#Text> (дата звернення: 17.02.2021).
19. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text> (дата звернення: 17.02.2021).
20. Сучасні вимоги до вправ для формування лексичної компетенції / за ред. О. В. Скляренко. Іноземні мови, 1999. №3. С. 3-7.
21. Тарнопольський О. Б. Методика викладання іноземних мов та їх аспектів у вищій школі : підручник / за ред. О. Б. Тарнопольського, М. Р. Кабанової. Дніпро : Університет ім. Альфреда Нобеля, 2019. 256 с.

22. Фонетична зарядка на уроках англ. мови. URL: <https://naurok.com.ua/fonetichna-zaryadka-na-urokah-angl-movi-13038.html> (дата звернення: 28.03.2021).

23..Формановская Н. И. Коммуникативные, социальные и психологические роли языковой личности. *Журналистика и культура русской речи*. 2007. № 2. С. 25.

24.Cook Vivian. *Second Language Learning and Language Teaching*. Fourth Edition. London : Hodder Education, an Hachette UK Company, 2008. 316 p.

25. Dance to Your Daddy. URL: <https://allnurseryrhymes.com/dance-to-your-daddy/> (дата звернення: 30.03.2021).

26. Hornby A.S. *Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English in 2 v.* Oxford : Oxford University Press, 1982. Longman Dictionary of English Language and Culture. Harlow : Longman, 1993. 1528 p.

27.Present continuous для дітей та їх батьків. URL: <https://www.babyblog.ru/user/LoveMeri/115973> (дата звернення: 30.03.2021).

28. Samuda Virginia, Bygate Martin. *Tasks in Second Language Learning* / Ed. by Virginia Samuda, Martin Bygate. Palgrave Macmillian, 2008. 308 p.

29.Adams, D., & Hamm, M. (2006). *Media and literacy: Learning in an electronic age—Issues, ideas, and teaching strategies* (3rd ed.). Springfield, IL: Charles C. Thomas.

30.Beach, R. (2007). *Teachingmedialiteracy.com: A web-linked guide to resources and activities*. New York: Teachers College Press.

31. Grundy, P. (1993). *Newspapers*. Oxford: Oxford University Press.

32.Hirvela, A. (2004). *Connecting reading & writing in second language writing instruction*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

Hobbs, R. (2005). The state of media literacy education. *Journal of Communication*, 55, 865-871.

33. Hobbs, R. (2007). Reading the media: Media literacy in high school English. New York: Teachers College, Columbia University.
34. Wan, G. (2006). Integrating media literacy into the curriculum. Academic Exchange Quarterly, 10(3), 174-177
35. Mediekompass // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.mediekompass.se/> om-mediekompass/
36. За результатами щорічного опитування «Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів ЗМІ у 2018 р.» здійсненого соціологічною компанією InMind на замовлення міжнародної громадської організації Internews, що реалізує програму «Український медійний проект», за фінансової підтримки Агенції США з міжнародного розвитку (USAID) // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://internews.in.ua/uk/news/dovira-do-zmi-v-ukrajini-zrostaje-nove-...>
37. Mediekompass // [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.mediekompass.se/> om-mediekompass/
38. Подальшого розвитку цей тренд отримав у резолюції Європарламенту щодо медіаграмотності у світі цифрової інформації (від 16 грудня 2008 р.), Феській декларації ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності (від 17 червня 2011 р.) та Паризькій декларації ЮНЕСКО з медіаінформаційної грамотності в цифрову епоху (від 28 травня 2014 р.).